

**ATTEGGIAMENTI ECOLOGICI E PREFERENZE PER ATTIVITÀ E SERVIZI  
TURISTICI NELLA PROSPETTIVA DELLA PSICOLOGIA AMBIENTALE**

*Paola Passafaro  
Francesca Cini  
Daniela Bocchi  
Ilaria Pichini*

Dipartimento di Psicologia dei Processi di Sviluppo e Socializzazione,  
Sapienza Università di Roma

## **ATTEGGIAMENTI ECOLOGICI E PREFERENZE PER ATTIVITÀ E SERVIZI TURISTICI NELLA PROSPETTIVA DELLA PSICOLOGIA AMBIENTALE**

### **RIASSUNTO**

Vengono presentati in questa sede alcuni risultati di un'indagine (N = 98) volta ad approfondire la relazione tra preferenze per specifiche attività e servizi turistici e orientamenti (atteggiamenti e valori) pro-ambientali individuali (si veda ad esempio Bonnes, Bonaiuto, 2002; Bonnes, Carrus, Passafaro, 2006). I risultati confermano quanto già evidenziato dalla letteratura nazionale e internazionale in merito alla molteplicità delle motivazioni alla base delle scelte ecoturistiche delle persone. In particolare si evidenzia come l'attenzione per l'ambiente e le questioni ecologiche, pur correlata con le scelte ecoturistiche individuali, può spiegare tali preferenze solo in parte, e solo per alcune persone. In molti casi infatti persone che dichiarano orientamenti fortemente pro-ambientali possono preferire attività e servizi tipiche del turismo tradizionale o di massa (ossia a forte impatto ambientale). Viceversa, alcune attività e servizi tipici dell'ecoturismo possono guadagnarsi la preferenza di persone non particolarmente attente alle questioni ecologiche. Quest'ultimo fenomeno si lega probabilmente alla possibilità che l'ecoturismo e il turismo sostenibile offrono di effettuare vacanze 'alternative', sportive, di benessere e di 'qualità', e presenta non poche implicazioni sia teoriche che pratiche per la comprensione e la gestione di queste forme di turismo.

*Parole chiave:* Ecoturismo, preferenze turistiche, psicologia ambientale, atteggiamenti ambientali

## **ECOLOGICAL ATTITUDES AND PREFERENCES FOR TOURIST SERVICES AND ACTIVITIES ACCORDING TO THE ENVIRONMENTAL PSYCHOLOGY PERSPECTIVE**

### **ABSTRACT**

The relationship between preferences for specific tourist activities and general pro-environmental attitudes and values was investigated on a sample 98 Rome residents. Results support previous findings confirming that preferences for eco-tourism are only partially explained by pro-environmental attitudes and values, while ecotourist choice can be affected by various additional motivational factors. Some of these adjunctive factors concerns the possibility to experience alternative form of tourism, the opportunity to do various kinds of sports in an open air context and the quest for wellbeing and environmental quality. Theoretical and practical implications for ecotourism management are also discussed.

*Keywords:* Ecotourism, tourist preferences, environmental psychology, environmental attitudes

## Psicologia, Sostenibilità e Ecoturismo

Nel corso degli ultimi anni è cresciuta l'attenzione rivolta dagli organismi scientifici nazionali e internazionali ai cosiddetti *cambiamenti biosferici globali* (Global Changes) ritenuti particolarmente pericolosi per la sopravvivenza della vita sul nostro pianeta. Questi cambiamenti costituiscono dei processi che coinvolgono l'intera biosfera e, a parere di molti, nascono da ciò che avviene e da ciò che le persone fanno a livello locale, ossia nei luoghi di vita quotidiana (Bonnes, Bonaiuto, 2002; Bonnes, Carrus Passafaro, 2006; Stern, 1992; Stern, Young, Druckman, 1992). Per tale motivo la psicologia (sociale e ambientale) si sta ora sempre più dedicando allo studio dei comportamenti che hanno rilevanza in senso ecologico (*environmentally relevant behaviour*; Stern, Oskamp, 1987; Bonnes, Carrus, Passafaro, 2006) tra i quali vengono oggi inclusi anche quelli relativi alle scelte turistiche, poiché anche queste possono influire sulle condizioni ambientali (fisiche, sociali, economiche, ecc.) a livello locale e mondiale (cfr. Davos Declaration, UNWTO 2007). Particolare rilevanza sta acquisendo in questo senso lo studio delle forme alternative di turismo, tra le quali troviamo attualmente anche l'ecoturismo e il cosiddetto 'turismo sostenibile' (Davos Declaration, UNWTO, 2007; si veda anche Weaver, 2005; Weaver & Lawton, 2007). Negli obiettivi programmatici, queste forme alternative di turismo dovrebbero ovviare alla scarsa sostenibilità economica, sociale e ambientale del turismo cosiddetto "di massa" o tradizionale e favorire al tempo stesso lo sviluppo di atteggiamenti e comportamenti pro-ambientali (cfr. Donohe & Needham, 2006; Fennel, 2001, 2003), ossia farsi promotrici di tipologie informali di educazione ambientale. Obiettivi questi piuttosto ambiziosi che dovrebbero in sostanza investire di responsabilità sociale un'attività, come quella turistica, generalmente mossa da forti interessi economici. E in effetti, quando si passa dalle enunciazioni teoriche alle realizzazioni concrete non poche sono le contraddizioni che sorgono, al punto che al momento appare per lo più impossibile parlare di turismo sostenibile e di "ecoturismo" in forma "pura", ossia di offerte turistiche che rispettino tutti i principi base teoricamente proposti per queste tipologie di turismo. Parallelamente, anche la crescente domanda di "ecoturismo" e di "turismo sostenibile" proveniente dai potenziali fruitori (turisti) non appare sempre guidata in primis da atteggiamenti e valori orientati alla sostenibilità (cfr. Passafaro, Giannantoni, Ludovici, in stampa). Molto spesso sembrerebbe piuttosto trattarsi della richiesta di livelli elevati di qualità e standard turistici, dove ad essere apprezzato è soprattutto un ambiente (naturale e sociale) plasmato e disegnato in funzione delle necessità, gusti e comodità del turista, piuttosto che il rispetto dei principi della sostenibilità. Appare dunque importante approfondire meglio la relazione tra orientamenti pro-ambientali (in termini di atteggiamenti e valori) e scelte turistiche delle persone, quale primo passo verso una migliore promozione dei principi chiave della sostenibilità turistica.

### Ecoturismo e turismo sostenibile: questioni di definizione e prospettive di indagine

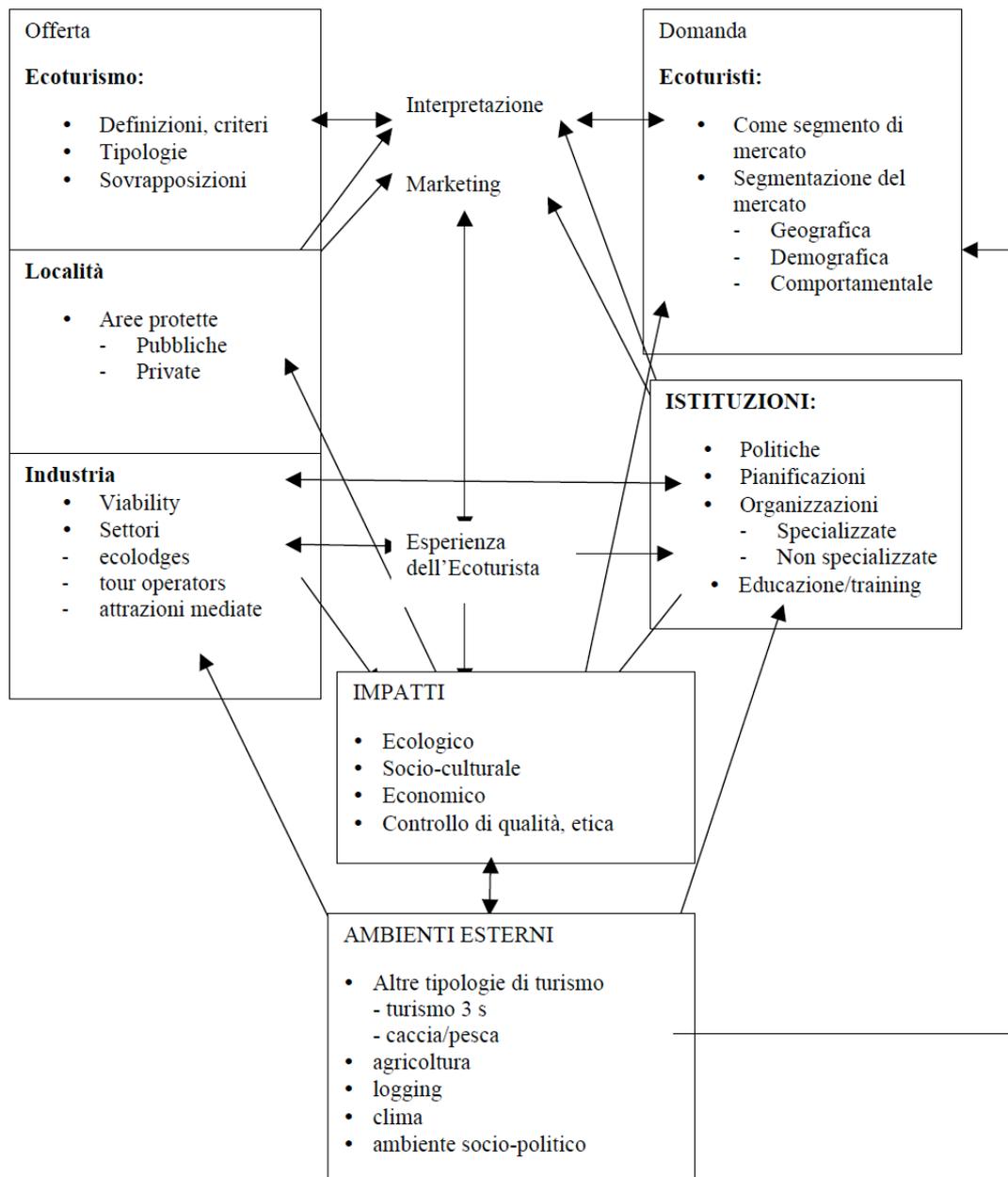
L'applicazione dei principi della sostenibilità e delle prospettive dell'ecologia in ambito turistico pone non pochi problemi di definizione teorica sia dell'oggetto di indagine che delle relative prospettive di studio. Alcune di queste difficoltà sono ben evidenziate da una delle più ampie riflessioni teoriche fin qui pubblicate sull'ecoturismo, quella di Fennel (2001), che ha presentato un'analisi del contenuto di 85 definizioni di ecoturismo rintracciate nella letteratura internazionale sull'argomento, evidenziando come la "variabilità" costituisca la caratteristica distintiva delle stesse e come questa riguardi sia la prospettiva che il focus delle definizioni stesse. L'autore rileva in sostanza come, a fronte della molteplicità dei temi e delle questioni connesse con la sostenibilità turistica, manchi una definizione di ampio respiro, in grado di riassumere efficacemente la natura sostanziale di queste forme turistiche. Ad esempio, l'autore nota come alcune definizioni si concentrino soprattutto sugli aspetti motivazionali, ossia sull'atteggiamento che dovrebbe guidare il turista in questo tipo di esperienza. Altre definizioni fanno invece principalmente riferimento all'impatto sull'ambiente, che nel caso dell'ecoturismo e del turismo sostenibile dovrebbe essere contenuto. Altre ancora si concentrano invece sulle implicazioni per le comunità locali, affrontando la questione della distribuzione dei costi e dei benefici e del contatto culturale. Tale variabilità

riflette differenze a volte sostanziali nelle concezioni ideologiche che alimentano questo fenomeno. La conseguenza è la difficoltà ad individuare una definizione univoca, e in sostanza l'ecoturismo appare al momento come un fenomeno nascente, variamente interpretato e in continua evoluzione. Esistono tuttavia dei temi ricorrenti, come ad esempio il riferimento ai setting naturali nei quali l'esperienza turistica dovrebbe avere luogo, l'importanza di attività svolte nel rispetto dell'ambiente, quella dell'acquisizione (da parte del turista) di conoscenze relative alle società e alle culture con le quali si viene in contatto e la distribuzione dei benefici derivanti dal turismo alle popolazioni locali. Donohe & Needham (2006) replicano il lavoro di rassegna di Fennel (2001) confermando e precisando meglio gli aspetti già evidenziati da questo autore. La tabella 1 riporta i principi-chiave generali individuati da questi autori, con gli elementi caratterizzanti associati, e può aiutare a comprendere meglio le difficoltà sia di definizione del fenomeno, sia, ancor più, di realizzazione pratica.

<b><i>Principi-chiave generali</i></b>	<b><i>Principi, aspetti, attività specifiche</i></b>
<i>Attività basate sulla natura</i>	Attività soprattutto in natura
	Ecosistemi salutarì
	Aree non sviluppate/immacolate (interferenza umana minima)
	Opportunità di visitare aree naturali
<i>Protezione/conservazione dell'ambiente</i>	Mantenimento e accrescimento degli ecosistemi
	Consapevolezza dei bisogni dell'ecosistema
	Sforzi collaborativi tra gestori e comunità (manager delle aree protette, abitanti del luogo, etc.)
	Incorporazione e implementazione della protezione/conservazione in un piano di gestione
<i>Educazione ambientale</i>	Formazione/educazione bio-culturale per tutti i portatori di interessi stakeholders (staff, ospiti, comunità, etc.)
	Incoraggiamento all'interazione con la natura (per ottenere benefici esperienziali/educativi)
	Incremento della consapevolezza e della conoscenza dell'eredità di un'area naturale
	Coinvolgimento dei visitatori e dei portatori di interessi stakeholders nei problemi riguardanti l'eredità (sia naturale che culturale)
<i>Sostenibilità</i>	Impegno per l'equità e la giustizia sociale
	Mantenimento dell'integrità ecologica
	Soddisfazione di bisogni umani
	Auto-determinazione sociale e diversità culturale
<i>Distribuzione di benefici</i>	Integrazione della conservazione e dello sviluppo
	Accesso della comunità locale a risorse, costi, e benefici
	Valorizzazione delle pratiche e delle attività locali tradizionali (pesca, artigianati, etc.) piuttosto che sostituzione delle stesse
	Massimizzazione dei benefici a breve e a lungo termine per visitatori, fornitori, gente locale, etc.
<i>Etica/responsabilità</i>	Miglioramento della qualità della vita per la gente locale
	Integrazione delle infrastrutture turistiche già esistenti
	Approccio basato su un'etica ambientalmente, socialmente e culturalmente responsabile
	Principi ecologici alla guida della presa di decisioni
	Considerazione degli impatti e delle conseguenze del viaggiare in aree naturali
	Incremento della consapevolezza dell'importanza di attività economiche e azioni eticamente fondate.

**Tabella 1:** Sintesi dei principi-chiave generali e specifici associati al concetto di ecoturismo secondo Donohe e Needham (2006)

Molti infatti, rilevano in essi l'esistenza di ambiguità e contraddizioni, le stesse che sorgono quando si passa dalle enunciazioni ideologiche alle manifestazioni pratiche. Vari autori notano infatti come alcuni di tali principi programmatici appaiano tra loro difficilmente conciliabili (almeno nella pratica) riproducendo le annose controversie mondiali che contrappongono la protezione ambientale allo sviluppo socio-economico, le leggi di mercato all'etica della responsabilità (sociale e ambientale). Non è dunque sorprendente che i principi programmatici dell'ecoturismo finiscano sovente per stemperarsi nelle forme concrete che questo riesce o può contestualmente assumere, tenuto conto delle varie forme di pressione e 'contaminazione' (politica, economica, sociale, culturale) che spesso intervengono a livello locale. In questo senso allora i principi chiave evidenziati da Donohue & Needham (2006) possono essere letti come obiettivi auspicabili, ai quali le manifestazioni concrete dell'ecoturismo possono tendere, ma che non sempre sono stati, almeno finora, pienamente raggiunti. E' per questo che alcuni autori hanno sentito la necessità di definire dei continuum di classificazione entro i quali collocare le attività ecoturistiche concrete, a seconda del grado con cui appaiono seguire e raggiungere tali principi e obiettivi chiave. Le proposte di distinguere tra "ecoturismo minimalista e comprensivo" (o inclusivo) (Weaver, 2005) o tra "ecoturismo hard" e "ecoturismo soft" (Laarman & Durst, 1987) testimoniano dunque la difficoltà a pervenire a delle classificazioni univoche non tanto (o non solo) sul piano teorico, quanto innanzitutto su quello pratico/applicativo. Esse rispondono al contempo all'esigenza di valorizzare tutte quelle forme turistiche che potremmo chiamare qui "di compromesso" e che appaiono ad esso assimilabili per alcuni aspetti, pur essendone ancora lontane per altri. Esse potrebbero però anche dirsi di "transizione", ossia, di passaggio, vista la natura "emergente" del fenomeno e i difficili mutamenti sostanziali che questo auspica di raggiungere nella pratica turistica. Tuttavia, anche se queste modalità di classificazione possono aiutare a superare le incongruenze esistenti tra i principi teorici e le manifestazioni pratiche dell'ecoturismo, permane ancora in letteratura una certa confusione tra le prospettive e le modalità attraverso le quali l'ecoturismo può essere osservato e studiato. Queste possono infatti essere molteplici e necessitano per il futuro di essere meglio precisate. Alcune riflessioni in questo senso sono state avanzate da Weaver e Lawton (2007) che rilevano come lo studio del fenomeno ecoturistico e del turismo sostenibile (così come del turismo in generale) implica la definizione di vari contesti e aree tematiche di indagine (si veda figura 1) alcune già sviluppate in maniera consistente (es. market segmentation), mentre altre necessitano di ulteriori approfondimenti. In generale, sarebbe auspicabile per il futuro anche il coinvolgimento di discipline diverse in grado di integrare l'ottica economica e di marketing attualmente prevalente anche in termini di contributi di ricerca. Come vedremo, quest'ultima, che ha molto contribuito ad inquadrare il fenomeno in termini di mercato presenta anche alcuni limiti che il contributo di altre discipline (come ad esempio quelle psicologiche) potrebbe aiutare a superare.



**Figura 1:** Potenziali ambiti di indagine connessi al fenomeno ecoturistico, secondo Weaver & Lawton, 2007.

### **La prospettiva del turista, preferenze e motivazioni eco-turistiche secondo l'approccio del *market segmentation***

Una parte consistente della letteratura internazionale sull'ecoturismo è attualmente costituita dagli studi svolti nella prospettiva del *market segmentation*, che dunque non può essere qui trascurata. L'ottica caratterizzante queste indagini è quella che vede l'ecoturismo soprattutto nella sua veste di 'prodotto' da promuovere sul mercato turistico attraverso l'identificazione di tipologie di consumatori potenzialmente interessate ad "acquistarlo". Diviene allora importante scoprire aspettative ed esigenze di questi ultimi, in modo tale da organizzare e promuovere pacchetti turistici

che catturino l'attenzione del turista, prima, e risultino per questi soddisfacenti durante e dopo la vacanza. Questo tipo di ricerche ha il merito di aver evidenziato come gli interessi, preferenze e aspettative delle persone verso l'esperienza ecoturistica non siano univoche, ma diversificate (come d'altra parte accade per tutte le offerte turistiche e più ancora di mercato). Per esempio, Lindberg (1991) ha individuato 4 principali segmenti di popolazione potenzialmente interessati al mercato ecoturistico, collocandoli poi lungo il continuum che va dall'ecoturismo soft all'ecoturismo hard (Laarman & Durst, 1987), distinguendo così (1) i 'turisti radicalmente interessati alla natura' (*hard-core nature tourists*) – principalmente ricercatori scientifici o comunque individui che viaggiano per scopi connessi con l'approfondimento e la conoscenza scientifica (2) i 'turisti dediti alla natura' (*dedicated nature tourists*) – persone che viaggiano in aree naturali protette per comprendere la storia naturale e culturale locale (3) i 'turisti interessati alla natura di moda' (*mainstream nature tourists*) – persone che visitano località naturali rinomate (4) i 'turisti in natura per caso' (*casual nature tourists*) – persone che vengono casualmente in contatto con la natura a seguito di un viaggio o vacanza (si veda Galley & Clifton, 2004). Weaver & Lawton (2002) distinguono invece tra: (1) 'ecoturisti più radicali' (*harder ecotourists*) – viaggiatori con atteggiamenti fortemente pro-ambientali che amano viaggiare in piccoli gruppi, apprezzano viaggi lunghi con pochi servizi, amano le attività impegnative sul piano fisico e preferiscono organizzare da se i propri viaggi, interpretando il viaggio come esperienza esistenziale; (2) 'ecoturisti più soft' (*softer ecotourists*) – viaggiatori che apprezzano sia l'ecoturismo che le forme di turismo più tradizionale; preferiscono viaggiare in grandi gruppi e pianificare brevi viaggi con scopi molteplici; non amano particolarmente l'impegno fisico e richiedono servizi confortevoli e di qualità tendendo a fare affidamento sulle agenzie di viaggio e i tour operator, e infine (3) 'ecoturisti strutturati' (*structured ecotourists*) – viaggiatori che condividono con gli 'ecoturisti più radicali' la forte attenzione ambientale e l'apprezzamento per le attività impegnative sul piano fisico, e che, tuttavia, condividono con gli 'ecoturisti più soft' le preferenze per viaggi brevi, multi scopo, gruppi ampi e servizi confortevoli. Alcune ricerche condotte di recente nel contesto italiano sembrano confermare l'esistenza di motivazioni molteplici alla base delle preferenze ecoturistiche e dunque l'esistenza di tipologie diverse di persone potenzialmente interessate a questa forma di turismo. Per esempio uno studio di Puggelli e Covelli (2007; si veda anche Puggelli, Covelli, 2009) ha mirato ad individuare le motivazioni che spingono le persone alla scelta di una vacanza in generale, e di una vacanza ecoturistica in particolare, cercando di evidenziare il peso relativo dell'attenzione per le problematiche ambientali e delle informazioni possedute o ricercate in merito all'ambiente naturale e culturale che è possibile trovare nelle località turistiche. Gli autori hanno provato a delineare il profilo dell'ecoturista, distinguendolo dal non-ecoturista, individuando nel primo una maggiore sensibilità alle problematiche ambientali. Gli ecoturisti sono risultati *sightseer*, *allocentrici* e *indipendenti* (preferiscono vedere posti nuovi e non turistici, criticano le vacanze organizzate, organizzano le proprie vacanze da se), mentre i non-ecoturisti sono risultati *vacationer*, *psicocentrici* e *dipendenti* (privilegiano la comodità e i posti conosciuti e familiari, partecipano a vacanze organizzate). Uno studio di Cini e colleghi (Cini, Leone, Passafaro, in stampa) ha provato ad indagare sulle motivazioni turistiche di un campione di 365 studenti di scuole superiori di Roma. Attraverso una cluster analisi è stato possibile evidenziare 3 principali profili di potenziali giovani turisti: (1) 'turisti alla ricerca del benessere' (*wellness tourists*), 'vacanzieri' (*vacationer tourists*), e 'ecoturisti' (*ecotourists*). Tali profili presentano molti aspetti in comune con quelli già evidenziati dai ricercatori precedenti. Per esempio il profilo dei *wellness tourists* assomiglia a quello degli 'ecoturisti più soft' descritti da Weaver e Lawton (2002), mentre gli 'ecoturisti' presentano molti tratti in comune con gli 'ecoturisti radicali' individuati sempre da questi due autori. Queste indagini presentano tuttavia alcuni limiti, tra i quali rileviamo innanzitutto la difficoltà a tracciare delle implicazioni di più ampio respiro rispetto a quelle relative al mercato. In pratica vengono trascurati i legami con gli altri aspetti chiave che caratterizzano (o dovrebbero caratterizzare) il fenomeno ecoturistico (così come teoricamente e programmaticamente definito) ossia con questioni cruciali come l'etica sociale, il rispetto dei principi della sostenibilità ambientale, l'educazione ambientale e civica. Nel reiterare modelli di analisi pensati per la promozione di prodotti di mercato, l'approccio del *market segmentation* trascura ad esempio di chiarire come l'identificazione di tipologie diverse di potenziali ecoturisti possa essere di aiuto non solo per 'vendere' il 'prodotto ecoturistico', ma anche per pianificare e mettere a punto strategie e strumenti

gestionali in grado di rendere la vacanza ecoturistica realmente sostenibile sotto tutti i punti di vista (economico, sociale, ambientale, ecc.). Per far questo, sarebbe utile infatti integrare nelle ricerche sulle preferenze ecoturistiche anche quegli approcci di indagine (con il relativo bagaglio di conoscenze ed esperienza acquisite) tipici di discipline come la psicologia ambientale della sostenibilità e la psicologia di comunità che hanno affrontato il tema della relazione persona ambiente (naturale e sociale) in senso più ampio, tracciandone ampiamente le dinamiche e gli aspetti caratterizzanti. Ad esempio, nello studio di Cini, Leone, Passafaro (in stampa) già citato è stato notato come le tre tipologie di turisti individuate possano essere collocate lungo il continuum antropocentrismo/ecocentrismo, dove il primo indica un apprezzamento della natura subordinato all'utilità che questa può avere per le persone, mentre il secondo indica un apprezzamento della natura per il suo valore intrinseco. In tal modo i *vacationer tourists* si collocherebbero all'estremo dell'antropocentrismo i *wellness tourists* ad un livello intermedio, mentre gli 'ecoturisti' si posizionerebbero all'estremo opposto, quello dell'ecocentrismo. Si tratta di una distinzione rilevante che presenta non poche implicazioni sia teoriche che pratiche (gestionali) e che merita di essere ulteriormente approfondita. Ad esempio, uno degli aspetti che ci sembrano emergere dalle ricerche svolte finora è che il contatto con la natura sia in qualche misura apprezzato da tutte le tipologie di turisti e non possa dirsi un elemento in grado di discriminare *tout court* le preferenze ecoturistiche da quelle per un turismo di massa. Se confermato, questo dato suggerisce che ciò che differenzia realmente le persone non è tanto la preferenza generale per vacanze all'aria aperta o per così dire in "natura", quanto l'atteggiamento con il quale viene affrontata la vacanza stessa, ossia la disponibilità/volontà a rinunciare ai comfort e l'interesse per una vacanza spensierata 'mordi e fuggi' piuttosto che per l'assunzione di responsabilità ecologica e sociale. Appare dunque rilevante, definire meglio i limiti teorici della relazione tra atteggiamenti pro-ambientali e preferenze turistiche, e questo al fine non solo di mettere a punto pacchetti turistici capaci di attrarre le scelte di potenziali "consumatori", ma anche per poter strutturare delle offerte ecoturistiche tali da ridurre il divario, più volte riscontrato, tra i principi teorici cui l'ecoturismo dovrebbe ispirarsi e le sue manifestazioni concrete.

## Obiettivi e ipotesi

L'indagine qui di seguito presentata ha avuto l'obiettivo generale di studiare le relazioni esistenti tra l'orientamento pro-ambientale delle persone (atteggiamenti e valori pro-ambientali) e le preferenze per specifiche attività e servizi di tipo turistico. In questo senso l'indagine replica una precedente ricerca (Passafaro, Giannantoni, Ludovici, in stampa) che ha già evidenziato come l'attenzione per l'ambiente e le questioni ecologiche, pur correlata con le scelte ecoturistiche individuali, può spiegare tali preferenze solo in parte, e solo per alcune persone. Tale indagine ha assunto la prospettiva contestuale-transazionale della Psicologia ambientale che suggerisce come i comportamenti delle persone (e conseguentemente tutti i correlati psicologici di questi) vadano studiati e compresi in relazione alla specificità dei tempi, dei luoghi e delle attività in essi svolte, piuttosto che indagati in termini astratti e generici. Per tale motivo l'obiettivo particolare della presente ricerca è stato quello di replicare l'indagine precedentemente svolta facendo riferimento ad un contesto temporale, geografico e comportamentale diverso dal precedente, al fine di confermare i risultati precedentemente ottenuti. Sulla base di questi è infatti possibile ipotizzare che:

- in generale, gli atteggiamenti e i valori pro-ambientali delle persone correlino con le preferenze turistiche di queste, ma consentano di spiegare tali preferenze solo in parte;
- la congruenza tra atteggiamenti pro-ambientali e preferenze turistiche riguarda solo alcune tipologie di persone. In particolare ci si aspetta che esistano persone che pur dichiarando orientamenti fortemente pro-ambientali tendano comunque a preferire attività e servizi tipiche del turismo tradizionale o di massa (ossia a forte impatto ambientale), e viceversa che alcune attività e servizi tipici dell'ecoturismo possano guadagnarsi la preferenza di persone non particolarmente attente alle questioni ecologiche.

Nel caso specifico, dato che il turismo tende a concretizzarsi attraverso specifiche attività e servizi, modalità di alloggio e di spostamento (che costituiscono anche alcune delle principali fonti di impatto ambientale, sociale ed economico) e dato che le persone tendono spesso a scegliere la propria vacanza proprio considerando o pianificando in anticipo dove dormiranno, dove mangeranno e cosa faranno una volta sul posto, in questo studio si è mirato dunque a stabilire non solo relazioni generali tra atteggiamenti pro-ambientali e motivazioni alla vacanza, ma anche tra atteggiamenti e preferenze per specifiche attività e servizi turistici.

## **Metodo**

L'indagine è stata suddivisa in 2 fasi principali, la prima di tipo qualitativo e la seconda di tipo quantitativo. Poiché l'indagine replica (nel metodo) un lavoro già discusso in altra sede (Passafaro et al., in stampa), la fase preliminare qualitativa verrà qui descritta solo in maniera sommaria.

### **Fase 1**

#### **Obiettivi metodi e risultati fase 1**

La prima fase dell'indagine ha avuto lo scopo di individuare un set di attività e servizi turistici riconducibili in maniera distinta a forme di turismo tradizionale da una parte e di ecoturismo o turismo sostenibile dall'altra. Delineare i criteri per tale differenziazione non è stato banale poiché ha richiesto la definizione a priori degli aspetti caratterizzanti una vacanza ecoturistica (o comunque sostenibile) rispetto ad una vacanza 'non ecoturistica' o che non rispetta a sufficienza i principi della sostenibilità. Poiché come già detto la letteratura sul tema non consente di giungere a conclusioni univoche è apparso necessario operare delle scelte sulla linea teorica da privilegiare. In questo caso si è deciso di adottare, integrandole tra loro, soprattutto le prospettive di Weaver e Lawton (2005, 2007) e di Donohe e Needham (2006), stabilendo così che, per gli scopi del presente studio, una vacanza ecoturistica è una vacanza che presenti in maniera concomitante almeno le 3 seguenti caratteristiche:

- prevede il contatto con la natura (possibilmente all'interno di aree protette) attraverso attività all'aperto relativamente non invasive per l'ambiente e le popolazioni locali;
- prevede forme di contatto con la comunità locale e di conoscenza della cultura locale (usi e costumi, economia, società, tradizioni, storia, ecc.);
- prevede nel complesso un minor impatto sull'ambiente fisico-geografico e socio-economico locale rispetto ad un'attività turistica di tipo tradizionale.

Altri aspetti considerati riguardano

- la presenza sul luogo di vacanza di pochi servizi turistici tradizionali;
- l'ambientazione in piccoli centri piuttosto che in grandi centri urbani (anche se la recente comparsa di aree protette all'interno di grandi centri urbani come Roma è probabilmente destinata a modificare questo aspetto).

E' stata contemplata la possibilità di classificare come ecoturistica anche un'offerta che soddisfacesse la maggior parte di questi criteri, seppure non tutti. L'attenzione si è concentrata sulle singole specifiche attività e servizi così come queste vengono in genere esplicitamente proposte e offerte nei pacchetti turistici e/o come emergono dalle richieste e aspettative delle persone.

Per raggiungere gli obiettivi della fase 1 sono stati utilizzati 2 metodi principali:

1) individuazione e analisi dei contenuti di annunci pubblicitari pubblicati su cataloghi e siti internet di agenzie di viaggio e tour operator relative alle offerte turistiche per vacanze in montagna in Italia nell'inverno 2009

2) conduzione di alcune (N 20) interviste semi-strutturate a domande aperte sulle preferenze delle persone per attività e servizi turistici.

I risultati delle due indagini hanno portato ad individuare un elenco di proposte di attività e servizi classificati poi come 'ecoturistici' e 'non ecoturistici' seguendo i criteri sopra citati e la letteratura in merito.

## Fase 2

### Obiettivi fase 2

L'obiettivo di questa seconda fase è stato quello di studiare le relazioni esistenti tra le preferenze per determinate attività e servizi turistici generalmente offerti all'interno di pacchetti vacanza e gli orientamenti (atteggiamenti e valori) pro-ambientali delle persone.

### Metodo fase 2

#### Partecipanti

L'indagine è stata condotta su un campione di convenienza composto da 98 soggetti residenti a Roma, bilanciati per sesso e età (range 18 - 62 anni; M= 39,6; DS=13,89). Il 65,3% ha dichiarato di possedere un diploma superiore; il 16,3% la laurea e il rimanente 18,4% la licenza media. Per il 42,9% si è trattato di impiegati in vari settori (tra pubblico e privato); per il 20% di studenti; per il 7% di lavoratori autonomi; il restante 31% era diviso tra le altre opzioni (artigiano, disoccupato, commerciante, pensionato, operaio, operaio specializzato, casalinga, dirigente o altro).

#### Strumento di misura

E' stato utilizzato un questionario strutturato per auto-somministrazione volto a rilevare:

*Preferenze per attività e servizi di tipo turistico/vacanziero* – I rispondenti dovevano immaginare di dover organizzare le prossime vacanze invernali in montagna in Italia (della durata di almeno 4 giorni) e poi indicare quanto sarebbe piaciuto loro, o avrebbe dato loro fastidio trovare nella località di vacanza una serie di 24 attività e servizi presentati in successione (dal noleggio sci, alla presenza di discoteche e pub; dal trekking e escursioni a cavallo, alle iniziative culturali; dal miniclub al parcheggio custodito; ecc.). Per ciascuna attività/servizio è stata prevista una scala di risposta a 7 passi (da 1 "non lo sopporterei proprio" a 7 "deve assolutamente esserci"). Le attività e i servizi presentati sono stati selezionati sulla base della prima fase dell'indagine.

*Preferenze per tipologie di alloggio in cui trascorrere le vacanze* - ai partecipanti è stato chiesto di indicare quanto sarebbe loro piaciuto o avrebbe dato loro fastidio usufruire di 10 diversi tipi di alloggio indipendentemente dai costi in termini economici (es. pernottamento in rifugio/ostello, Hotel 4 stelle, camper/bungalow, Baita/chalet attrezzati, ecc.). Anche in questo caso la scala di risposta era a 7 passi. Anche in questo caso le alternative proposte sono state selezionate sulla base della prima fase dell'indagine.

*Preferenze per tipologie di luoghi in cui consumare i pasti durante la vacanza* - i partecipanti dovevano esprimere il proprio grado di preferenza per ciascuna di 5 diverse modalità di consumare i pasti durante la vacanza (per es. al sacco, al ristorante, in bar/fastfood, ecc.), su scale di risposta a 7 passi.

*Preferenze per località con molti/pochi servizi turistici* – questo fattore è stato rilevato attraverso un singolo item che recitava: "In generale le piace trascorrere le sue vacanze invernali in località.." seguito da una scala di risposta a 5 passi che andava da 1 (con pochissimi servizi per i turisti) a 5 (con moltissimi servizi per i turisti).

*Atteggiamenti verso il turismo sostenibile* – questo fattore è stato rilevato attraverso una scala composta da 7 affermazioni volte a cogliere la disponibilità delle persone ad accettare l’assunzione personale di responsabilità sociale e ambientale anche in vacanza. Ai rispondenti è stato chiesto di indicare il proprio grado di accordo/disaccordo con affermazioni del tipo: “Chi va in vacanza non deve preoccuparsi anche di rispettare l’ambiente, poiché far rispettare l’ambiente è compito delle autorità locali”, oppure “E’ importante quando si va in vacanza dedicare del tempo a comprendere la cultura, le tradizioni, la storia presente e passata del luogo in cui ci si reca”. Le affermazioni erano seguite da una scala di risposta a 7 passi, da 1 (pienamente in disaccordo) a 7 (pienamente d’accordo).

*Valori* - è stata utilizzata una versione italiana della scala dei valori di Stern e Dietz (1994), a sua volta costruita sulla base del lavoro di Schwartz e colleghi (1977; si veda anche Schwartz & Bardi, 2001). La scala presenta 11 valori riconducibili a 5 dimensioni principali (valori altruistici, valori conservativi, valori biosferici, apertura al cambiamento). Per ogni valore proposto le persone dovevano indicare in che misura costituisse un principio guida della propria vita. La scala di risposta andava da -1 (“opposto rispetto ai miei valori”) a 5 (“di suprema importanza”).

*Atteggiamenti pro-ambientali* - è stata utilizzata la scala di antropocentrismo/ecocentrismo di Thompson & Barton (1994). La scala si compone di 33 item con i quali i rispondenti dovevano indicare il proprio grado di accordo/disaccordo su una scala di risposta a 4 passi, da 0 (“completamente in disaccordo”) a 4 (“completamente d’accordo”). Dodici item rilevano l’atteggiamento cosiddetto “antropocentrico”, ossia una visione puramente strumentale degli ambienti e delle risorse naturali. In base a tale visione la ragione più importante per la conservazione della natura dovrebbe essere la sopravvivenza umana (gli item di questa sottoscala recitano ad esempio: “La ragione più importante per conservare la natura è la sopravvivenza umana”, oppure “L’aspetto peggiore della scomparsa della foresta pluviale è che questo limiterà lo sviluppo di nuovi medicinali”). Un set composto da altri 12 item rileva invece l’atteggiamento cosiddetto “ecocentrico” corrispondente alla convinzione che la natura abbia valore di per sé, ossia a prescindere dall’utilità che può avere per gli esseri umani (per es. “La natura ha valore di per sé” oppure “Una delle ragioni più importanti della conservazione ambientale è di preservare aree naturali incontaminate”). Infine i restanti 9 item rilevano quella che le autrici chiamano come “apatia”, o di indifferenza verso le questioni ambientali (per es. “I problemi ambientali non mi interessano” oppure “I pericoli per l’ambiente, quali la deforestazione e l’assottigliamento della fascia dell’ozono, sono stati esagerati”).

Il questionario si chiudeva con un set di domande a carattere socio-demografico e residenziale. Il questionario indagava anche su altri aspetti che non saranno presi in considerazione per gli obiettivi di queste analisi.

## **Analisi dei dati**

E’ stata condotta un’Analisi dei Fattori Principali (PAF) sulle preferenze per specifiche attività e servizi turistici al fine di individuarne le principali dimensioni sottostanti. Sugli item aggregati componenti tali dimensioni sono state poi calcolate le statistiche descrittive (media e deviazione standard) e sono state studiate le correlazioni di Pearson con atteggiamenti e valori pro-ambientali. Successivamente, sulle dimensioni individuate è stata condotta una cluster analysis (CA) attraverso un’algoritmo *k-means* per evidenziare gruppi diversi di soggetti in base a tali preferenze. Infine attraverso una serie di Analisi della Varianza (ANOVA) condotte sui cluster identificati si è mirato ad esplorare eventuali differenze sulla base dell’età, degli atteggiamenti pro-ambientali, dei valori umani e degli atteggiamenti pro o contro il turismo sostenibile. Le medie dei gruppi sono state confrontate anche in riferimento alla preferenza per località con molti/pochi servizi turistici. Sono state inoltre verificate eventuali differenze di genere tra i gruppi attraverso il test del Chi<sup>2</sup>.

## Risultati

*Statistiche descrittive - Preferenze per attività/servizi, tipologie di alloggio, consumo dei pasti-* Nel complesso, è stato in media riscontrato un apprezzamento da intermedio a elevato (con media compresa tra 4.1 e 6.7) per tutti i servizi/attività proposte. Tra i servizi/attività mediamente più apprezzati dal nostro campione vi sono “il centro medico” e le “visite guidate a siti geologici e naturali”, tra quelli meno apprezzati i “corsi di sub invernale” e la “pesca sportiva”. Le tipologie di alloggio in media più apprezzate sono risultate “la baita/chalet comfort” (M= 6,2) e “l'albergo 3 stelle” (M=6,2), quelli meno preferiti sono apparse “tenda” (M= 2,5) e “camper/bungalow” (M=3,06). In media tutte le modalità di consumare i pasti sono state valutate positivamente, con oscillazioni che vanno da 4.2 (“bar fast food”) a 5.9 (“ristorante”). La tabella 2 presenta in dettaglio medie e deviazioni standard relative alle preferenze per tutte le attività e servizi presentate.

*Dimensioni latenti sottostanti le preferenze per attività/servizi, tipologie di alloggio, e modalità di consumare i pasti.* Coerentemente con quanto trovato nella precedente indagine (cfr. Passafaro et al. In stampa), anche in questo caso la PFA ha evidenziato 3 dimensioni principali sottostanti le preferenze espresse dai nostri partecipanti nei confronti delle attività e servizi proposti (rif tabella 2). Le tre dimensioni spiegano nel complesso il 28,8% della varianza totale. La prima, spiega il 10,9% di varianza e rileva le preferenze per forme di turismo tradizionale (dunque non ecoturistiche) definite, anche qui come nella precedente indagine, ‘turismo comfort e svago’; la seconda spiega il 10,3% della varianza e rileva un mix di preferenze per attività che possono essere incluse in una vacanza ecoturistica e di attività in genere legate al turismo sportivo in natura ed è stata definita come ‘sport e avventura in natura’ in analogia a quanto già fatto in precedenza; la terza spiega il 7,6% di varianza e rileva le preferenze per attività generalmente incluse nelle vacanze ecoturistiche. Tale dimensione è stata quindi denominata ‘turismo natura e cultura’. Anche in questo caso, poi, l’analisi fattoriale ha evidenziato come le preferenze per talune attività possano trovarsi associate contemporaneamente a dimensioni distinte (cfr. Passafaro et al, in stampa). Un caso tipico è quello del trekking che qui, come nella precedente ricerca, è stato trovato associato sia alle attività ‘turismo natura e cultura’ che a quelle ‘sport e avventura in natura’. Nella precedente indagine, è stato mostrato come tale fenomeno possa essere legato all’esistenza di persone le cui preferenze sono tendenzialmente classificabili a cavallo tra due (o più) tipologie di vacanza (Passafaro et al., in stampa).

	<i>M</i>	<i>DS</i>	<i>F1</i>	<i>F2</i>	<i>F3</i>
albergo***	6,20	,94	,63		
parcheggio privato	5,94	1,14	,63		
appartamento in residence	5,40	1,31	,62		
discoteche pub	5,35	1,42	,50		
ristorante	5,89	1,17	,48		
golf, tennis, calcetto,	5,29	1,12	,43		
baita Chalet comfort	6,20	1,25	,39		
centri commerciali	4,84	1,49	,39		
tenda	2,53	1,73	-,21	,70	
arrampicata, percorso avventura	4,52	1,20		,69	
camper bungalow	3,06	1,67		,61	
rifugio ostello	4,82	1,71		,53	
escursioni a cavallo, con racchette, sleddog	5,46	1,14		,46	
corsi vela, parapendio, rafting	4,44	1,15		,41	
al sacco	4,46	1,58		,35	
corsi di sub invernali	3,88	1,14		,35	
incontri con abitanti e artigiani locali	5,59	,93			,73
iniziative culturali (cineforum, libri, teatro)	5,25	1,27			,60
corsi degustazione	5,82	1,17			,59
visite guidate al patrimonio artistico	5,93	1,15			,54
<i>cene in baita</i>	<i>6,08</i>	<i>,91</i>	<i>,48</i>		<i>,28</i>
sala ballo teatro lettura	5,37	1,17	,28		,48
patii attrezzati per prendere il sole	5,44	1,43	,53		,28
centro medicosanitario	6,72	,60	,39		,28
bar fast food	4,28	1,36	,36	,30	
appartamento in affitto	4,83	1,60	,40	,38	
agriturismo	5,92	1,02	,40	,26	
nolo sci, snowboard, motoslitta	5,92	1,24	,32	,33	
pesca sportiva	4,15	1,17	,28	,32	
trekking	5,36	1,22		,56	,20
camera	5,54	1,25		,40	,34
osservazione naturalistica	5,16	,97		,34	,27
miniclub	5,21	1,4		,22	,30
visite guidate siti geologici e naturali	6,11	,91		,20	,37

Nota. Metodo estrazione: fattorizzazione dell'asse principale; metodo rotazione: Varimax con normalizzazione di Kaiser; Non sono riportati i pesi fattoriali inferiori a .20 in valore assoluto.

**Tabella 2:** Media (M) Deviazione Standard (DS) e pesi fattoriali degli indicatori delle preferenze per specifiche attività/servizi turistici, tipologie di alloggio e modalità di consumo dei pasti sui tre fattori estratti.

*Correlazioni tra preferenze e atteggiamenti e valori pro-ambientali.* La tabella 3 evidenzia l'esistenza di correlazioni positive statisticamente significative tra l'adesione a valori e atteggiamenti antropocentrici, egoistici e conservatori e la preferenza complessiva per le attività e i servizi del 'turismo comfort e svago', mentre la preferenza per attività e servizi del turismo 'natura e cultura' appare correlare negativamente con gli stessi atteggiamenti e valori. Quest'ultima correla invece positivamente con l'atteggiamento pro-ecoturismo. Tuttavia, in questo studio come nel precedente, le correlazioni evidenziate non sono sempre elevatissime, segno che le preferenze per le vacanze di tipo ecoturistico possono in alcuni casi anche essere indipendenti dall'atteggiamento e i valori pro-ambientali delle persone. Appare allora importante comprendere in quali casi ciò si verifica.

	M	DS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. comfort/svago	5.74	.75	.72	--	--	--	.34**	--	--	.42**	.32**	.29**	--	.15	-.16
2. sport/avventura/natura	4.15	.86		.74	.14	--	-.18	--	.11	--	--	.13	.12	--	--
3. cultura/natura	5.74	.76			.71	.19	-.22*	-.23*	.17	-.14	.10	--	.15	--	.46**
4. ecocentrismo	3.13	.45				.69	.11	-.50**	.54**	--	.39**	.36**	.53**	-.36**	.13
5. antropocentrismo	1.92	.59					.64	.10		.34**	.22*	.16	--	--	-.22*
6. apatia	.67	.49						.60	-.50**	--	-.36**	-.30**	-.43**	.30**	-.24*
7. val. altr	4.30	.83							.68	--	.43**	.39**	.70**	-.21*	.19
8. val. ego	1.77	1.15								.65	.24*	.31**	--	.17	-.15
9. val. cons	4.03	.73									.45	.43**	.57**	--	.17
10 ap. camb	3.45	.99										.70	.44**	--	.11
11. val bio	4.10	.95												.85	-.12
12. att. antieco	2.34	1.21													.52
13. att. proeco	5.51	1.04													-.27**
															.54

Nota: comfort/svago = preferenza per attività turistiche del tipo comfort/svago; sport/avventura/natura= preferenza per attività turistiche del tipo sport avventura in natura; cultura/natura= preferenza per attività turistiche del tipo natura e cultura; val altr= valori altruistici; val ego = valori egoistici; val cons = valori conservatori; ap.camb = valori di apertura al cambiamento; val bio = valori biosferici; att anti eco = atteggiamento sfavorevole verso il turismo sostenibile; att pro-eco = atteggiamento favorevole al turismo sostenibile; sono riportate solo le correlazioni > .10; \*\* p<.01; \* p<.05. Per le variabili aggregate in diagonale sono riportate le stime dell'attendibilità sulla base dell'indice  $\alpha$  di Cronbach.

**Tabella 3:** Medie, Deviazioni Standard, stime attendibilità e correlazioni di Pearson tra atteggiamenti pro ambientali, valori umani e preferenze turistiche

*Analisi del Cluster.* Per la costruzione degli aggregati relativi alle tre dimensioni estratte dalle preferenze per attività e servizi si è deciso di escludere, oltre agli item con saturazioni fattoriali inferiori a .40, anche gli item con saturazioni su più fattori. Gli item esclusi dal computo delle variabili aggregate che rappresentano le tre dimensioni individuate sono stati tuttavia riutilizzati nella CA. Quest'ultima è stata dunque condotta sulle tre dimensioni principali ('turismo comfort e svago', 'turismo natura e cultura' e 'turismo sport e avventura in natura') più il set di attività e servizi che non si è potuto classificare in maniera univoca nelle tre dimensioni. Per quanto riguarda i risultati della CA, anche in questo caso, come nella ricerca precedente (Passafaro et al, in stampa), è stata scelta una soluzione a 4 cluster che consentiva una separazione adeguata ed una interpretazione significativa dei gruppi. Osservando i centroidi dei gruppi (rif. tabella 4), è stato possibile evidenziare come i 4 cluster presentassero molti aspetti in comune con quelli già individuati nello studio precedente. Per tale motivo sono stati denominati in maniera simile: 1) 'turisti postmoderni' 2) 'vacanzieri *comfort* e *relax*' 3) 'ecoturisti *soft*' e 4) 'ecoturisti *hard*'.

Il primo cluster, relativo ai 'turisti post-moderni' identifica un gruppo di partecipanti (N=34) che ha manifestato preferenze più marcate degli altri per tutte o quasi le tipologie di attività e servizi considerate nella cluster analisi. Questo gruppo di rispondenti apprezza le attività legate al turismo di massa, ma anche gli sport a contatto con la natura, e i servizi della categoria 'natura e cultura'. Richiedono la presenza di un centro medico e di un mini club sul posto e non hanno problemi a consumare i pasti nei *fast-food* o alloggiare in appartamenti o camere in affitto.

Il secondo cluster, quello dei 'vacanzieri *comfort* e *relax*' (N=14), è composto da persone che presentano punteggi da intermedi a bassi su molte delle dimensioni rilevate. Queste persone, mostrano una leggera preferenza per attività e servizi legate al turismo di massa, e uno scarso interesse per il turismo 'cultura e natura'. Non disdegnano il consumo dei pasti nei *fast-food* e la presenza di un centro medico per ogni evenienza, tuttavia apprezzano comparativamente meno le attività impegnative (almeno quelle da noi proposte) o le soluzioni più spartane di alloggio (come la camera in affitto).

Il terzo cluster, 'ecoturisti *soft*' (N=38), appare composto da persone che associano ad una spiccata preferenza per attività e servizi legati al turismo 'natura e cultura' una scarsa propensione per attività impegnative sul piano fisico come quelle del 'turismo sport e avventura' e del trekking. A quest'ultimo preferiscono l'osservazione naturalistica che probabilmente deve assumere la forma di passeggiate non impegnative e possibilmente confortevoli. Non disdegnano le attività del turismo 'comfort e svago', ossia più di massa, apprezzando la presenza di sale da ballo e miniclub sul luogo di villeggiatura, ma non particolarmente la possibilità di pranzare in un *fast-food* o al sacco.

Il quarto cluster, 'ecoturisti *hard*' (N= 12), è infine composto da rispondenti che presentano punteggi elevati sulla dimensione 'turismo natura e cultura' e 'turismo sport e avventura in natura', e

per contro i punteggi più bassi di preferenza per attività e servizi legati al ‘turismo comfort e svago’, ossia più tradizionale e di massa. Apprezzano un turismo anche spartano, ma lontano dai *fast-food*, dalle sale da ballo e dai miniclub, preferendo attività anche impegnative di trekking ed osservazione naturalistica.

	C1		C2		C3		C4	
	M	DS	M	DS	M	DS	M	DS
turismo comfort e svago	6,00	0,52	5,76	0,48	5,6	0,62	4,61	0,82
turismo sport avventura in natura	4,72	0,73	4,00	0,63	3,7	0,7	4,13	1,05
turismo cultura e natura	5,95	0,53	4,65	0,60	5,82	0,68	6,15	0,6
agriturismo	6,41	0,89	6,07	0,73	5,76	0,94	4,91	1,16
appartamento in affitto	5,97	0,86	5,14	1,16	3,92	1,66	4,16	1,46
camera	6,26	0,99	4,14	1,16	5,36	1,07	5,66	1,07
bar fast food	5,05	1,09	4,85	0,86	3,73	1,28	3,16	1,33
cene in baita	6,55	0,61	5,78	0,89	6,05	0,92	5,16	0,83
patii attrezzati per prendere il sole	6,20	1,14	4,85	1,16	5,36	1,34	4,25	1,65
sala ballo teatro lettura	5,70	1,11	4,14	1,02	5,73	0,75	4,75	1,42
nolo sci, snowboard, motoslitte	6,58	0,70	6,50	0,94	5,47	1,28	4,83	1,33
miniclub	5,79	1,14	4,00	0,96	5,42	1,48	4,33	0,98
centro medico-sanitario	6,97	0,17	6,42	0,75	6,89	0,31	5,83	0,93
pesca sportiva	4,52	1,10	3,85	1,16	4,23	1,05	3,16	1,26
osservazione naturalistica	5,32	1,00	4,64	0,74	5,23	1,02	5,08	0,79
trekking, camminata nordica	6,05	0,95	4,57	0,75	4,86	1,25	5,91	0,99

Nota. C1, C2, C3, C4 = Cluster 1, Cluster 2, Cluster 3, Cluster 4

**Tabella 4:** Distribuzione delle Medie (M) e Deviazioni Standard (DS) dei 4 cluster sulle variabili utilizzate nella CA

*Differenze tra le medie.* Le ANOVA condotte evidenziano l'esistenza di differenze statisticamente significative tra le medie dei 4 gruppi soprattutto per quanto riguarda età ( $F_{3,97} = 6,470$ ;  $p < .001$ ), ecocentrismo ( $F_{3,97} = 3,161$ ;  $p = .028$ ), valori altruistici ( $F_{3,97} = 3,447$ ;  $p < .020$ ), apertura al cambiamento ( $F_{3,97} = 4,528$ ;  $p < .01$ ), valori biosferici ( $F_{3,97} = 3,176$ ;  $p = .028$ ) e preferenza per località con molti servizi turistici ( $F_{3,97} = 3,241$ ;  $p = .026$ ). La tabella 5 mostra come le differenze appaiano coerenti con l'interpretazione proposta per i quattro gruppi nella cluster analisi. Si può notare, ad esempio, come il gruppo degli 'ecoturisti *hard*' si distingua dagli altri per livelli comparativamente più bassi sia di apprezzamento dei servizi turistici che di indifferenza per le questioni ecologiche. Sul versante opposto, invece il gruppo dei 'vacanzieri *comfort* e *relax*' mostra altrettanta coerenza tra le proprie preferenze turistiche e gli orientamenti ambientali. In particolare per questi si rileva una marcata preferenza per località con molti servizi per i turisti, valori comparativamente più elevati di atteggiamento negativo verso la sostenibilità turistica (e più bassi di atteggiamento pro-sostenibilità turistica), ai quali fanno eco atteggiamenti meno ecocentrici e meno biosferici rispetto agli altri gruppi. Per gli altri 2 gruppi invece (i 'turisti post-moderni' e gli 'ecoturisti *soft*'), si rilevano posizioni tendenzialmente più ambivalenti rispetto a questi fattori. Ad esempio, entrambi sembrano sia apprezzare località con molti servizi turistici che dichiarare attenzione per le tematiche ecologiche e per l'assunzione di responsabilità sociale e ambientale anche in vacanza. Per quanto riguarda la distribuzione in relazione a sesso ed età 'ecoturisti *hard*', 'eco turisti *soft*' e 'turisti post-moderni' presentano un'età media tra loro più omogenea (tra i 39 e i

43 anni) e più alta rispetto ai ‘vacanzieri comfort e relax’ (intorno ai 26). Infine, sebbene le differenze di genere non risultino statisticamente significative, va comunque notato come tra gli ‘ecoturisti *hard*’ prevalgano le donne (9 contro 3), mentre tra i ‘vacanzieri comfort e relax’ prevalgono gli uomini (9 contro 5).

	C1		C2		C3		C4	
	M	DS	M	DS	M	DS	M	DS
età	39,06	12,79	26,29	8,38	43,84	14,07	41,25	13,00
prefserv	4,05	0,88	4,14	0,86	3,94	0,83	3,16	1,26
ecocentrismo	3,25	0,38	2,82	0,35	3,16	0,51	3,11	0,44
antropocentrismo	1,98	0,54	1,95	0,30	1,94	0,66	1,68	0,71
apatia	0,59	0,51	0,89	0,55	0,65	0,43	0,7	0,49
val altr	4,58	0,73	3,83	1,01	4,31	0,76	4,05	0,78
val ego	1,83	1,14	2,21	0,93	1,64	1,19	1,52	1,25
val cons	4,08	0,68	3,95	0,61	4,15	0,66	3,58	1,04
ap camb	3,92	0,83	3,38	0,89	3,20	0,91	3,02	1,33
val bio	4,40	0,83	3,61	1,01	4,14	0,84	3,72	1,23
att anti-eco	2,10	1,27	2,92	1,11	2,32	1,18	2,38	1,22
att pro-eco	5,67	1,01	4,95	0,98	5,53	1,12	5,63	0,82

Nota: C1, C2, C3, C4 = Cluster 1, Cluster 2, Cluster 3, Cluster 4; prefserv= preferenza per località con molti servizi turistici; val altr = valori altruistici; val ego = valori egoistici; val cons = valori conservatori; ap camb = valori di apertura al cambiamento; val bio = valori biosferici; att anti eco = atteggiamento sfavorevole verso il turismo sostenibile; att pro-eco = atteggiamento favorevole verso il turismo sostenibile.

**Tabella 5:** Distribuzione delle Medie (M) e Deviazioni Standard (DS) dei 4 cluster in base alle preferenze per località con molti servizi turistici, agli atteggiamenti ambientali, ai valori personali e agli atteggiamenti verso l’ecoturismo

## Conclusioni

La ricerca qui presentata rientra nell’ambito di un’indagine più ampia che mira ad esplorare le relazioni tra gli orientamenti pro-ambientali (atteggiamenti e valori) e le preferenze turistiche delle persone. Le analisi confermano i risultati ottenuti in uno studio precedente analogo (Passafaro et al., in stampa) che ha mostrato come ad atteggiamenti tendenzialmente orientati in senso pro-ambientale si associno generalmente preferenze per attività e servizi qui classificati (sulla base della letteratura internazionale) come ‘ecoturistici’. In via generale, si può dunque sicuramente affermare che chi mostra attenzione per le questioni ecologiche tenda anche a preferire un turismo più a contatto con la natura, a evidenziare interesse per la cultura e la storia delle comunità locali e a scegliere attività e servizi che presentano un impatto ambientale più contenuto rispetto a quelle del turismo tradizionale o di massa. Tuttavia, è importante sottolineare come le correlazioni rilevate in questo e nel precedente studio non risultino in ultimo elevatissime, segno che gli orientamenti ambientali delle persone sono in grado di spiegare solo in parte le preferenze turistiche ed ecoturistiche individuali. Tali relazioni sono probabilmente moderate o mediate da altri fattori che si è cercato di individuare attraverso la conduzione di analisi per sottogruppi. In tal modo si è potuto notare l’esistenza di gruppi le cui preferenze turistiche appaiono relativamente coerenti con gli atteggiamenti ambientali espressi, e di altri gruppi per i quali invece atteggiamenti ambientali e preferenze turistiche sembrano entrare in contraddizione. Ad esempio, è stata rilevata la presenza di soggetti che pur dichiarando atteggiamenti marcatamente pro-ambientali, preferiscono comunque

attività e servizi decisamente collocabili nell'ambito del turismo di massa e dunque ad elevato impatto ambientale. E' probabile dunque che l'atteggiamento pro-ambientale sia un buon predittore delle preferenze turistiche individuali soltanto per alcune persone ed in particolare per coloro che mostrano bassi livelli di ambivalenza negli atteggiamenti verso le questioni ecologiche e che tendono ad essere anche coerenti con questi nelle loro scelte turistiche. Ma a cosa può essere dovuta tale incongruenza? In altra sede abbiamo già sottolineato come la coerenza tra atteggiamenti manifesti e scelte comportamentali non possa essere data per scontata quando si tratta di questioni ambientali (Bonnes, Passafaro, Carrus, in stampa) e questo per almeno due possibili motivi. Il primo è di tipo metodologico e riguarda la difficoltà a costruire strumenti di misurazione degli atteggiamenti ambientali in grado di cogliere in maniera puntuale le varie sfaccettature di tali atteggiamenti, che vengono spesso considerati monodimensionali, quando invece sono, con molta probabilità, multidimensionali (cfr. Bonnes et al., in stampa). Il secondo riguarda invece la natura delle problematiche ambientali stesse e dei comportamenti di rilevanza ecologica. Questi ultimi infatti fanno sempre sorgere il dilemma su come conciliare le aspirazioni individuali al soddisfacimento di bisogni e motivazioni personali con i limiti sempre più evidenti di sfruttamento delle risorse ambientali (e umane!!) esistenti. Mentre nel complesso tutti si dichiarano, in linea teorica, d'accordo con l'idea che ambiente e risorse sociali andrebbero gestite in maniera più sostenibile, non tutti sono disposti a rinunciare poi alla soddisfazione contingente delle proprie esigenze personali per raggiungere tale obiettivo. E' probabile dunque che tra i moderatori della relazione tra atteggiamenti ambientali e preferenze turistiche vi sia l'ambivalenza degli atteggiamenti stessi nonché la disponibilità individuale a rinunciare al soddisfacimento dei propri bisogni e aspettative. Se è vero dunque, come ha mostrato in passato la letteratura sulle motivazioni turistiche, che tra i *push factors* che spingono le persone ad andare in vacanza vi è la volontà di "staccare" dai problemi quotidiani che le affliggono, le nostre indagini rendono chiaro come, per alcune persone, al di là delle dichiarazioni di facciata, andare in vacanza significa allontanarsi anche dalle responsabilità dei problemi ambientali e sociali. Tutto ciò presenta implicazioni non solo teoriche (relative alla definizione della relazione atteggiamento-preferenza/comportamento/turistico) e metodologiche (relative alle modalità più adeguate di misurare gli atteggiamenti pro-ambientali), ma anche applicative e gestionali. Alcune di queste riguardano aspetti già messi in luce dalla letteratura sul *market segmentation* in campo turistico, ossia l'importanza, per la promozione dell'ecoturismo, di considerare le differenze interindividuali nelle necessità, aspettative e preferenze delle persone. E' importante in questo senso ribadire come tutte (o quasi) le persone tendano ad apprezzare in linea generale la presenza della natura (o di aspetti di questa) nel luogo di vacanza e molti amano anche svolgere attività ricreative e ludiche in essa. Come suggerisce anche la letteratura psicologico ambientale, le persone mostrano sempre un certo apprezzamento generale per i paesaggi naturali (cfr. per es. Berto, 2005; Hartig, 2004; Kaplan & Kaplan, 1989; Korpela, Kitta & Hartig, 2002; Scopelliti & Giuliani, 2004, 2005), questo non significa però che tutti affrontino una vacanza in natura con il medesimo atteggiamento. Gli psicologi ambientali hanno ad esempio evidenziato come le persone possano avere concezioni anche molto diverse su cosa sia la natura e quale rapporto si dovrebbe instaurare con essa, notando come persone diverse (ad esempio con diverso background culturale, educativo o lavorativo) possano preferire tipologie diverse di natura o paesaggi (Van den Berg, Vlek, Coeterier, 1998). Ad esempio non sempre gli ambienti "più naturali" risultano quelli maggiormente preferiti, poiché questi possono apparire meno attraenti o "scomodi" rispetto ad ambienti in cui la "natura" è sì presente, ma si mostra ben curata e ripulita, o per così dire "umanizzata" (cfr. Wohlwill, 1983; Williams, Cary, 2002; si veda anche Bonnes, Carrus, Passafaro 2006). Dal punto di vista gestionale dunque, organizzare e promuovere vacanze ecoturistiche significa anche tenere conto di queste diverse aspettative e atteggiamenti, se si vuole venire incontro alle esigenze del potenziale turista. Come già accennato però, la gestione dell'ecoturismo non può (o non dovrebbe) fermarsi alle questioni di attrazione e soddisfazione del "cliente", ma dovrebbe integrare anche e soprattutto quelle dell'etica sociale e della protezione ambientale. Ciò riguarda in primo luogo il problema dell'impatto sociale e ambientale delle infrastrutture turistiche e quello della distribuzione equa dei benefici alle popolazioni locali, ma riguarda anche il tema dell'educazione ambientale e civica del turista. In sostanza, secondo i principi teorici dell'ecoturismo, la vacanza ecoturistica non dovrebbe

esaurirsi con la soddisfazione del turista, ma dovrebbe portare ad una più intima trasformazione di questi in termini di conoscenze, atteggiamenti e valori. Questo implica in pratica la pianificazione di percorsi formativi oltre che ricreativi, i quali dovrebbero accompagnare l'esperienza turistica. Comprendere le differenze di atteggiamento e valori ambientali delle persone appare dunque importante anche in questo senso. Ma questo sembra al momento un ambito ancora tutto da sviluppare sia per la ricerca che per la pratica dell'ecoturismo e del turismo sostenibile in generale.

#### BIBLIOGRAFIA

- Berto, R. (2005). Exposure to Restorative Environments Helps Restore Attentional Capacity. *Journal of Environmental Psychology*, 25, 249-259
- Bonnes, M. & Bonaiuto, M. (2002). Environmental Psychology: from Spatial-Physical Environment to Sustainable Development. In R. Bechtel, A. Churchman, *Handbook of Environmental Psychology*. New York: Wiley.
- Bonnes, M., Carrus, G. & Passafaro P. (2006). *Psicologia ambientale, sostenibilità e comportamenti ecologici*. Roma: Carocci.
- Bonnes, M., Passafaro, P. & Carrus, G. (in stampa). The Ambivalence of Attitudes Toward Urban Green Areas: between Pro-Environmental Worldviews and Daily Residential Experience. *Environment and Behavior*.
- Cini, F., Leone, L. & Passafaro, P. (in stampa). Promoting Ecotourism Among Young People: A Segmentation Strategy. *Environment & Behavior*.
- Donohoe, H. M. & Needham, R. D. (2006). Ecotourism: The Evolving Contemporary Definition. *Journal of Ecotourism*, 3, 192-210.
- Fennell, D. (2001). A Content analysis of Ecotourism Definitions. *Current Issues in Tourism*, 4, 403-421.
- Fennell, D. (2003). *Ecotourism: an introduction* (2nd ed.). London: Routledge.
- Galley, G., & Clifton, S. (2004). The Motivations and Demographic Characteristics of Research Ecotourists: operation in Wallacea Volunteers in south-east Sulawesi, Indonesia. *Journal of Ecotourism*, 3, 69-82.
- Hartig, T. (2004). Restorative Environments. In Spielberger, C. (Ed.), *Encyclopedia of Applied Psychology*, Vol.3, (pp.273-278). San Diego: Academic Press.
- Kaplan, R. & Kaplan, S. (1989). *The Experience of Nature: A Psychological Perspective*. New York: Cambridge University Press.
- Korpela, K., Kytta, M. & Hartig, T. (2002). Restorative experiences, self-regulation and children's place preferences. *Journal of Environmental Psychology*, 22, 387-398.
- Laarman, J.G. & Durst, P.B. (1987). International Forestry: Nature Travel in the Tropics. *Journal of Forestry*, 85, 43-46.
- Lindberg, K. (1991). *Economic Policies for Maximizing Nature Tourism's Contribution to Sustainable Development*. Washington, DC: World Resour, Inst.
- Passafaro, P., Giannantoni, S. & Ludovici, S. (in stampa) Turismo, sostenibilità e atteggiamenti ecologici: uno studio sulle basi psicologico-sociali e ambientali delle preferenze ecoturistiche. In atti del V° Congresso ARIPT – Viterbo - Tarquinia 15 -17 ottobre 2009.
- Puggelli, R., Covelli, V. (2007) Le motivazioni alla scelta di una forma di turismo alternativo: l'ecoturismo. *Turismo e Psicologia*, n° 0 Atti del III° Congresso Nazionale ARIPT.
- Puggelli, R., Covelli, V. (2009) Rappresentazioni e sperimentazioni dell'ecoturismo tra i giovani turisti. *Turismo e Psicologia*, 2, 239-263.
- Schwartz, S.H. (1977). Normative Influences on Altruism. In L.Berkowitz (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, 10, 221-279.
- Schwartz S.H. & Bardi A. (2001). Value Hierarchies across Cultures, Taking a Similarity Perspective. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32, 268-290.

- Scopelliti, M. & Giuliani, M.V. (2004). Choosing Restorative Environments Across the Lifespan: A matter of Place Experience. *Journal of Environmental Psychology*, 24, 423-437.
- Scopelliti, M. & Giuliani, M. V. (2005). Restorative Environments in Later Life. An Approach to Well-being from the Perspective of Environmental Psychology. *Journal of Housing for the Elderly*, 19, 205-228.
- Stern P.C. & Dietz T. (1994). The Value Basis of Environmental Concern. *Journal of Social Issues*, 50, 65-84.
- Stern, P.C. (1992). Psychological Dimension of Global Environmental Change. *Annual Review of Psychology*, 43, 269-302.
- Stern, P.C., Young, O.R., Druckman, D. (eds.) (1992), *Global Environmental Changes: Understanding the Human Dimensions*. Washington D.C.: National Academy Press.
- Stern P.C. & Oskamp, S. (1987). Managing Scarce Environmental Resource. In D. Sotokols, I. Altman (eds.), *Handbook of Environmental Psychology*. New York: Wiley.
- Thompson, S.G.C. & Barton, M.A. (1994). Écocentric and Anthropocentric Attitudes Toward the Environment. *Journal of Environmental Psychology*, 14, 149-157.
- UNWTO - United Nation World Tourism Organization (2007). *Davos Declaration on Climate Changes and Tourism – Responding to Global Challenges*. Davos, Switzerland, 3-Oct 2007.
- Van Den Berg, A.E., Vleck, C.A.J. & Coeterier J.F. (1998). Group Differences in the Aesthetic Evaluation of Nature Development Plans: a Multilevel Approach. *Journal of Environmental Psychology*, 18, 141-157.
- Weaver, D.B. (2005). Comprehensive and Minimalist Dimensions of Ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 32, 439-455.
- Weaver, D. B. & L. J. Lawton (1999). *Sustainable Tourism: A Critical Analysis*. Research Report 1. Gold Coast, Australia: CRC for Sustainable Tourism.
- Weaver, D.B. & Lawton, L.J. (2002). Overnight Ecotourist Market Segmentation in the Gold Coast Hinterland of Australia. *Journal of Travel Research*, 40, 270-280.
- Weaver, D.B. & Lawton, L.J. (2007). Twenty Years on: The state of Contemporary Ecotourism Research. *Tourism Management*, 28, 1168-1179.
- Williams, K.J.H. & Cary J. (2002). Landscape Preferences, Ecological Quality, and Biodiversity Protection. *Environment and Behavior*, 34, 257- 274.
- Wohlwill, J. F. (1983). The Concept of Nature: A Psychologist's View. *Human Behavior & Environment: Advances in Theory and Research*, 6, pp. 5-37.