



TURISMO e Psicologia
Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione

**CHE TIPO DI TURISTA SEI?
IL RUOLO DEL TURISMO RESPONSABILE IN OTTICA CROSS-CULTURALE**

*Matilde Nuti
Valentina Tei*

Studentesse del corso magistrale di Psicologia del Turismo, Università di Padova



PADOVA UNIVERSITY PRESS

CHE TIPO DI TURISTA SEI? IL RUOLO DEL TURISMO RESPONSABILE IN OTTICA CROSS-CULTURALE

RIASSUNTO:

Quando si parla di turismo responsabile e turismo sostenibile si tende a utilizzare i due termini come sinonimo, quando in realtà comprendono concetti diversi, simili ma non intercambiabili. Il presente articolo vuole riflettere sul concetto di "turismo responsabile" differenziandosi dal "turismo sostenibile", in ottica cross-culturale ponendo l'accento sulle differenze che intercorrono tra giovani italiani e tedeschi. Per lo studio è stato proposto alle persone partecipanti un questionario in italiano o in tedesco con domande di tipo qualitativo per indagare gli aspetti e le differenze principali, tra i due campioni, riguardanti: la vacanza ideale, l'ultima vacanza, i luoghi visitati, ed infine, quale fosse per ogni partecipante la differenza tra turismo responsabile e turismo sostenibile. Sulla base dei risultati ottenuti, in futuro si potrà sviluppare un questionario, per indagare le differenze sul concetto di turismo responsabile in ottica cross-culturale.

Parole chiave: turismo responsabile, turismo sostenibile, differenze culturali, turismo cross-culturale

TITOLO IN INGLESE

ABSTRACT:

When we talk about the concepts of responsible and sustainable tourism we tend to use these two terms synonymously, when in fact they represent different concepts, similar but not interchangeable. The present article aims to observe the differences in the subjective understanding of "responsible tourism" in a cross-cultural setting by distinguishing it from "sustainable tourism". For the study we looked at the particular differences in the understanding of this term, questioning Italian and German students. We proposed a qualitative questionnaire to the participants to investigate the main similarities and differences, between the two samples, regarding: the ideal vacation, the last vacation taken, the places visited and finally the subjectively perceived differences between responsible tourism and sustainable tourism. From the results obtained, a questionnaire can be developed in the future to be proposed to the general population, Italian and German, to investigate the differences on the concept of responsible tourism from a cross-cultural perspective.

Keywords: responsible tourism, sustainable tourism, cultural differences, cross-cultural tourism

CHE TIPO DI TURISTA SEI? IL RUOLO DEL TURISMO RESPONSABILE IN OTTICA CROSS-CULTURALE

Introduzione

Per capire cosa si intenda per turismo responsabile è innanzitutto necessario distinguerlo dal turismo sostenibile, che secondo l'enciclopedia Treccani è definito come “l'insieme di quelle attività di fruizione turistica che non inducono la presenza di un numero eccessivo di utenti (incompatibile con la locale dotazione di risorse), non provocano la modificazione dei paesaggi e l'alterazione del genere di vita delle popolazioni ospiti, ma, piuttosto, associano queste ultime ai benefici del turismo, ripartendone i costi in misura equa, garantiscono forme di protezione delle risorse ambientali, evitandone usi distruttivi, e riescono a integrare il turismo nel quadro delle altre attività economiche praticate dalle popolazioni locali”.

Il turismo responsabile si differenzia dal turismo sostenibile in quanto è legato all'etica e alla sostenibilità (Andreotti, Sacco, 2011) quest'ultima intesa nei suoi aspetti ambientali, economici e sociali (Corvo, 2007). Il concetto risulta quindi essere un termine ombrello per varie forme di turismo (Laurent, 2003) come quelle di turismo solidale, equo o comunitario in cui al rispetto verso l'ambiente e le popolazioni locali si affianca la necessità di coinvolgere gli autoctoni (Béville et al., 2009).

La carta di Barcellona e Catalogna, che è stata redatta nel 2013 dopo la VII Conferenza internazionale sul turismo responsabile nelle destinazioni (ICRT) (Fadini, 2018) propone di assicurare il consenso del marketing e della popolazione all'interno della governance, esercitare una leadership che promuova la collaborazione dei residenti, per fare in modo che i loro interessi siano rispettati, distribuire il turismo in modo più uniforme sia nel territorio che nella società; garantire a lungo termine la sostenibilità economica, socio-culturale e ambientale del turismo in un territorio (Fadini, 2018).

Spesso in letteratura si tende a mettere in relazione il turismo responsabile con quello sostenibile; secondo alcuni studiosi alla scelta del turista di effettuare “un viaggio alternativo rispetto a quelli tradizionali e finalizzato alla conoscenza di culture e popolazioni di paesi del Sud America, dell'Africa, dell'Asia, anche come gesto di solidarietà e di condivisione con quei popoli e i loro problemi” (Corvo, 2005); per altri il turismo responsabile contiene un modello di viaggio che incorpora comportamenti rispettosi (Del Chiappa et al., 2009) c'è anche chi ritiene che la distinzione fra turismo sostenibile e responsabile non sia più esaustiva e vada superata (Andreotti e Sacco, 2011). Come le diverse definizioni mostrano oggi in Europa non esiste una definizione univoca del termine turismo responsabile e la sua accezione cambia a seconda del Paese e a seconda dell'angolatura da cui lo si intende (Davolio, 2009). Da qui si è pensato di adottare il termine al plurale per sottolineare la dicotomia tra l'approccio anglosassone e quello Mediterraneo dove il termine nel secondo caso abbraccia spesso i concetti di solidarietà e di equità sociale (Grigolli, 2011).

La Tourism European Network (TEN) è la prima rete europea ad occuparsi di un nuovo modo di concepire il turismo e risale al 1981, che dal 1986 fino al 1992 segue la rete Tourism with Insight (TwI) che negli anni è arrivata a comprendere al suo interno oltre trenta organismi in ambiti diversi. Nel 1988 vengono fondate l'Associazione Italiana per il Turismo Responsabile (AITR) per lo più ONG e associazioni tra le fondatrici e in Germania il Forum Anders Reisen piccoli e medi operatori nella seconda. Dal 2004 sono nati diversi accorpamenti nazionali, tra cui si ricordano: L'Association pour un Tourisme Equitable et Soutainible (ATES), il Foro de Turismo Responsable (FTR), la Coalition Internationale pour un Tourisme Responsable (CITR), la rete Agir Responsable En Méditerranée par le Développement du Tourisme Solidaire (AREMDT), la European Alliance of Responsible Tourism and Hospitality (EARTH) (Fadini, 2013).

Nel 1999 l'Agenzia per il Turismo delle Nazioni Unite (UNWTO) ha redatto un codice etico in riferimento alla responsabilità nel turismo. Nel documento si argomenta “la comprensione e la promozione dei valori etici comuni, in uno spirito di tolleranza e di rispetto per le diversità”. Nel 2005 è stato redatto il “The Responsible Tourist and Traveller” come Vademecum (Fadini, 2013). Le

caratteristiche chiave del turismo responsabile sono state delineate dall'International Centre for Responsible Tourism (ICRT):

1. Minimizzare gli impatti negativi di tipo economico, ambientale e sociale;
2. Generare maggiori benefici economici per la popolazione locale; favorire il benessere delle comunità ospitanti; migliorare le condizioni di lavoro e l'accesso lavorativo al settore turistico;
3. Coinvolgere le popolazioni locali nelle decisioni che riguardano le proprie vite e le proprie possibilità;
4. Contribuire positivamente alla conservazione del patrimonio naturale e culturale, oltre che della biodiversità;
5. Far fare esperienze piacevoli ai turisti attraverso relazioni significative con la popolazione locale e la comprensione dei temi culturali, sociali e ambientali della destinazione turistica;
6. Favorire il turismo sociale (rendere accessibile a tutti il turismo);
7. Essere culturalmente sensibile, favorire il rispetto reciproco, rafforzare il senso di appartenenza e un clima di fiducia.

Obiettivi

Il presente studio vuole raccogliere le prime informazioni di base e in accordo con la letteratura, si propone di evidenziare quali siano i temi più rilevanti tra gli studenti italiani e tedeschi, chiedendo, tramite questionario, di individuare gli aspetti più rilevanti delle loro vacanze. È stato costruito un questionario attraverso la piattaforma Google Moduli dove si chiedeva di rispondere brevemente a 13 domande aperte.

Nello studio di Fadini (2018), viene evidenziato come ogni persona abbia un diverso capitale sociale e quest'ultimo possa variare a seconda del luogo e del momento storico. Oggi ciascun individuo potendo usufruire di molteplici risorse tecnologiche e sociali, secondo Romita (2010) sarebbe meno eterodiretto rispetto al passato e in grado quindi di effettuare scelte in modo più autonomo.

Inoltre, si deve tenere conto che i residenti dei luoghi turistici debbano avere un ruolo nella pianificazione e nella gestione delle strutture turistiche e del servizio offerto (Jamal & Stronza, 2009). Vivendo in questi luoghi turistici le loro vite, lavori e anche le infrastrutture sono intangibilmente legati. Dall'altra parte viene teorizzato che non ci sia bisogno del protagonismo delle comunità locali, dato che è più semplice assicurare loro dei benefici piuttosto che impegnarsi in collaborazioni che spesso sono difficili da applicare o anche da progettare (Wang, 1999). La consistenza numerica, il grado di identità e il senso di collettività da parte dei residenti, l'attaccamento o meno al proprio territorio; la consistenza di operatori turistici rispetto ai residenti sono alcuni dei fattori che influenzano le interazioni tra i turisti e le comunità locali che possono essere multilaterali o bilaterali (Fadini, 2018).

Infine, dipende dagli operatori la collaborazione con i residenti per dare loro voce nei progetti; nel primo caso anche i locali dovrebbero poter partecipare insieme agli attori cominciando dalla pianificazione, nel secondo caso l'industria turistica deciderà come comportarsi nei loro confronti e nei confronti della località (Fadini, 2018).

Nelle interazioni multilaterali il ruolo degli attori viene contemplato in una serie di iniziative che si sono evolute negli ultimi decenni (Bobbio, 2005).

Metodologia

Per il presente studio è stato proposto un questionario con domande di tipo qualitativo ad un campione di studenti italiani e tedeschi di età compresa tra i 20 e i 35 anni. Il questionario è stato creato su piattaforma online Google Moduli e comprende 13 domande; dopo il consenso informato sono state poste 3 domande sociodemografiche, 10 domande aperte a risposta breve dove è stato

chiesto ad ogni partecipante: di descrivere la vacanza ideale con tre aggettivi, 3 domande inerenti all'ultima vacanza, 2 domande per riflettere sui luoghi in cui si va in vacanza, infine, sono state poste 2 domande per capire come chi ha partecipato distingue il turismo sostenibile dal turismo responsabile.

Il questionario è stato successivamente tradotto in lingua tedesca e somministrato ai partecipanti.

Presentazione e discussione dei risultati

Il campione italiano è composto da 19 giovani studenti con un'età media di 23 anni (media=23.44, SD=1.76).

È emerso che la vacanza ideale per il campione si riassume nelle categorie: cultura, economia, avventura, divertimento, rilassamento, cultura locale, cibo tipico, arte, durata della vacanza (Fig. 1).

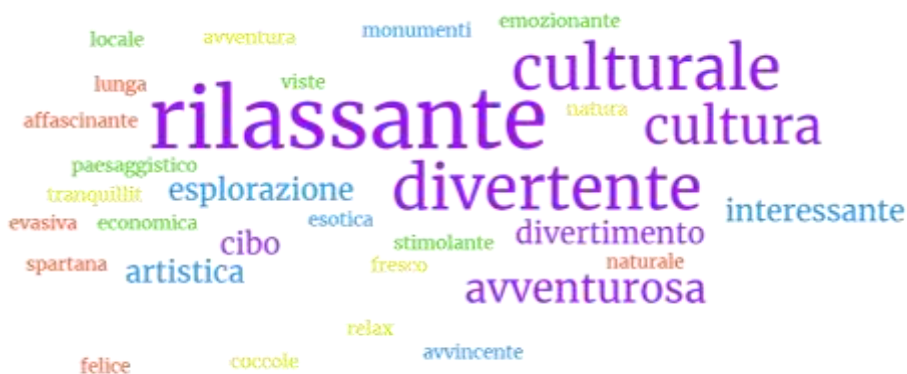


Fig. 1: rappresentazione grafica di tutte le parole usate dagli intervistati per descrivere la vacanza ideale. La grandezza delle parole è proporzionale alla loro frequenza.

Nella scelta della meta risultano essere importanti gli aspetti culturali, economici, naturalistici, le attrazioni e l'accessibilità tenendo conto anche degli aspetti legati al luogo, al clima, ai tipi di esperienze disponibili, alle persone con cui si va in vacanza, all'interesse per la località e al tempo a disposizione. I partecipanti hanno poi affermato di aver sostenuto le popolazioni locali attraverso l'economia, la cultura, l'acquisto di prodotti locali, il rispetto per l'ambiente. Per chi ha partecipato sono risultati essere importanti nella scelta dei mezzi per gli spostamenti il costo, la velocità e la comodità anche riguardanti l'accessibilità del luogo e l'impatto ambientale. Il campione italiano ha, inoltre, evidenziato che quando si va in vacanza in un luogo si possono sostenere le popolazioni locali attraverso l'economia e la pubblicizzazione del luogo attraverso social o passa parola.

Come possibili pericoli presenti nelle località turistiche un 26% ha risposto indicando le barriere linguistiche, la paura di perdersi, i furti etc.

Inoltre, i pericoli maggiori che sono stati individuati, sono la perdita del valore culturale del luogo, poi l'inquinamento e i rischi per la salute. Infine, al campione è stato chiesto di pensare a tre aggettivi inerenti il turismo sostenibile, da qui è emerso che gli aspetti più rilevanti sono: il rispetto, l'impatto economico, la responsabilità, la pulizia, la difficoltà, la gentilezza, l'avventura, l'eticità, la novità, sia un tipo di turismo dove è necessario adattarsi e sia un tipo di turismo migliore. Per quanto riguarda il turismo responsabile, invece, gli aspetti più rilevanti risultano essere: il rispetto, l'impatto economico, la difficoltà, l'avventura, sia migliore e consapevole oltre che sostenibile ed ecosostenibile, educativo, etico e organizzato.

Il campione tedesco era composto da 11 studenti con una età media era di 22 anni (media=22,63, SD=1.76) (tabella 2)

Un terzo degli intervistati ha risposto alla prima domanda (figura 2) su come descriverebbe la propria vacanza ideale con l'aggettivo "rilassato (entspannen)", altri aggettivi simili sono senza stress (stressfrei), spensierati (sorglos) o distensivo (erholsam). Inoltre, sono stati usati molti aggettivi attivi,

come sportivo (sportlich, 2), avventuroso (abenteuerlich, 3), perspicace (erkenntnisreich), interessante (interessant, 2) e attivo. Quindi la vacanza ideale sembra essere un equilibrio tra relax, ma anche varietà e una vasta gamma di attività.

Un'altra parola usata da tre partecipanti per descrivere la loro vacanza ideale è “soleggiato” (sonnig), che non sembra proprio rientrare in una delle categorie definite in precedenza. Tuttavia, il sole può essere tradotto in bel tempo che può rendere ogni attività più divertente o anche confortevole. Un'altra interpretazione potrebbe essere che la vacanza è stata associata a località mediterranee.



Fig. 2 Rappresentazione grafica di tutte le parole usate dagli intervistati tedeschi per descrivere la sua vacanza ideale.

Nella scelta della meta risultano essere importanti gli aspetti di accessibilità, i fattori economici, le caratteristiche del paesaggio, la buona cucina, gli aspetti culturali e climatici. I partecipanti ritengono di contribuire all'economia della popolazione locale usufruendo dei servizi di ristorazione, frequentando mercati e attività commerciali locali e hanno sottolineato l'importanza di essere rispettosi del territorio e di non aggravarne l'inquinamento. Inoltre, nella scelta dei mezzi per gli spostamenti il costo, l'efficienza e l'accessibilità sono stati evidenziati come fattori determinanti. Secondo le persone intervistate possibili pericoli per le mete turistiche sono: l'inquinamento dell'ambiente a causa di rifiuti o smog o inquinamento acustico, però anche la costruzione di strutture ed edifici turistici, come ad esempio resort, che provocano un impatto negativo sia a livello ambientale che culturale. Un altro pericolo è la dipendenza economica dal turismo. Da ultimo, al campione è stato chiesto di pensare a tre aggettivi inerenti al turismo sostenibile, è emerso che gli aspetti più rilevanti sono: ecologico (ökologisch), rispettoso dell'ambiente (umweltbewusst), rispettoso della popolazione locale, nonché attento all'utilizzo di mezzi a basso impatto ambientale.

Per quanto riguarda il turismo responsabile, invece, gli aspetti più rilevanti sono risultati essere il rispetto dell'ambiente. Viene ribadita l'attenzione al consumo delle risorse e l'interesse alla cultura locale.

Conclusioni

I risultati suggeriscono che ci siano alcune differenze tra gli intervistati italiani e tedeschi riguardanti la comprensione del turismo responsabile. Così i giovani tedeschi intervistati associano il concetto di turismo responsabile di più ad un comportamento rispettoso verso la natura e l'ambiente (risparmio di emissione di CO₂, non utilizzo di plastica...). Gli intervistati italiani sono più vicini alle problematiche quotidiane legate allo sviluppo turistico della propria nazione.

Una differenza emersa dal confronto dei due campioni è la varietà dei termini, infatti, nel caso del campione tedesco sono stati utilizzati più termini per definire il concetto di “rilassante” usando termini come “entspannt” (rilassato) e “stressfrei” (senza stress) o “sorglos” (senza preoccupazioni), in questo caso si può notare come per la lingua tedesca esistano più sfaccettature del concetto di “rilassante” o “relax”. In tabella 3 sono riassunti dei termini simili utilizzati tra gli italiani intervistati e tedeschi per descrivere la vacanza ideale.

Italiano	Tedesco
avventurosa	abenteuerlich
rilassante/relax	entspannt, stressfrei
esplorativo/viste	erlebnisreich
divertente	spaßig
affascinante	eindrucksvoll
interessante	interessant
felice ¹	erfüllend
lunga	lang
stimolante	vielfältig

Tabella 3. aggettivi in comune che sono stati usati per descrivere la vacanza perfetta

L'obiettivo di questo studio era di raccogliere alcune iniziali indicazioni sulla rilevanza di aspetti legati alla responsabilità e alla sostenibilità nella scelta turistica. In accordo con la letteratura, è emersa la difficoltà nel distinguere le due forme di turismo e come ci siano delle chiavi di lettura leggermente diverse nei due contesti culturali (più ambientaliste per i giovani tedeschi, più legate agli aspetti economici per quelli italiani).

BIBLIOGRAFIA

- Andreotti, S. - Sacco, F. (2011). *Evoluzione del concetto di turismo responsabile*, in Grigolli, P. (a cura di), *Turismi responsabili*, Milano, Franco Angeli.
- Barretto M.(2007) - "Turismo y Cultura", in Pasos, num. Speciale.
- Béville, G. - Laurent, A. - Vierier, L. (2009). *Tourisme responsable et territoires*, Paris, MAEE.
- Bobbio, L. (2005). *La democrazia deliberativa nella pratica*, Stato e Mercato 73.
- Corvo P.(2005) - "Il turismo sostenibile: tra teoria e prassi". In *Comunità, ambiente e identità locali*, a cura di A.Agustoni, Franco Angeli, Milano.
- Corvo, P. (2007). *Turisti e felici?*, Milano, V&P.
- Davolio, M. (2009). *Una vision del turismo responsabile en Europa*, Tres 0.
- Del Chiappa G., Grappi S. e Romani S.(2009) - *The responsible tourist's behaviour: an empirical analysis in Italy*, intervento all'VIII Congresso Internazionale "Marketing Trends". Parigi, 16-17 gennaio.
- Eberle, A. (2021). *Il tema del turismo responsabile e il prodotto eco-turistico. Il caso Mandala Organic Tours*.

¹ traduzione non letterale
TURISMO E PSICOLOGIA, 16 (1), 2023

- Fadini, S. (2018). *Il turismo responsabile e il rapporto coi residenti*. *Rivista di Scienze del Turismo-Ambiente Cultura Diritto Economia*, 4(1-2), 83-102.
- Fadini, S. (2013) *Le comunità locali nel turismo responsabile*.
- Grigolli P. (2011) - (a cura di) - *Turismi responsabili*. Franco Angeli, Milano.
- Goodwin H.(2009) - "Taking responsible for tourism", in *ICRT occasional paper*, n.12.
- Jamal, T. - Stronza, A. (2009). *Dwelling with ecotourism in the Peruvian Amazon: cultural relationships in local-global spaces*, *Tourist Studies* 8 (3).
- Laurent, A. (2003). *Caractériser le tourisme responsable facteur de développement durable*, Paris, DGCID-MAÉ.
- Romita, T. (a cura di) (2010). *Il turismo residenziale*, Milano, Franco Angeli.
- Wang, N. (1999). *Rethinking authenticity in tourism experience*. *Annals of Tourism Research* 26 (2).
- Wearing, S. - McDonald, M. - Ponting, J. (2005). *Building a de commodified research paradigm in tourism: the contribution of NGOs*, *Journal of Sustainable Tourism* 13 (5).

SITOGRAFIA

- <https://www.treccani.it/enciclopedia/turismo-sostenibile>