



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE
FACOLTÀ DI ECONOMIA “GIORGIO FUÀ”

Corso di Laurea triennale in economia e commercio

**LA SOSTENIBILITÀ DELLE DESTINAZIONI
TURISTICHE: OPPORTUNITÀ E SFIDE**

**THE SUSTAINABILITY OF TOURIST
DESTINATIONS: OPPORTUNITIES AND
CHALLENGES**

Relatore:
Prof. Temperini Valerio

Rapporto Finale di:
Cappanera Elia

Anno Accademico 2021/2022

INDICE:

INTRODUZIONE.....	2
Capitolo 1: IL TURISMO SOSTENIBILE	
1.1 La sostenibilità.....	3
1.2 Il turismo oggi.....	5
1.3 Creare valore per il territorio.....	7
Capitolo 2: CONTRIBUTO DELLA RICERCA	
2.1 Strategie.....	9
2.2 Gestione e analisi degli eventi.....	12
2.3 Organismi.....	13
Capitolo 3: DESTINAZIONI	
3.1 Caratteristiche, attrattività e competitività delle destinazioni.....	16
3.2 Mete internazionali e locali.....	19
Capitolo 4: RISULTATI OTTENUTI E ANALISI OBIETTIVI	
4.1 Progressi compiuti.....	23
4.2 Goals.....	26
CONCLUSIONE.....	31
BIBLIOGRAFIA.....	32
RINGRAZIAMENTI.....	33

INTRODUZIONE

La tesi affronterà l'argomento del turismo sostenibile nelle sue varie sfaccettature, dal generale fino ai suoi aspetti più concreti.

Il primo capitolo tratterà della sostenibilità in tutte le sue dimensioni, a livello economico, ambientale e socioculturale, come tale tema viene visto e affrontato al giorno d'oggi e soprattutto l'influenza del turismo che nei tempi moderni ha visto e subito molteplici cambiamenti, coinvolgendo in primo luogo il turista e le sue scelte di consumo.

Nel secondo capitolo l'argomento centrale è il contributo che la ricerca e i vari organismi come l'ONU offrono a un turismo improntato sulla sostenibilità e quali sono le opportune strategie e analisi per creare valore nelle destinazioni percorrendo la medesima via sostenibile.

Il terzo capitolo tratterà le destinazioni più appetibili sempre secondo il modello della sostenibilità turistica partendo dall'Europa fino a livello nazionale e locale.

Infine, nell'ultimo capitolo si analizzeranno gli obiettivi raggiunti e da raggiungere in relazione all'Agenda 2030 e i relativi goals, con anche l'utilizzo di dati e grafici.

CAPITOLO 1: IL TURISMO SOSTENIBILE

1.1 LA SOSTENIBILITÀ

Negli ultimi anni un tema affrontato dagli studiosi del settore è la sostenibilità delle destinazioni turistiche e come i loro studi e ricerche possono contribuire a raggiungere gli obiettivi previsti per il suddetto scopo.

Il turismo è in continuo cambiamento perché direttamente connesso a vicende economiche, sociali e culturali in grado di modificare il panorama mondiale, anche la diversa distribuzione delle risorse e delle ricchezze influisce massicciamente sul turismo; perciò, si conviene che il modello di sviluppo turistico più opportuno sia quello orientato alla sostenibilità. Con le nuove tecnologie di informazione e comunicazione, si è diffusa una maggiore consapevolezza dell'impatto sociale ed ecologico-ambientale create dalla concentrazione di flussi di visitatori, per preservare l'ambiente da uno sviluppo massiccio e incontrollato l'attenzione si è focalizzata sul risparmio energetico e l'utilizzo di risorse rinnovabili, questo pensiero è stato ulteriormente accresciuto con la presa di consapevolezza di come il cambiamento climatico stia influenzando il pianeta, che con il riscaldamento globale sta subendo uno stravolgimento dei propri equilibri naturali rischiando danni irreparabili

se non si trova al più presto un soluzione. Su questo punto è di rilevante importanza il coinvolgimento degli stakeholders e dalla popolazione, facendo comprendere loro la rilevanza della questione, inoltre il global warming influenza notevolmente le varie destinazioni turistiche in cui il clima è a sostegno delle loro attrazioni principali.¹

A partire dal XX secolo la sostenibilità ha acquisito maggiore rilevanza in funzione delle precedenti rivoluzioni industriali e dei cambiamenti di rilievo a livello globale ancora oggi in corso, all'inizio era intesa solo con accezione di tematica ambientale, ma con il passare del tempo ha allargato il proprio significato anche all'ambito economico e socio-culturale, affiancandosi così al concetto di sviluppo, dato che le risorse non sono infinite, così come non è infinita la capacità del pianeta di assorbire gli scarti e rifiuti inquinanti.²

Di fronte a tutto questo, il 25 settembre 2015 è stata sottoscritta da 193 Paesi delle Nazioni Unite l'agenda 2030 dell'ONU per lo sviluppo sostenibile in cui sono fissati 17 obiettivi da raggiungere per il 2030 con l'obiettivo di assicurare un futuro migliore al pianeta e alla popolazione.³

¹ "Management per la sostenibilità dello sviluppo e la competitività delle destinazioni" (Mariangela Franch e Umberto Martini) p.17-19

² "Management per la sostenibilità dello sviluppo e la competitività delle destinazioni" (Mariangela Franch e Umberto Martini) p.21-24

³ ASVIS (Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile)

Questo perché la crescita e lo sviluppo devono essere accompagnati dal benessere della popolazione e la salvaguardia delle risorse naturali per garantire, come detto, un futuro di maggiore prosperità alla gente e al pianeta, inoltre a livello turistico anche l'economia trae notevole vantaggio da un ambiente meno inquinato e con un paesaggio più pulito.

1.2 IL TURISMO OGGI

Ci troviamo in un periodo storico in cui il progresso continua ad avanzare sempre più rapidamente e gli avvenimenti degli ultimi anni hanno contribuito notevolmente a modificare il panorama ambientale e sociale, il tema è dunque ampio e complesso per cui sono fondamentali le strategie sviluppate nei vari campi di ricerca per la creazione di sostenibilità e valore nel territorio⁴.

Innanzitutto, a partire dal dopo-guerra, il turismo è passato dall'essere un privilegio esclusivo a fenomeno di massa, ciò è maggiormente evidenziato nelle mete turistiche balneari e questo cambiamento ha portato a diversi risultati, se da un lato l'offerta turistica è notevolmente aumentata, dall'altro si evince l'incremento di uno sviluppo urbano incontrollato⁵ e per evitarlo è necessario preservare le risorse ambientali,

⁴ Rapporto SDGs 2022 p.5

⁵ Comunicare le destinazioni balneari

artistiche e culturali, ovvero i fattori di attrattività fondamentali per la competitività del territorio. Per far sì che ciò si verifichi, Ritchie e Crouch pongono al centro della questione la sostenibilità in tutte le sue sfaccettature e nell'ambito turistico l'elemento principale è la "capacità di carico", che si divide in ecologica riguardo il massimo numero di visitatori sopportabile, economica riguardo il limite massimo di riduzione della qualità percepita, sociale riguardo il limite delle funzioni non turistiche per evitare di danneggiare l'area.⁶

Al giorno d'oggi, la competitività dell'area mediterranea è considerevolmente aumentata e con la maggiore accessibilità al mercato turistico anche la competitività internazionale ne ha tratto benefici.⁷

Quindi vari sono i fattori che hanno contribuito a trasformare il ruolo del turismo come lo vediamo noi oggi, come detto in precedenza i cambiamenti maggiori sono figli del progresso e dei recenti avvenimenti storici che hanno modificato drasticamente anche il piano socioculturale e ambientale a livello globale. Uno degli elementi centrali è il legame tra eventi e turismo, la cui definizione risulta essere composta da più

Il ruolo delle bandiere blu in Italia"

(Tonino Pencarelli) p.17

⁶ "Management per la sostenibilità dello sviluppo turistico e la competitività delle destinazioni (Mariangela Franch e Umberto Martini) p.243-244

⁷ "Comunicare le destinazioni balneari

Il ruolo delle bandiere blu in Italia"

(Tonino Pencarelli) p.17

sfaccettature e di conseguenza vari sono i punti interrogativi che ci si pongono per individuare con esattezza il concetto di evento turistico. Il consumatore moderno non ricerca più gli stessi requisiti di un tempo nei prodotti e servizi, questo non vale solo per il turismo ma in tutti gli ambiti del mercato. Oggi, infatti, il fulcro delle scelte del consumatore si basa sull'esperienza che un determinato prodotto o servizio è in grado di offrire; perciò, gli eventi turistici alla base della sostenibilità devono essere il frutto di un'offerta ad alto contenuto esperienziale tale da rimanere impressa nella mente del consumatore. Per questo motivo Pine e Gilmore hanno elaborato un modello di progressione del valore economico volto all'intercettazione della fruizione del tempo libero dei consumatori, dato che è proprio quest'ultimo ad alimentare i bisogni e le esigenze dietro alle scelte di consumo un tempo considerati futili, ciò, come già menzionato, è a dimostrazione del cambiamento subito dal consumatore e i suoi bisogni nel corso degli anni fino ad oggi⁸.

1.3 CREARE VALORE PER IL TERRITORIO

I beni e servizi per poter soddisfare le odierne esigenze del consumatore, oltre alla loro tradizionale offerta, dovranno essere arricchiti con nuovi

⁸ "Management per la sostenibilità dello sviluppo e la competitività delle destinazioni" (Mariangela Franch e Umberto Martini) p.219-220

valori esperienziali per riuscire a coinvolgere completamente il consumatore moderno sul piano sensoriale, perciò le caratteristiche più importanti per i prodotti sono l'unicità e l'innovazione, esse sono il risultato di vari aspetti e soluzioni tra cui il legame tra esperienza e territorio, su questo punto Maggiore e Rescinti ritengono opportuno far leva sul programma, la location e i servizi, ovvero i 3 elementi dell'event mix, a tal fine, le organizzazioni hanno il compito chiave di creazione degli eventi utilizzando capitale umano e artistico, ossia il capitale creativo per l'attrattività e lo sviluppo. Si è detto che l'organizzazione ha un ruolo centrale nel creare valore per il territorio, ma l'organizzatore responsabile degli eventi può avere forma diversa a seconda del numero dei soggetti coinvolti, il luogo dell'evento, le sue finalità, la natura giuridica e l'orizzonte temporale a cui si fa riferimento, l'evento è quindi l'output che si ottiene da un insieme di più fattori e dal contributo di più soggetti, anche esterni all'organizzatore.⁹

Un altro importante contributo viene fornito dal consumatore turista, colui a cui è rivolto l'evento, questo perché esso prende le sue decisioni tramite le proprie emozioni e può determinare il successo dell'evento stesso rendendosi disponibile come una sorta di co-produttore, in quanto,

⁹ "Management per la sostenibilità dello sviluppo e la competitività delle destinazioni" (Mariangela Franch e Umberto Martini) p.220-222

con il suo parere può fornire informazioni utili agli organizzatori. Con la sua partecipazione attiva, il consumatore definisce il clima situazionale per la percezione di autenticità dell'esperienza, può stabilire nuove classi di bisogni o apportare innovazioni con la propria creatività, ma una delle determinanti più influenti è il passaparola, dato che al giorno d'oggi le forme di comunicazione si sono sviluppate a tal punto da poter determinare l'esito di qualunque cosa. In sintesi, per mantenere la competitività, all'evento tradizionale va aggiunto un valore economico, sociale e territoriale che rappresentano la triplice dimensione della sostenibilità.¹⁰

CAPITOLO 2: CONTRIBUTO DELLA RICERCA

2.1 STRATEGIE

Per quanto riguarda l'ambito economico, il nocciolo della questione si concentra sulla pianificazione strategica e del management per cercare di rendere concreti gli obiettivi della sostenibilità all'interno dell'ambito turistico, spostando quindi l'attenzione da semplice questione ambientale

¹⁰ "Management per la sostenibilità dello sviluppo e la competitività delle destinazioni"
(Mariangela Franch e Umberto Martini) p.222-223

ad un livello manageriale e aziendale con l'elaborazione di opportune strategie.

Dunque, questo è il punto centrale per agevolare lo sviluppo delle mete turistiche, rafforzandone la competitività e valorizzando le risorse paesaggistiche, sociali e artistico-culturali del territorio con il mantenimento dell'equilibrio sociale, onde per cui è necessario utilizzare una logica improntata al lungo periodo e strategie di gestione manageriale, così da poter prevedere l'impatto dei flussi turistici sulle relative destinazioni. Con l'inserimento dell'amministrazione pubblica nell'ambito turistico si è giunti al concetto di government, il quale sta a significare l'importanza della gestione delle relazioni tra enti e imprese territoriali per il successo di un'offerta turistica sostenibile.¹¹

I fattori di un'offerta sostenibile sono vari, tra questi si annovera la natura delle relazioni tra agenti politici territoriali e l'attitudine dell'amministrazione pubblica a saper misurare i risultati delle politiche effettuate.

Invece, tra le difficoltà si riscontra la problematica di soddisfare le scelte in funzione a interessi alternativi dovuti alla presenza dei vari ambiti del turismo sostenibile, con il rischio di attuare percorsi diversi che

¹¹ "Management per la sostenibilità dello sviluppo e la competitività delle destinazioni" (Mariangela Franch e Umberto Martini) p.31-34

potrebbero risultare in conflitto tra loro. In questo senso però, un modello basato sulla partecipazione comporta la possibilità di condividere i vari compiti e responsabilità tra i diversi operatori territoriali, non limitandosi solo all'area economica, ma in tutti gli ambiti della sostenibilità, in questo modo si avrà un livello di controllo e analisi più approfonditi a beneficio della generalità, anche se non resta semplice tale pianificazione in un contesto disparato come le destinazioni turistiche.¹²

Per una corretta pianificazione è necessaria una mappatura delle risorse territoriali e un'attenta analisi del mercato in modo da determinare i segmenti target, su queste basi vanno poi creati eventi di valore per i segmenti selezionati e comunicare le proposte in maniera chiara e distinta dai competitors per fornire un valore esperienziale unico da rimanere impresso nella mente del consumatore, infine si passa alla misurazione dei risultati dell'evento con le dovute analisi.

¹² "Management per la sostenibilità dello sviluppo e la competitività delle destinazioni" (Mariangela Franch e Umberto Martini) p.36-38

2.2 GESTIONE E ANALISI DEGLI EVENTI

Nel capitolo precedente si è discusso del ruolo che giocano gli eventi per la creazione di valore nelle destinazioni, mentre ora di come la pianificazione manageriale sia un fattore chiave per lo sviluppo di un modello turistico sostenibile.

In questo senso, Stokes denota l'acquisizione di un maggior rilievo della stakeholder theory che si basa sull'analisi strategica e interpretativa di eventi turistici e le interazioni tra individui, vedendo la pianificazione come un processo dinamico basato sulla partecipazione, al centro della quale è posta la comunicazione, quindi fornire le proprie idee ed ascoltare quelle altrui. Gli stakeholders sono i portatori di interesse e si dividono in due categorie, una comprende coloro che forniscono le risorse per gli eventi, mentre l'altra riguarda i fruitori dell'evento e sono i residenti, i visitatori e i turisti che possono essere coinvolti tramite l'ausilio di alcune tecniche quali i "tavoli di lavoro" per la cooperazione di enti pubblici e privati, i focus group che sono una tecnica qualitativa in cui si confrontano le proprie opinioni rispondendo a delle domande in maniera interattiva, forum pubblici e indagini sul grado di soddisfazione. Tale processo di cooperazione e coinvolgimento si sostanzia

sull'identificazione dei portatori di interesse in base a quelli da soddisfare prioritariamente e la conseguente analisi degli eventi. Quest'ultima fase di misurazione, anch'essa svolta in cooperazione, comporta una serie di risultati utili a capire cosa mantenere e come migliorare un evento nell'utilizzo e nell'allocazione delle risorse o nel porsi nuovi e diversi obiettivi.¹³

2.3 ORGANISMI

Sul tema della sostenibilità anche organismi internazionali si sono attrezzati un miglioramento delle condizioni attuali sia in ambito economico che per preservare l'ambiente e il patrimonio artistico-culturale.

Come già citato nel capitolo uno, l'ONU ha attuato un piano d'azione per garantire prosperità alla Terra, ovvero l'Agenda 2030 sottoscritta da 193 paesi delle Nazioni Unite il 25 settembre 2015 per lo sviluppo sostenibile con lo scopo di raggiungere entro il 2030 i 17 goals prefissati articolati a loro volta in 169 target e oltre a questi vi sono altri 240 indicatori, tutto questo per valutare la via sostenibile percorsa dai paesi

¹³ "Management per la sostenibilità dello sviluppo e la competitività delle destinazioni" (Mariangela Franch e Umberto Martini) p.224-226

sottoscrittori. L'agenda si fonda su cinque principi definiti le “cinque P” (fig.1), ognuna con uno specifico scopo, il primo punto riguarda le Persone e si sostanzia sulla pari dignità umana e sulla risoluzione della povertà nel pianeta, il secondo è la Prosperità e si basa sulla solidale coesistenza tra uomo e natura, il terzo principio è la Pace e il quarto è la Partnership per l'attuazione dell'Agenda, infine l'ultimo punto riguarda il Pianeta con l'obiettivo di preservare la natura e contrastare il cambiamento climatico.¹⁴

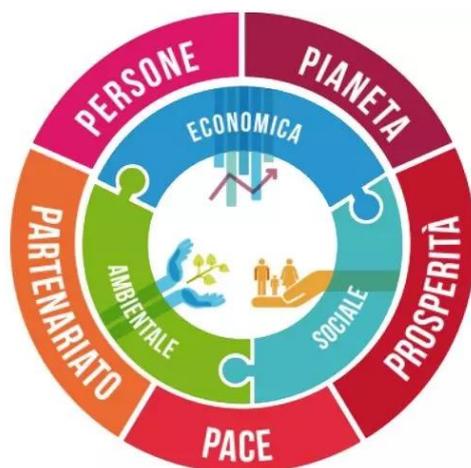


Fig.1 (ASVIS)

In questo senso ognuno deve contribuire alla sostenibilità del pianeta per risolvere le attuali problematiche comuni a tutte le nazioni e assicurare un futuro migliore alle nuove generazioni.

L'agenzia dell'ONU che si occupa del turismo sostenibile è l'UNTWO (United Nations World Tourism Organization), ovvero l'Organizzazione

¹⁴ ASVIS (Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile)

Mondiale del Turismo che ha sede a Madrid. Per promuovere lo sviluppo della sostenibilità turistica in Italia, l'UNTWO ha attuato una strategia apposita tra il 2017 e il 2022 basata sulla digitalizzazione dell'industria turistica coinvolgendo anche i piccoli borghi italiani considerati tra i più belli al mondo e che ha come punto fondamentale l'innovazione e la creazione di eventi. A seguito della pandemia covid-19 la strategia ha previsto tre punti fondamentali per la ripartenza, il primo a supporto delle destinazioni, il secondo si basa sull'utilizzo dei dati per l'analisi e le misurazioni, il terzo in riferimento all'Agenda 2030.¹⁵

Per quanto riguarda l'ambito europeo, l'UE (Unione Europea) ha finanziato un progetto che si protrarrà fino al 2023 per lo sviluppo turistico sostenibile in tutta Europa chiamato SmartCulTour (Smart Cultural Tourism as a Driver of Sustainable Development of European Regions) in partnership con l'UNESCO e varie università europee. Il fulcro del progetto è il turismo culturale e si sviluppa sulla base di specifici dati quali offerta, domanda e impatto del settore, per poi passare a concreti esperimenti in determinate località coordinati dall'UNESCO, valutandone infine la gestione turistica.¹⁶

¹⁵ UNTWO (United Nations World Tourism Organization)

¹⁶ UNRIC (Centro Informazioni Regionale delle Nazioni Unite)

CAPITOLO 3: DESTINAZIONI

3.1 CARATTERISTICHE, ATTRATTIVITÀ E COMPETITIVITÀ DELLE DESTINAZIONI

L'Italia è sempre stata una meta turistica di rilievo anche se dal 2001 ha registrato una riduzione di arrivi rispetto ai competitors (fig.2), ma essendo un concetto multidimensionale, la competitività non si esplica facilmente, la sua principale caratteristica è l'attrattività sia a livello micro che macro e quindi nel contesto internazionale e come menzionato nel primo capitolo si articola in ambientale, artistica e culturale.¹⁷



Fig.2 (Linkiesta.it)

¹⁷ "Management per la sostenibilità dello sviluppo e la competitività delle destinazioni"
(Mariangela Franch e Umberto Martini) p.241-243

Grande importanza è assunta dalla capacità delle destinazioni di sapersi inserire in nuovi contesti di mercato sempre in continuo cambiamento tramite la pianificazione di nuove strategie e l'innovazione della produzione; perciò, è necessario mantenersi informati sulle tendenze in circolazione e sui bisogni emergenti della popolazione, tutto questo sia per mantenere la competitività che per accrescerla percorrendo un sentiero sostenibile. A tal proposito, l'ultimo periodo ha visto un incremento della domanda turistica mossa da stimoli per la natura e la cultura e i soggetti promotori della domanda vengono definiti ecoturisti (fig.3).

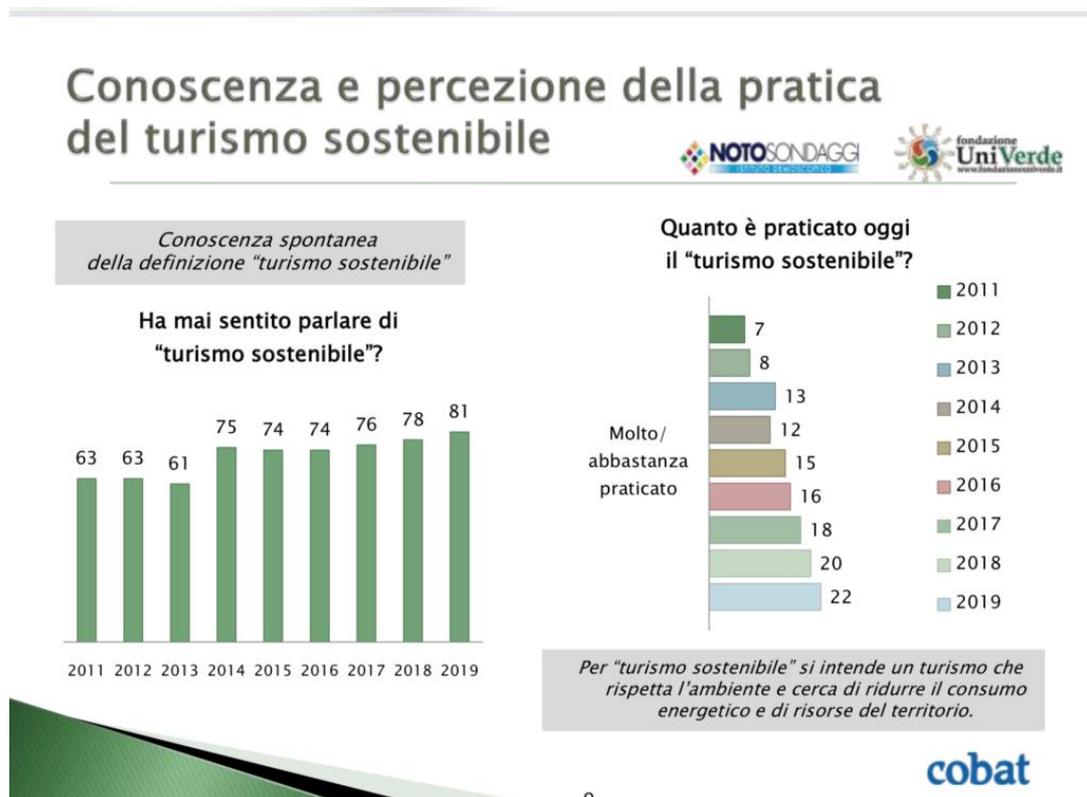


Fig.3 (Fondazione UniVerde)

Questa nuova e recente tipologia di turisti è fondata sul cosiddetto turismo delle 4L: la prima è Leisure, che unisce i valori del divertimento, del benessere e della conoscenza; la seconda è Landscape, la quale privilegia il paesaggio e la natura; la terza è Learning; concetto che si basa sulla possibilità di apprendere nuove tradizioni, usanze e culture locali; la quarta è Limit, con il fine di preservare le proprie risorse per poter offrire nuovi eventi con consapevolezza dei propri mezzi e limiti. Con tale cambiamento nel tempo delle scelte di un buon segmento di turisti è necessario rimanere sempre aggiornati e saper proporre nuove offerte che rappresentino un'innovazione rispetto agli eventi precedenti, l'elemento più importante da conquistare nel consumatore è quello emozionale, perché come specificato nei capitoli precedenti il consumatore moderno ha nuovi e diversi bisogni rispetto al passato e un nuovo ordine di priorità dove l'esperienza gioca un ruolo fondamentale, inoltre è altresì importante non solo rivolgersi alla massa, ma anche concentrarsi in un mercato di nicchia, visto il sorgere di tutti questi cambiamenti, dai bisogni del consumatore alle nuove opportunità di mercato.¹⁸

¹⁸ "Management per la sostenibilità dello sviluppo e la competitività delle destinazioni" (Mariangela Franch e Umberto Martini) p.40-41

Dunque, l'innovazione e l'informazione sono due punti centrali per accrescere la competitività delle destinazioni, ma vi sono anche molti altri fattori per aumentare l'attrattività, come delle adeguate e funzionali infrastrutture, o saper sfruttare gli elementi che la città offre, ad esempio promuovere la propria gastronomia e le proprie tradizioni con un'efficace campagna pubblicitaria e la stessa cosa vale per la promozione delle risorse naturali del luogo, è altrettanto importante mantenere l'ambiente pulito e libero dall'inquinamento, quindi, molti sono gli elementi che influiscono notevolmente sulla possibilità di migliorare dell'offerta turistica.

3.2 METE INTERNAZIONALI E LOCALI

Ora si passa all'analisi e alla descrizione delle destinazioni sostenibili italiane e internazionali che sfruttano maggiormente e con successo i requisiti di sostenibilità a livello ambientale, socioculturale ed economico; ogni paese o regione detiene un patrimonio di risorse da poter sfruttare per la sostenibilità del proprio territorio e che di conseguenza va necessariamente preservato; tutte queste caratteristiche rappresentano i requisiti per la candidatura come Destinazione Europea

di Eccellenza, la cui vincitrice dell'anno scorso è Middelfart in Danimarca.¹⁹

Tra le destinazioni che più di tutte rispecchiano i valori della sostenibilità troviamo Copenhagen, città ricoperta da molte aree verdi e con basso tasso di inquinamento e che punta a divenire ad emissioni zero entro il 2025, grazie anche all'uso di trasporti efficienti e poco inquinanti; altra città europea candidata a raggiungere le zero emissioni è Helsinki, che conta di raggiungere tale traguardo entro il 2035, puntando su un turismo sostenibile sia a livello ecologico, incentivando i turisti a lasciare puliti gli alloggi e i luoghi visitati, che economico, pubblicizzando i propri luoghi di interesse quali cattedrali e ampi parchi; anche Friburgo si prospetto come città ad alto tasso di sostenibilità con l'ampio utilizzo di biciclette per spostarsi e la vasta area boschiva che ricopre gran parte del territorio in cui non mancano luoghi di interesse turistico come il centro storico, cattedrali e quartieri tipici; ma queste sono solo alcune delle tante destinazioni europee improntate su un modello sostenibile.²⁰

¹⁹ https://single-market-economy.ec.europa.eu/news/eu-looking-european-destination-excellence-2023-2022-03-31_it

²⁰ <https://www.secondamanoitalia.it/vivere/turismo-sostenibile-nel-mondo-ecco-le-destinazioni-piu-ambite-del-2021/#:~:text=Rientrano%20Copenhagen%2C%20Costa%20Rica%2C%20Helsinki,salvaguardare%20le%20loro%20meraviglie%20naturali.>

L'Italia è anch'essa una nazione con molti punti di forza su cui basarsi per accrescere la competitività turistica delle destinazioni; innanzitutto pur essendo una piccola penisola dispone di paesaggi di ogni tipo, da quelli costieri a quelli montani e collinari, oltre a questo, l'Italia ha una storia millenaria che l'ha portata oggi ad avere un enorme patrimonio artistico-culturale e ad essere il paese con più siti UNESCO, inoltre può vantare una delle culture gastronomiche più famose e apprezzate al mondo.

Tra le mete più sostenibili italiane si riscontra il sud della Sardegna area non eccessivamente contaminata dal turismo, in quanto anch'esso se eccessivo e incontrollato può risultare dannoso per l'ambiente, onde per cui si è pensato a un piano basato sulla salvaguardia dell'ambiente e un'economia sostenibile; anche il Trentino ha stabilito degli obiettivi per i prossimi anni per uno sviluppo sostenibile in favore dell'Agenda 2030 promuovendo innovazione, il verde e la socialità; in Toscana invece, le città costiere si sono organizzate per la raccolta dei rifiuti e il recupero dalla plastica, liberando il mare e gli stabilimenti dall'inquinamento; anche l'Emilia-Romagna ha a cuore l'aspetto ecologico e il risparmio energetico aderendo a vari progetti volti a tali scopi, inoltre possiede un

gran numero di spiagge insignite delle bandiera blu;²¹ a tal proposito la bandiera blu è una certificazione conferita a località turistiche basata sulla tourist destination (destinazione turistica), il destination brand (marca di destinazione) e il destination branding, ovvero le attività volte alla sua creazione, per essere definita destinazione turista, la località deve essere dotata di determinate caratteristiche dette le “Cinque A”: attrattività, accessibilità, accoglienza, ambientazione e animazione.²² Per quanto riguarda le Marche è stata svolta una ricerca basata su indagini empiriche sull’orientamento delle imprese turistiche ad un modello sostenibile, dall’analisi si riscontra un buon livello di sostenibilità, ma rimane comunque una piccola percentuale di imprenditori che non ritiene rilevante l’argomento, le imprese si sono concentrate soprattutto su campagne di raccolta differenziata e risparmio di energia e acqua, le strutture maggiormente coinvolte sono gli agriturismi e molte iniziative sono state incentivate da soggetti pubblici, ma anche gli imprenditori hanno dato il loro contributo, invece, in ambito tecnologico, vanno ancora fatti passi avanti.²³

²¹ <https://travel.thewom.it/destinazioni/news-lowcost/viaggi-sostenibili-migliori-mete.html>

²² “Comunicare le destinazioni balneari
Il ruolo delle bandiere blu in Italia”
(Tonino Pencarelli) p.21-22

²³ “Management per la sostenibilità dello sviluppo turistico e la competitività delle destinazioni
(Mariangela Franch e Umberto Martini) p.389

CAPITOLO 4: RISULTATI OTTENUTI E ANALISI DEGLI OBIETTIVI

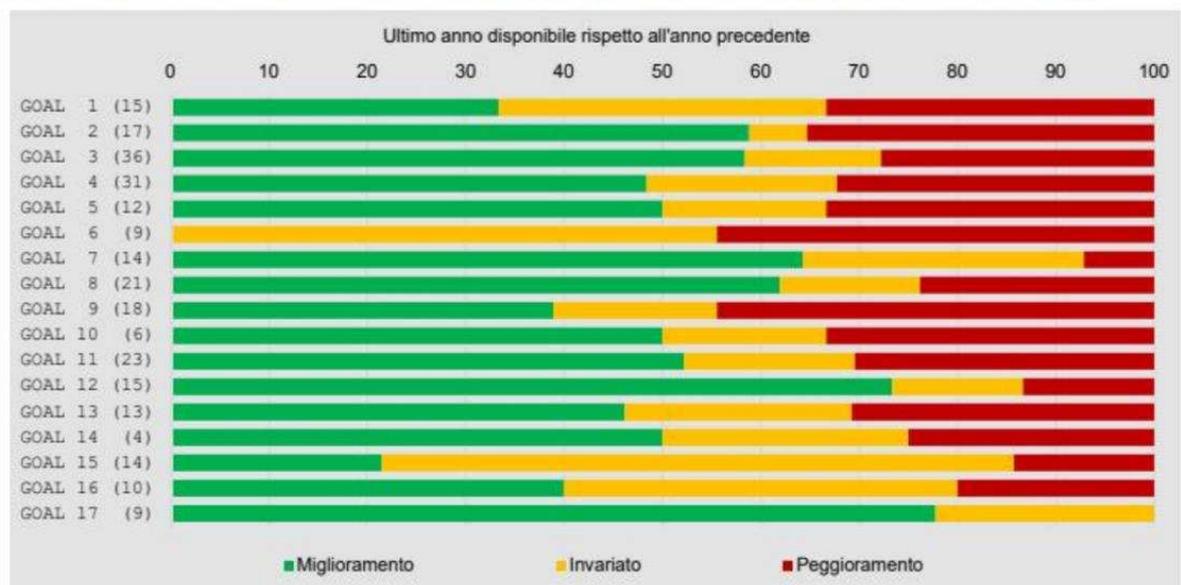
4.1 PROGRESSI COMPIUTI

Le ricerche sulla sostenibilità hanno portato nuovi sviluppi e risultati concreti, come detto precedentemente con l'Agenda 2030 sono stati fissati una serie di obiettivi da raggiungere entro il 2030 definiti goals, essi sono 17 e si esplicano in: goal 1, sconfiggere ogni forma di povertà; goal 2, eliminare la fame nel mondo; goal 3, salute e benessere della popolazione; goal 4, fornire a tutti un'adeguata istruzione; goal 5, porre fine alla disuguaglianza di genere; goal 6, garantire acqua pulita e servizi igienico-sanitari a tutti; goal 7, accessibilità ad energia pulita; goal 8, incentivare la crescita economica e garantire un lavoro dignitoso; goal 9, costruzione di adeguate ed innovative infrastrutture e imprese; goal 10, abbattere ogni disuguaglianza nel proprio paese e con gli altri paesi; goal 11, sostenibilità delle città e dei comuni in ogni sua dimensione; goal 12, produzione e consumo sostenibili; goal 13, lotta al cambiamento climatico; goal 14, proteggere la vita sottomarina; goal 15, preservare la vita terrestre e tutte le sue specie; goal 16, creare forti istituzioni e

promuovere pace e giustizia; goal 17, rafforzare la partnership tra i vari paesi per il conseguimento di obiettivi comuni.²⁴

I passi in avanti compiuti riguardo i goals appena elencati sono stati analizzati dalle informazioni disponibili del 2020-21 rispetto all'anno precedente, i dati emersi sono incoraggianti, mostrando un miglioramento del 50% delle misure e solo il 27% sono in peggioramento, mentre la parte restante rimane stabile (fig.5).

Figura 1.5 - Evoluzione temporale dei Goal: ultimo anno disponibile rispetto all'anno precedente, per Goal (a)



(a) Accanto a ciascun Goal viene indicato tra parentesi il numero di misure statistiche utilizzate per il calcolo.

Fig.5 (Rapporto SDGs 2022)

Nel grafico della figura 5, appare in netto miglioramento il goal 17 sulla partnership per il raggiungimento degli obiettivi, ma anche i goal 7 e 12, basati rispettivamente sull'energia pulita e sulla sostenibilità della

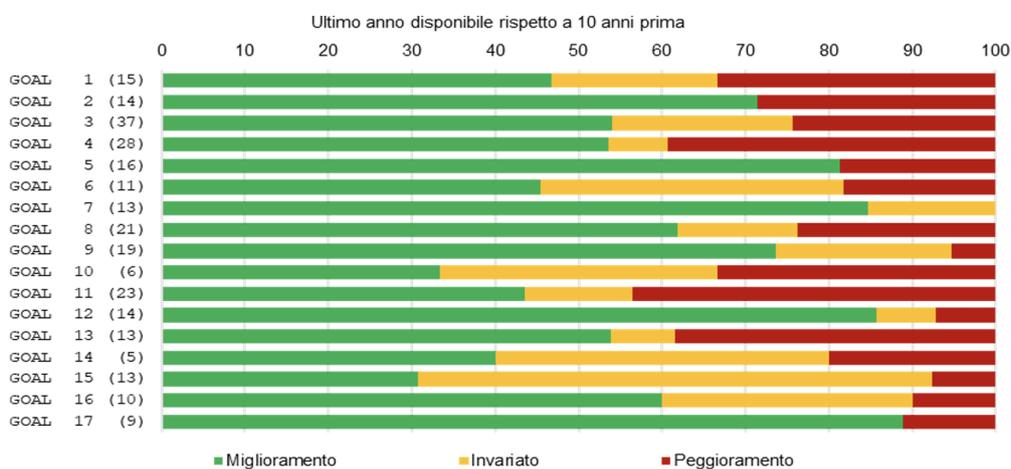
²⁴ ASVIS (Alleanza Italia per lo Sviluppo Sostenibile)

produzione e del consumo, sono in forte crescita; invece, a registrare un calo sono il goal 9 sull'innovazione delle infrastrutture e soprattutto il goal 6 riguardo l'acqua pulita e i servizi igienici.

Un altro confronto viene fatto rispetto ai 10 anni precedenti nel quale si evidenzia un progresso ancora più significativo, con quasi il 60% delle misure in miglioramento, circa il 23% in peggioramento e il resto che rimane costante (fig.6).

A risultare in forte crescita sono i goal 2, 5, 7, 9, 12 e 17, un peggioramento è invece aumentato per i goal 1, 4, 10, 11 e 13, come si può notare nel grafico della figura 6.²⁵

Evoluzione temporale dei Goal: ultimo anno disponibile rispetto ai 10 anni precedenti, per Goal



Accanto a ciascun Goal viene indicato tra parentesi il numero di misure statistiche utilizzate per il calcolo

Fonte: ISTAT – Rapporto SDGs 2022

Fig.6 (Rapporto SDGs 2022)

²⁵ Rapporto SDGs 2022 p.11-12

4.2 Goals

Dopo avere chiarito quali sono i goals prevista nell'Agenda 2030 e valutato i loro sviluppi, in questo paragrafo si analizzeranno nel dettaglio gli scopi dei suddetti obiettivi.

Il primo goal ha come mission quella di sconfiggere ogni forma di povertà, questo perché ad oggi vi è un gran numero di persone che versa in tali condizioni, il punto centrale a far si che entro il 2030 non vi sia alcuna forma di povertà estrema e dimezzare il numero di persone che vivono in qualsiasi condizione di povertà, perciò l'intento è quello di fornire protezione, garanzie e sicurezza a coloro che ne hanno bisogno tramite politiche adeguate, fornitura dei mezzi necessari, lo sviluppo e sistemi appositi.

Il secondo goal mira ad eliminare la fame nel mondo, migliorare la nutrizione, garantire una sicurezza alimentare e promuovere un'agricoltura sostenibile. Questo goal può essere connesso al primo, in quanto l'obiettivo primario è quello di fornire ha tutti un'adeguata alimentazione soprattutto a chi versa in condizioni di povertà, altro punto fondamentale è quello di porre fine alla malnutrizione entro il 2030 e

raddoppiare la produttività agricola e il reddito dei relativi produttori su piccola scala, il tutto incentivando sistemi volti alla sostenibilità mantenendo gli equilibri naturali di flora e fauna.

Il goal numero 3 volto alla salute e il benessere per tutti, in primo luogo cerca di ridurre il tasso di mortalità materna e delle morti prevenibili di neonati e bambini, altro punto è quello eliminare le varie epidemie e ridurre la mortalità delle malattie non trasmissibili, sensibilizzare la popolazione sull'utilizzo di sostanze e ridurre gli incidenti, ma il punto centrale è quello di garantire l'accesso e un'adeguata copertura sanitaria.

Il quarto riguarda l'educazione, che deve essere equa, qualitativa e disponibile a tutti, donne, uomini, bambini, eliminando ogni forma di disparità, fondamentale è garantire un alto livello di alfabetizzazione e capacità di calcolo e la possibilità di apprendere competenze specifiche, tutto questo anche per fornire le stesse opportunità e conoscenze alle future generazioni.

Il quinto goal si basa sull'uguaglianza di genere e l'emancipazione femminile, eliminando ogni forma di abuso, violenza, sfruttamento e discriminazione, garantendo alle donne le stesse opportunità e possibilità e valorizzando il lavoro domestico non retribuito.

Il seguente goal, invece, ha come punto centrale la sostenibilità e disponibilità di acqua e strutture igienico-sanitarie. La priorità è fornire acqua potabile a tutti e l'accesso ad adeguati impianti sanitari e igienici entro il 2030, migliorare la qualità dell'acqua, della gestione degli impianti e proteggere l'ecosistema.

Il settimo è incentrato all'accesso a sistemi di energia, funzionali, sostenibili ed economici per tutti, aumentando l'utilizzo di energie rinnovabili e raddoppiare l'efficienza energetica.

L'ottavo goal è garantire a tutti un lavoro dignitoso e duraturo, sostenendo la crescita economica pro-capite, migliorando la produttività economica e promuovendo lo sviluppo, inoltre l'obiettivo è anche garantire un'occupazione piena e produttiva, ridurre il numero di disoccupati ed eliminare ogni forma di abuso e sfruttamento, altro punto centrale è il turismo sostenibile per creare posti di lavoro e promuovere la cultura.

Il goal successivo riguarda l'industrializzazione sostenibile e la costruzione di moderne infrastrutture, migliorando quelle esistenti e creandone di nuove adeguate, di qualità e sostenibili, aiutando le piccole imprese e incrementando le ricerche e lo sviluppo tecnologico.

Il decimo goal mira a promuovere l'uguaglianza tra le nazioni e al loro interno con una serie di punti tra cui la crescita del reddito, incentivare ogni forma di inclusione, adottare determinate politiche per garantire uguaglianza e monitoraggio delle istituzioni, incoraggiare lo sviluppo tramite un'adeguata rappresentanza e l'aiuto pubblico.

Il goal undici è volto alla sicurezza e alla sostenibilità degli insediamenti urbani per garantire l'accesso universale ad alloggi sicuri e sistemi per la mobilità cittadina a favore delle persone vulnerabili, va inoltre migliorata la gestione urbana e ridotto l'inquinamento delle città anche con l'aumento di area verdi accessibili a tutti.

Il goal numero 12 è sulla produzione e il consumo sostenibili. Per attuarlo vi è un quadro decennale con la partecipazione di tutti i paesi, inoltre vi sono altri traguardi da raggiungere come una gestione sostenibile ed efficiente delle risorse evitando sprechi e riducendo rifiuti, promuovere politiche sostenibili e rendere consapevole il mondo di tale sviluppo.

Il tredicesimo goal si occupa della lotta al cambiamento climatico sensibilizzando la gente su tale tematica, prendendo misure strategiche e politiche in favore dell'obiettivo e migliorando l'istruzione e le proprie capacità.

Il quattordicesimo obiettivo è la salvaguardia della vita sottomarina. Lo scopo principale è ridurre drasticamente l'inquinamento degli oceani entro il 2025 con opportune forme di protezione dell'ecosistema marino, delle piccole isole e delle coste, cercando inoltre di eliminare la pesca eccessiva ed illegale.

Il goal 15 va di pari passo con il precedente, in quanto si occupa della salvaguardia dell'ecosistema terrestre, per cui si hanno una serie di traguardi da raggiungere come una corretta gestione dell'ambiente e delle acque dolci, arrestare l'abbattimento delle foreste e contrastare la desertificazione, promuovere un'equa distribuzione delle risorse, proteggere la flora e la fauna soprattutto le specie a rischio di estinzione ed evitare l'introduzione di specie nuove e invasive

Il sedicesimo obiettivo è incentrato sulla pace e la giustizia con lo scopo di porre fine ad ogni violenza, abuso e sfruttamento, promuovere l'uguaglianza giuridica, processi professionale e responsabili, eliminare ogni forma di corruzione e fornire a tutti un livello adeguato d'informazione.

Il diciassettesimo ed ultimo goal è incentrato sul rinnovo e il miglioramento dalla partnership tra le nazioni, si tratta del punto più complesso in quanto riguarda più argomenti ed è diviso in più fasi con il

raggiungimento di determinati traguardi in ambito della finanza, tecnologico, della capacità di sviluppo, commerciale e di questioni sistemiche.²⁶

CONCLUSIONE

Affrontando il tema della sostenibilità ci si rende conto di come l'argomento riguarda una molteplicità di ambiti, non solo quello ambientale, ma anche economico e socioculturale. La ricerca ha fatto grandi passi avanti, ma c'è ancora molta strada da fare, anche gli organismi internazionali danno il loro grande contributo per la causa e l'Agenda 2030 è fondamentale per far sì che le generazioni future vivano in un mondo prospero. Per quanto riguarda il turismo i punti da trattare sono molti, primo fra tutti è l'attrattività e la competitività delle destinazioni, per cui è necessario avere un'adeguata pianificazione strategica con cui valorizzare il territorio e i suoi paesaggi, far leva sulla cultura e le tradizioni tipiche, sfruttare al meglio le risorse a disposizione, creare e promuovere eventi ad alto contenuto esperienziale e che facciano provare emozioni ai visitatori, rimanendo impressi nelle loro menti. L'argomento è molto ampio e degno di nota, bisogna

²⁶ UNRIC (Centro Informazioni Regionale delle Nazioni Unite)

raggiungere ancora molti risultati, ma la ricerca continua e tutti possono dare il loro contributo.

BIBLIOGRAFIA

MARIANGELA FRANCH E UMBERTO MARTINI, “Management per la sostenibilità dello sviluppo turistico e la competitività delle destinazioni”,

Il Mulino, anno 2013, p. 17-19, p. 21-24, p. 243-244, p. 219-220, p. 220-222, p. 222-223, p. 31-34, p. 36-38, p. 224-226, p.241-243, p. 40-41, p. 389;

TONINO PENCARELLI, “Comunicare le destinazioni balneari Il ruolo delle Bandiere Blu in Italia”,

Franco Angeli, 2015, p. 17, p. 21-22;

Rapporto SDGs 2022 p. 5, 11-12;

ASVIS (Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile);

UNTWO (United Nations World Tourism Organization);

UNRIC (Centro Informazioni Regionale delle Nazioni Unite);

https://single-market-economy.ec.europa.eu/news/eu-looking-european-destination-excellence-2023-2022-03-31_it;

<https://www.secondamanoitalia.it/vivere/turismo-sostenibile-nel-mondo-ecco-le-destinazioni-piu-ambite-del->

[2021/#:~:text=Rientrano%20Copenhagen%2C%20Costa%20Rica%2C%20Helsinki,salvaguardare%20le%20loro%20meraviglie%20naturali;](https://travel.thewom.it/destinazioni/news-lowcost/viaggi-sostenibili-migliori-mete.html)

[https://travel.thewom.it/destinazioni/news-lowcost/viaggi-sostenibili-migliori-mete.html.](https://travel.thewom.it/destinazioni/news-lowcost/viaggi-sostenibili-migliori-mete.html)

RINGRAZIAMENTI

Dopo questo lungo percorso, è giusto ringraziare chi mi è stato vicino e mi ha sempre supportato, a cominciare da tutta la mia famiglia, soprattutto i miei genitori che mi sono stati accanto e mi hanno sempre appoggiato, ai quali va il ringraziamento più grande.

Inoltre, vorrei ringraziare tutti i miei amici con i quali trascorro fantastiche giornate all'insegna dell'amicizia e supporto reciproco che fanno parte della mia vita.

Infine, un grande ringraziamento al mio relatore Valerio Temperini per la sua disponibilità e premura nella stesura di questa tesi.

