



## *PostCovid19: L'unico Orizzonte possibile per il Settore Turistico rimane la Sostenibilità.*

Una delle domande che ci si faceva sul settore turistico, e che rimane di grande attualità, è se il modello di sviluppo che il settore aveva adottato contribuiva in forma attiva al raggiungimento degli Obiettivi fissati dall'agenda 2030.

La nostra risposta è che, se parliamo di quel modello di turismo basato sull'aumento ad ogni costo del numero di turisti e dei guadagni generati, senza analizzare la capacità di trasformarli in benessere sociale locale e senza tener conto della quantità di risorse utilizzate per realizzarlo, allora sicuramente possiamo dire di no. Il turismo non sta contribuendo né sta spingendo per incentivare quei processi di cambiamento che possono far sì che i paesi progrediscano verso una vera sostenibilità ed il pieno raggiungimento di tutti e di ognuno degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

Il turismo, sebbene in modi e contesti diversi, può essere un potente propulsore per la realizzazione della maggior parte degli obiettivi di sviluppo e per far fronte in modo collettivo a molte delle difficoltà sociali, soprattutto in quei territori che hanno scommesso per lo sviluppo sostenibile di questo settore.

Così che, **oggi più che mai**, le ambizioni e la visioné trasformatrice dell'Agenda 2030 dovranno essere adottate nell'ambito di un'ottica solidamente basata sulla Teoria del Cambiamento.

Vale a dire, che quei cambiamenti di paradigma ai quali il settore del turismo, così come anche molti altri drivers dello sviluppo, si stava lentamente approssimando in vista di un lontano anno 2030, oggi diventano irrinunciabili e il settore dovrà essersi trasformato, in molti casi in modo radicale, in un lasso di tempo molto più ridotto. Da ciò dipende la sopravvivenza del settore turistico e la ricchezza dello scambio culturale che ne ha determinato la prosperità.

Oggi più che mai possiamo dire che **“se non è sostenibile non si può considerare sviluppo”** e noi, che di sviluppo ci occupiamo da diversi decenni, abbiamo questa riflessione ben radicata nel profondo dell'anima.



Noi sappiamo che le destinazioni turistiche sostenibili si caratterizzano dal disporre di una solida struttura politico-technica, la cui totale dedizione allo sviluppo di un sistema di turismo sostenibile ha come risultato la realizzazione di sinergie collaborative e di spazi di partecipazione e associazione, a tutti i livelli, che assicurano il conseguimento dei più alti obiettivi di sostenibilità locale e globale.

È così che, in questi momenti di crisi, le destinazioni turistiche sostenibili, devono coordinarsi attraverso azioni strategiche per far sì che gli interventi di tutti gli attori coinvolti nel processo siano della maggiore efficacia e puntino univocamente al benessere sociale delle comunità implicate, sia che si tratti di comunità di accoglienza che di provenienza.

Perché per noi, innanzitutto ci sono le persone ed il loro rapporto armonico con il pianeta che condividiamo.

Insomma, per noi che il turismo lo intendiamo solo come elemento di sostenibilità, si tratta fondamentalmente di **essere orgogliosi del nostro passato, gestire il presente in modo da affrontare con determinazione la crisi che ci coinvolge tutti e proiettarci verso il futuro con forza.** La forza del cammino che insieme abbiamo intrapreso e nel quale, come ogni buon leader, aiutiamo i nostri compagni di percorso, per fare in modo che si capisca che il turismo non è secondario a nessun altro settore e che occupandosi dei sogni e della felicità dei turisti, si occupa anche del benessere e della prosperità delle comunità residenti.

Per fare ciò, risulta essenziale poter contare con la partecipazione della totalità degli attori e delle forze turistiche che interagiscono nel e con la destinazione. Così come è **imprescindibile disporre di un progetto comune e di una visione condivisa** che definisca la gestione della destinazione turistica e la sua governance più adeguata nel breve, medio e lungo periodo.

Quella governance turistica che coinvolge le amministrazioni locali, le imprese ed i servizi della località turistica, i loro residenti e gli attori della società civile coinvolti, così come i turisti proattivi che vi si recano, per unire gli sforzi con l'obiettivo di **uscire da questi momenti con la sicurezza di aver realizzato un cambiamento in pro del miglioramento.**

Oggi **più che mai la sostenibilità "è" la soluzione.** È il **pilastro al quale possiamo afferrarci senza paura.** È la resilienza che il sistema socio-economico globale ha dimostrato di non possedere. È il



RESPONSIBLE  
TOURISM  
INSTITUTE



BIOSPHERE

sistema nel quale l'economia ha la missione ben chiara del benessere e della felicità delle comunità. È il valore aggiunto della cooperazione, di fronte alla pura competizione fratricida. È l'ambito delle istituzioni solide, trasparenti e partecipate. È la felicità di uno scambio culturale intenzionale e genuino. È l'orgoglio di offrire la qualità che si genera dall'interazione modulare tra i diversi attori del turismo. È l'accuratezza che mettiamo nel fare in modo che la nostra località sia speciale, senza dover distruggerla od omologarla a culture e stili estranei ad essa. È la fierezza di sapere che i nostri collaboratori hanno l'opportunità di vivere una vita degna e che le nostre iniziative sono le più inclusive e rispettose. È la certezza di lottare per mantenere un intorno sociale, economico, culturale ed ambientale sano ed in condizioni di poter continuare ad offrire i suoi inestimabili servizi.

In poche parole, è la nostra grande dignità di lavorare per un mondo migliore  
Oggi più che mai!!!

Questo è ciò che facciamo attraverso il Biosphere Responsible Tourism System. Questo è ciò che proponiamo al mondo intero. Questo è quello per cui siamo disposti a collaborare perché diventi la nuova realtà del turismo mondiale.



### ***Economia sostenibile e di prossimità!***

Essendo il turismo uno dei settori economici più importanti del mondo e costituendo la maggiore opportunità di lavoro in molte delle destinazioni turistiche, il contributo per la riduzione della povertà, oggi più che mai, deve mantenersi elevato.

Quindi, si devono mantenere i livelli di lavoro della comunità locale, che notoriamente è l'anello più debole della catena.

Allo stesso modo, si deve garantire la filiera corta del valore e l'inclusione in essa degli attori e dei produttori locali di beni e servizi. Vale a dire, aumentare al massimo la proporzione della spesa turistica in loco rispetto alla spesa totale, assicurando che tali benefici che arrivano alla destinazione turistica rimangano in essa.

Di vitale importanza per il raggiungimento di quest'obiettivo è l'attenzione che deve porvi il turista nell'esercitare la sua domanda in loco.



### ***Il turismo che alimenta!***

Il turismo deve garantire l'utilizzazione delle risorse agricole locali, senza compromettere la capacità di auto-provvigionamento delle comunità residenti.

Allo stesso modo, si devono proporre al turista principalmente le tradizioni gastronomiche locali, per valorizzarle e evitare il rafforzarsi di abitudini alimentari globalizzate, che richiedono ingenti quantità di provviste e risorse esterne e tecnicizzate che non sempre sono disponibili e/o facilmente reperibili.

Ridurre al minimo le importazioni.



### ***Assumere la responsabilità della sicurezza!***

Mantenere la destinazione in condizioni di sicurezza in relazione al Covid -19, seguendo e rispettando le indicazioni locali e le migliori pratiche internazionali.

La destinazione deve diventare divulgatrice di buone pratiche di sicurezza per i visitatori e per il resto della comunità. Al contempo che si rafforzano le pratiche di turismo più salubri, come quelle delle attività in natura, delle attività sportive ecc.

Allo stesso modo, tra le priorità della destinazione turistica dovrà trovarsi, dove non ci sia o dove sia insufficiente o inadeguata, l'implementazione di presidi sanitari adeguati al controllo e all'assistenza precoce di casi, così come di sistemi efficaci di trasferimento e/o di confinamento di casi gravi.

Questo sarà imprescindibile in questo periodo di crisi per la ripresa delle destinazioni turistiche e dovrà essere incluso negli elementi di marketing dedicati a questi momenti.



### ***Non è il momento dell'ignoranza!***

La destinazione dovrà mantenere alta la diffusione di momenti differenziati di informazione sui progressi scientifici in rapporto alla pandemia e alle risposte che si rendano necessarie, basandosi su fonti affidabili di livello nazionale ed internazionale.

Inoltre si dovranno garantire le competenze tecniche degli operatori del settore in rapporto alle misure di prevenzione e contenimento del contagio.

Nondimeno, si dovrà mantenere alta la trasmissione dei saperi locali e della conoscenza di prossimità, in modo da poter capire a fondo la propria comunità e dargli il massimo del valore. Anche in termini economici.

Offrire più conoscenza per il visitante trasforma la destinazione turistica in promotrice mondiale della convivenza basata sul rispetto e incoraggia l'empatia tra le comunità e l'ambiente, giacché "nessuno ama ciò che non conosce".





### ***Tutti siamo una!***

La destinazione turistica dovrà assicurare l'inclusione delle categorie più vulnerabili nei programmi congiunturali di sviluppo, in particolare delle donne, garantendo la possibilità di continuare ad apportare benefici ai propri nuclei familiari, la partecipazione alla vita sociale ed economica e la possibilità di una sopravvivenza degna.

La disuguaglianza è uno dei peggiori effetti del sistema economico dominante.

Approfittiamo di questa crisi per dirgli "Ora Basta!" e cominciare a sostenere le donne, così come le altre categorie più discriminate nei processi di costruzione dello sviluppo e del futuro.

Allo stesso modo, è necessario, oggi più che mai, sradicare il cancro del turismo sessuale e della violenza, ambiti questi sui quali le destinazioni turistiche dovranno porre la maggiore e speciale attenzione.



### ***L'acqua e' un diritto inalienabile!***

La disponibilità di acqua corrente e pulita per tutti e il risanamento e la corretta disposizione delle acque residuali è di vitale importanza per mantenere livelli adeguati di igiene e per limitare le possibilità di contagio.

In questo modo, gli attori dell'offerta turistica, in particolare quelli del settore ricettivo, dovranno tenere in debito conto le limitazioni intrinseche e estrinseche dei propri sistemi di approvvigionamento e di sanificazione in considerazione dei flussi di turisti e far in modo che restino accettabili.

Allo stesso modo, la destinazione e la sua amministrazione dovranno porre un'attenzione particolare nel garantire una fornitura e un risanamento adeguato, soprattutto limitando il numero di turisti che si possano accogliere in rapporto alle reali possibilità idriche e incentivando una riduzione importante dei consumi e dell'inquinamento della risorsa.





### ***Sempre efficiente e mai inquinante!***

I servizi di approvvigionamento energetico devono essere garantiti soprattutto per i presidi sanitari della destinazione, ma anche al fine di garantire il corretto svolgimento delle operazioni di risanamento e di controllo del contagio.

Allo stesso modo, la mancanza di alternative energetiche pulite è oggi uno dei motori principali della deforestazione e della perdita di biodiversità mondiale, per cui aumentando la produzione di energia rinnovabile, adottando soluzioni efficienti di utilizzazione e rendendo cosciente il turista sull'importanza delle sue modalità di consumo si possono ottenere grandi risultati.



### ***Al servizio della comunità!***

La crescita economica sostenibile include l'aumento della quota di profitti che rimangono nella località turistica e la garanzia che tali risorse arrivino al maggior numero di operatori locali e della comunità, sia che abbiano una partecipazione diretta, indiretta o anche nulla nel settore economico del turismo.

“Soprattutto le persone” è il motto di una economia al servizio del benessere umano e la cui crescita si realizza in armonia con l'ambiente e che si traduce in felicità per tutti gli operatori coinvolti, sia nella domanda che nell'offerta.

La promozione delle destinazioni nelle comunità di principale provenienza dei turisti dovrà basarsi su questo paradigma, oltre che su quello della sicurezza, affinché il visitatore domandi con forza la distribuzione dei benefici alla comunità.



### ***Dove ha origine il futuro!***

I settori trasporto e comunicazioni sono quelli che, in quest'ambito, più sono chiamati in causa durante questa crisi.

In particolare, il settore trasporti dovrà garantire condizioni di viaggio adeguate alla prevenzione dei contagi, cosa che non sarà affatto facile ma che è già al vaglio in tutte le comunità, sia ricettive che di provenienza. Allo stesso modo, si dovranno prevedere situazioni di emergenza che dovranno essere coperte dal settore trasporti in modo da rispondere alle necessità di trasporto rapido e agile dei pazienti, garantendo le maggiori condizioni di sicurezza.

Così per il settore delle comunicazioni, che dovrà essere garantito, soprattutto in quelle località in cui non sempre lo è, giacché il rischio, una volta accettabile, dell'incomunicabilità, oggi non è affatto ammissibile e le destinazioni turistiche che non dispongano di sistemi adeguati, dovranno dotarsene e renderli resilienti anche ad altre ulteriori minacce anche di natura diversa (black-out, ecc.).

Nondimeno, si dovrà ristrutturare l'offerta dei prodotti turistici in modo da farla diventare modulare e per far sì che si includano situazioni multidestino e multiprodotto e s'incoraggi la cultura del percorso turistico piuttosto che quella della destinazione all-inclusive.

Le destinazioni turistiche sostenibili devono diventare anche leader d'innovazione, cercando un nuovo equilibrio tra gli operatori tradizionali e quelli che adottano soluzioni innovative nella produzione di esperienze memorabili.



### ***Lo strumento potente dello scambio culturale!***

Nella riduzione delle disuguaglianze si vedono chiamati in causa anche le comunità di provenienza dei turisti, le quali dovranno assicurarsi che i suoi emissari contribuiscano al miglioramento della qualità del turismo nelle località di accoglienza, così come le destinazioni turistiche dovranno



mettersi in condizioni di richiedere ed assumere questo tipo di collaborazione fin dalle basi dell'offerta.

Dal canto delle Amministrazioni, si deve incoraggiare la promozione di strutture, imprese e prodotti che scommettano sull'inclusione e sullo scambio culturale intenzionale e costruttivo, così come di quelle situazioni che coinvolgano al turista in modo proattivo.



### ***Smart è green!***

Evitare gli effetti perniciosi della massificazione, così come la lotta a situazioni non desiderabili come l'overturismo e la gentrificazione delle destinazioni turistiche, sono oggi elementi imprescindibili dello sviluppo turistico. In quest'ottica, dovranno garantirsi gli spostamenti di grandi quantità di persone in modo sicuro e la fornitura di servizi basilari per il turismo, come l'alloggio o i percorsi guidati, dovranno svolgersi in modo sicuro, mantenendo le distanze ed evitando le possibilità di contagio.

Nondimeno, si dovrà promuovere un turismo decentralizzato e diffuso nell'ambito della destinazione turistica, in modo che si possano evitare gli spostamenti in massa tra i luoghi d'interesse e di concentrazione degli attrattivi e dell'offerta di prodotti, beni e servizi turistici.



### ***Il turismo sostenibile è uno stile di vita***

Produzione e consumo di turismo, così come quella delle innumerevoli risorse che lo rendono possibile ed alle quali è profondamente legato, vuol dire mantenere alto il livello di monitoraggio di entrambi i lati della catena di valore del turismo: l'offerta e la domanda.



Così, il settore turismo sostenibile deve continuare a proporsi come fattore determinante nella promozione di un cambiamento nei valori legati al consumo ed alla produzione, sia nelle comunità ricettive come in quelle di provenienza. La comunicazione in questo senso dev'essere massiccia, così come l'adozione pedissequa dei suoi paradigmi nelle località ricettive.

Nondimeno, la produzione e la disposizione finale dei rifiuti, elemento critico anche per le implicazioni in termini di contagio, dovrà essere messa al centro di una serie di comportamenti adeguati, sia per i residenti che per i visitatori.



### ***Trasporto di basso impatto ora!***

È stato determinato che la presenza di particolato nell'aria è causa di diffusione del virus e di aumento dell'entità del contagio, con cui le destinazioni turistiche dovranno assicurare una riduzione drastica delle emissioni durante questo periodo di crisi, perseguendo obiettivi fissati in modo molto rigido. Dove sia possibile, l'uso della bicicletta è quello che meglio risponde alle misure di distanziamento fisico e di basso impatto, oltre ad essere un eccellente mezzo per l'implementazione di un'offerta multidestinazione e della filosofia del percorso.



### ***Comprate dal pescatore!***

Nelle destinazioni in cui sia pertinente, si deve scommettere per un'economia di prossimità che dia la priorità ai lavoratori locali della pesca ed alle filiere corte di approvvigionamento, evitando i prodotti globalizzati e supertecnificati.

Allo stesso modo, è importante approfittare di questa crisi per ridurre l'impatto del turismo sugli ecosistemi acquatici, sia litorali che marini, incoraggiando un turismo rispettoso e di conoscenza,



eliminando le plastiche dalla catena di valore del turismo di sole e spiaggia, dove rappresentano la stragrande maggioranza dei beni utilizzati, e scommettendo sul mantenimento delle spiagge al margine dei fenomeni di massificazione.



### ***Non abbassiamo la guardia!***

Il turismo nella natura, soprattutto quello da interno, data la domanda di luoghi non affollati, si prevede che aumenterà a dismisura durante la fase post confinamento, con cui si dovranno monitorare molto accuratamente gli impatti del turismo sugli ecosistemi terrestri e sulle Aree Protette.

Bisogna ricordare che le destinazioni rurali e le aree naturali protette, non solo spesso si configurano come santuari della natura o della cultura intangibile, ma nella maggior parte dei casi non sono preparate per ricevere grandi quantità di turisti, con cui gli impatti negativi potrebbero essere di dimensioni assolutamente inaccettabili.



### ***Più destinazione!***

Abbiamo bisogno di una maggiore amministrazione efficiente e orientata al benessere delle comunità. Sia ricettive che di provenienza, di più trasparenza, di più partecipazione, di più equità, così come di meno guadagni ad ogni costo, di meno sfruttamento di risorse e di persone, di meno intolleranza, di meno segregazione.

Vale a dire che abbiamo bisogno di un turismo franco e che ispiri franchezza e partecipazione da parte di tutti.



RESPONSIBLE  
TOURISM  
INSTITUTE



BIOSPHERE



### ***Nessuno può fare questo da solo!***

Le destinazioni turistiche devono cominciare a dialogare con le loro comunità di emissione dei turisti, in modo da elaborare strategie comuni, prodotti multideestino sicuri, reti di collaborazione, scambio di beni e servizi di entrambe le comunità. Bisogna fare comunità.

Allo stesso modo, in questi giorni di confinamento e distanza, dobbiamo scommettere per evitare che l'isolamento si trasformi in individualismo ed in ognuno per conto proprio. La destinazione turistica deve scommettere fermamente sull'unificazione degli sforzi di tutti gli operatori intorno al medesimo obiettivo, alzare il livello del turismo mondiale fino a quando non includa la responsabilità d'impresa, la sostenibilità e l'innovazione affinché la transizione verso un nuovo modello diventi una realtà e si alzi l'asticella dell'ammissibilità nel settore turismo.

Nondimeno, la distanza fisica alla quale siamo sottoposti non deve diventare distanziamento sociale, giacché la protezione individuale passa necessariamente attraverso l'azione e la protezione collettiva.

---

Ciò che proponiamo al mondo dall'Istituto per il Turismo Responsabile (ITR) per le sfide che ci presenta il futuro è una nuova "cultura del turismo", nella quale si manifesti una visione integrata dello sviluppo a lungo termine e della capacità di futuro degli insediamenti umani e del ruolo che gioca il settore turismo nella creazione di benessere con i suoi impatti diretti ed indiretti e con il suo tipico effetto moltiplicatore, sia nelle comunità ricettive che in quelle di origine dei turisti.

Allo stesso modo, la partecipazione indispensabile del settore privato e della società civile nel processo di trasformazione e nel raggiungimento stesso degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, dovrà trasformare il turismo in una potente leva dell'integrazione pubblico-privato-comunità-società civile che la crisi della globalizzazione basata sull'omologazione ci sta chiedendo a gran voce.

Infine, e non per minore importanza, crediamo che oggi più che mai le destinazioni turistiche debbano dotarsi di un comitato tecnico-scientifico, selezionato in base alla sua preparazione ed

- 🔗 [responsibletourism.institute.com](https://responsibletourism.institute.com)
- 🔗 [biospheretourism.com](https://biospheretourism.com)
- 🔗 [biosphereexperience.com](https://biosphereexperience.com)



RESPONSIBLE  
TOURISM  
INSTITUTE



BIOSPHERE

all'onestà intellettuale e che sia al di sopra di ogni possibile conflitto d'interesse, che si occupi di tradurre l'immensa mole d'informazione scientifica in raccomandazioni per l'azione da parte dei decisori, rimanendo fermamente nelle mani della politica partecipata, legittima rappresentante della volontà delle comunità, la decisione finale sulle linee d'intervento più adatte e delle azioni necessarie per porle in essere.

***“Oggi più che mai, se non è sostenibile non è sviluppo”***

Documento di riferimento:

Azcárate T., Benayas J., Nerilli G. y Justel A., 2019. *“GUIA PARA UN TURISMO SOSTENIBLE. Retos del sector turístico ante la Agenda 2030”*, REDS, Madrid.

Disponibile su:

<https://www.biospheretourism.com/en/downloads/118>