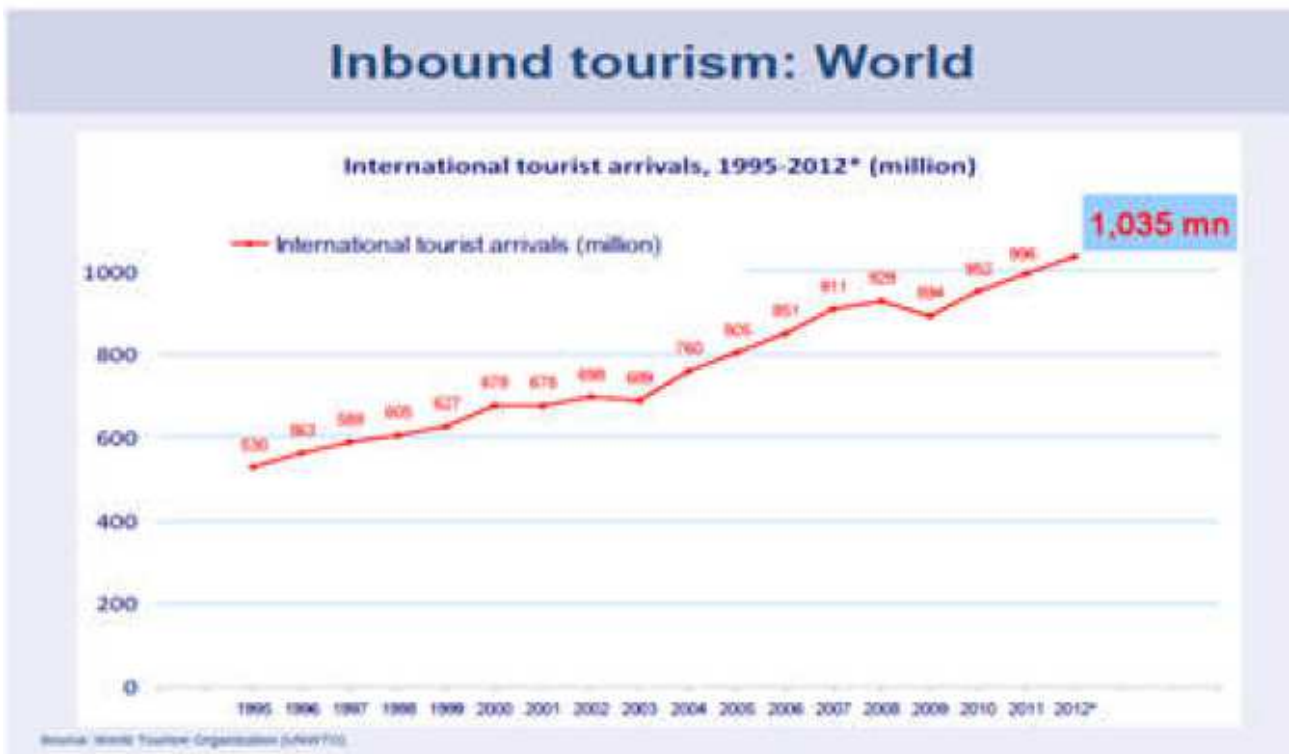


ITALIA-SPAGNA: Policy and Management in Sustainable Tourism

L'Organizzazione Mondiale del Turismo (*UNWTO Barometer, January 2013*) ha presentato i risultati del turismo internazionale nel 2012. Questo comparto ha vissuto, nell'anno trascorso, una crescita del 4% superando il record di 1 miliardo di turisti globali per la prima volta nella storia, con un **incremento pari al 3,8%** rispetto all'anno precedente¹.

Fonte: *UNWTO Barometer, January 2013*



Le previsioni dell'UNWTO per il 2013 sono egualmente positive: la crescita di arrivi internazionali dovrebbe attestarsi a livello mondiale a +3/4%.

I numeri sopra citati hanno portato il World Travel & Tourism Council (WTTTC) a investire nella ricerca del contributo che il settore Travel & Tourism apporta sia a livello di Gross Domestic Product (GDP) sia a livello occupazionale, per 184 Paesi e 24 regioni. Questa valutazione quantifica non solo il contributo diretto di Travel & Tourism ma anche gli impatti indiretti e indotti che questo settore genera. Definiamoli²

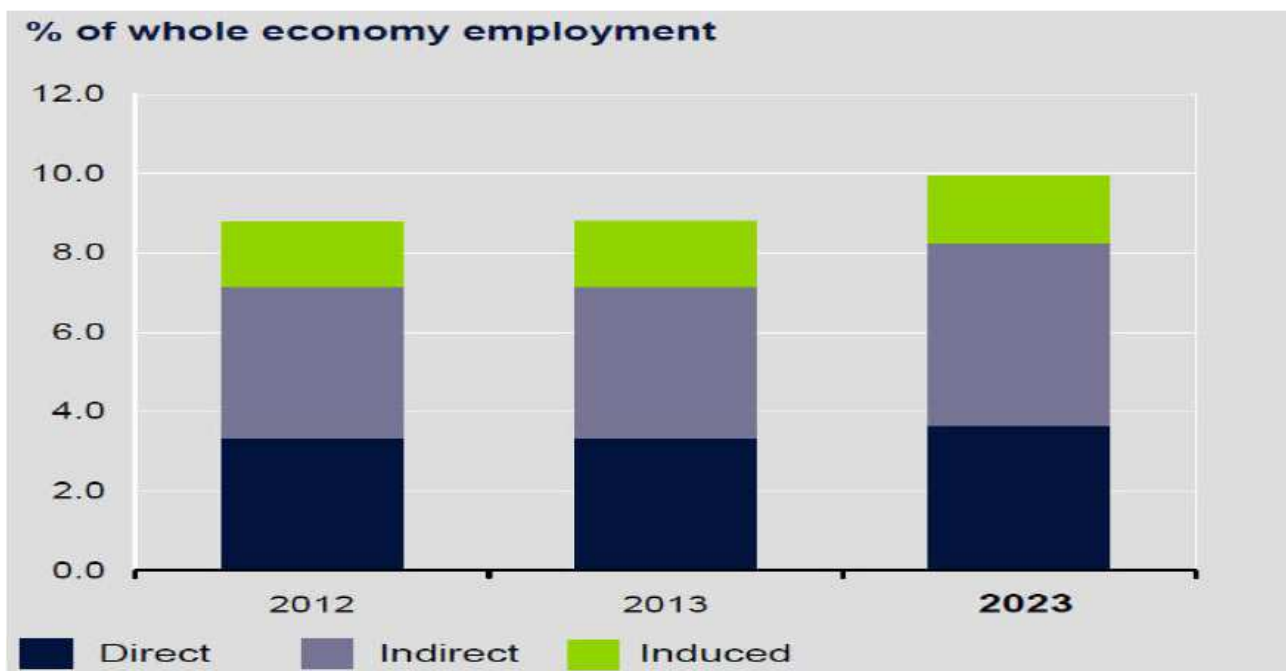
¹ International Tourism Results and Prospects for 2013, UNWTO NEWS Conference HQ, Madrid, Spain 29 January 2013. John G.C. Kester.

² The Authority on World Travel & Tourism, Travel & Tourism Economic Impact 2013, World Travel & Tourism Council, 6 ss.



Fonte: Travel & Tourism Economic Impact 2013

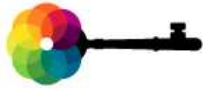
Effettuata questa specificazione possiamo comprendere come il totale contributo offerto da Travel & Tourism al GDP è stato USD 6,630.4 bn nel 2012, determinando il 9.3% del GDP ed è prevista una crescita del 3.2% del USD con un coerente incremento dello 0,1% del GDP nel 2013.



Fonte: Travel & Tourism Economic Impact 2013

Questo dato mostra come il turismo abbia assunto una dimensione talmente notevole dal punto di vista economico da caratterizzarsi come fonte di stress per gli ecosistemi fragili³, soprattutto se si tiene conto che l'industria turistica è ritenuta, fra le altre, quella in grado di crescere più velocemente a livello mondiale.

³ Avena G., *Gli impatti del turismo sull'ambiente e gli effetti del danno ambientale sull'organizzazione turistica*, anno I, n.3, dicembre 2010, Rivista di scienze del turismo.



Si può affermare che il turismo presenta una relazione speciale con l'ambiente e la società, rispetto ad altre attività economiche. Tale relazione presenta una dipendenza unica da ambienti di qualità, dalla distinzione culturale e dall'interazione sociale, dalla sicurezza e dal benessere. Da un lato, se mal pianificato o eccessivamente sviluppato in modo troppo intensivo, il turismo può distruggere tali caratteristiche speciali che sono essenziali per uno sviluppo sostenibile. Dall'altro lato, contribuisce alla loro conservazione e promozione – in modo diretto, tramite la promozione della consapevolezza e la creazione del reddito necessari a sostenerle, e in modo indiretto, fornendo una giustificazione economica al supporto da parte di terzi⁴. Questo ha portato l'elaborazione del concetto di turismo sostenibile da parte del World Tourism Organization, attraverso l'estensione del concetto internazionalmente condiviso di sviluppo sostenibile⁵, partecipando attivamente alle conferenze delle Nazioni Unite di Rio de Janeiro (1992).

World Tourism Organization, da più di 20 anni, sta chiaramente indicando la strada della sostenibilità come la via maestra dello sviluppo turistico, mettendo a disposizione di tutti gli stati i risultati e le buone pratiche. In aggiunta, ha elaborato un'agenda in 12 obiettivi (*12 Aims for Sustainable Tourism*)⁶ da raggiungere per rendere effettivamente operativa la sostenibilità dello sviluppo turistico sul piano economico, sociale ed ambientale⁷.

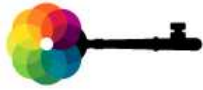
La posizione dell'Europa è coerente con quella di UNWTO, basti pensare all' *“Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo”* elaborato dalla Commissione Europea che riprende i 12 obiettivi summenzionati e manifesta l'intenzione di farsi carico delle proprie responsabilità internazionali. Recentemente è stata pubblicata la Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale Europeo ed al Comitato delle Regioni: *“l'Europa, prima destinazione turistica mondiale – un nuovo quadro politico per il turismo europeo”* che si prefigge come fine ultimo quello di trasformare il turismo europeo in un'industria competitiva, moderna, sostenibile e responsabile.

⁴ Rapporto del Gruppo per la Sostenibilità del turismo, Azione per UN TURISMO EUROPEO PIU SOSTENIBILE, 2007.

⁵ Si rinvia al saggio di Patrizia Romei, Turismo sostenibile e sviluppo locale, CEDAM, 2008, per la storia dell'idea di sostenibilità e dell'evoluzione del turismo sostenibile.

⁶ Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations, World Tourism Organization, 2004.

⁷ Questi sono: 1. Economic Viability; 2. Local Prosperity; 3. Employment Quality; 4. Social Equity; 5. Visitor Fulfilment; 6. Local Control; 7. Community Wellbeing; 8. Cultural Richness; 9. Physical Integrity; 10. Biological Diversity; 11. Resource Efficiency; 12. Environmental Purity.



Tale intervento, inoltre, è dettato dalla necessità dell'Europa di non perdere il primato di destinazione turistica più attraente del mondo, come emerge dal *World Tourism Organization*, che porta il turismo a ricoprire un ruolo chiave nell'economia europea. **Alcuni numeri:** l'Industria Turistica europea genera più del 5% del PIL dell'Unione Europea, di essa fanno parte 1,8 milioni di imprese, prevalentemente PMI che impiegano circa 10 milioni di occupati (il 5% della forza lavoro). Calcolando l'indotto, il turismo è pari al 10% del PIL dell'Unione Europea e al 12% della Forza lavoro totale⁸.

L'area che detiene la maggiore quota di arrivi è rappresentata dal Mediterraneo meridionale ed è proprio qui che si colloca l'Italia, posizionandosi al quinto posto nella classifica dei paesi più visitati al mondo con **46,1 milioni** di visitatori. Con circa 10 milioni di turisti in più (**56,7 milioni**), la Spagna si posiziona al quarto posto di questa classifica mondiale. Questo presenta forti ripercussioni a livello economico e occupazionale.

Alcuni numeri: impatto del turismo sul PIL è di 160 miliardi (14.9% del PIL nazionale) per la Spagna, in Italia si arriva a 136 miliardi (8.6%); con riguardo ai posti di lavoro generati da questo settore sono 2.3 milioni in Spagna (12.7% del totale) mentre in Italia 2.2 milioni (9.7%)⁹.

La Spagna è il più importante competitor dell'Italia ed è riuscita, in pochi anni, a colmare uno storico distacco rispetto al nostro Paese arrivando a essere la seconda destinazione europea per numero di arrivi di turisti dall'estero e salendo tra i primi posti nelle diverse classifiche internazionali concernenti il turismo.

Questa distanza dipende da molteplici fattori, secondo il *Travel & Tourism Competitiveness Index* (TTCI), elaborato dal *World Economic Forum* (WEF), che valuta il criterio "ambientale" sotto l'aspetto legale normativo, considerando anche le dimensioni economiche, in modo da sottolineare l'impatto delle politiche ambientali sul turismo dei paesi.

⁸ Commissione europea, *Promuovere il turismo, volano dell'economia*, 14 aprile 2010, www.ec.europa.eu

⁹ Federturismo, Confindustria, *Piano nazionale del Turismo "5 azioni per raddoppiare il PIL del turismo"*, 22 settembre 2010.



	ITALIA		SPAGNA	
	Rank (out of 140)	Score (1-7)	Rank (out of 140)	Score (1-7)
2013 Travel & Tourism Competitiveness Index	26	4.9	4	5.4
2011 Travel & Tourism Competitiveness Index	27	4.9	8	5.3
2009 Travel & Tourism Competitiveness Index	28	4.8	6	5.3
T&T regulatory frame work	50	4.9	14	5.5
Policy rules and regulations	100	4.2	67	4.5
Environmental sustainability	53	4.7	25	5.2
Safety and security	44	5.3	23	5.7
Health and hygiene	29	6.0	24	6.1
Price competitiveness in the T&T industry	79	4.3	10	5.9
Business environment and infrastructure	29	4.8	5	5.3
Air transport infrastructure	24	4.6	10	5.3
Ground transport infrastructure	39	4.5	10	5.9
Tourism infrastructure	1	7.0	5	6.7
ICT infrastructure	31	4.3	28	4.5
Price competitiveness in the T&T industry	134	3.4	106	4.1
T&T human, cultural, and natural resources	14	5.0	6	5.4
Human resources	41	5.1	34	5.2
Education and training	45	5.0	36	5.2
Availability of qualified labor	41	5.2	30	5.3
Affinity for Travel & Tourism	72	4.6	39	4.9
Natural resources	34	4.4	29	4.8
Cultural resources	7	6.1	1	6.6

Da questi emerge chiaramente come la competitività dell'Italia in campo turistico resti bassa, non riuscendo a gravitare stabilmente all'interno dei primi venti posti dei principali Paesi a forte vocazione e competitività in campo turistico; si piazza, infatti, solo al 26° posto. È vero che recupera una posizione rispetto al 2011, ma è una magra consolazione visto che la Spagna si posiziona al 4°, guadagnando ben 4 posizioni nel corso di un anno.

La performance del nostro Paese è determinata, sostanzialmente, dalla presenza di forti criticità nella *governance* in campo turistico¹⁰, nelle politiche a sostegno del turismo e della sostenibilità ambientale che, invece, sono un punto di forza in Spagna. Il turismo sostenibile, infatti, è divenuto un punto fermo della politica spagnola, un elemento su cui puntare per la ripresa economica. Questo ha permesso al Paese di ottenere ottimi risultati – sia nei settori direttamente connessi al turismo che non - con conseguente crescita economica ed occupazionale.

¹⁰ Chierchia Vincenzo, *Turismo, competitività bassa per l'Italia*, Il Sole 24 Ore, marzo 2013.

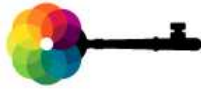


Sulla base di queste riflessioni sorge la necessità di comprendere quali siano le modalità con le quali la Spagna, da anni, continua a sviluppare politiche turistiche e di sostenibilità che le permettano non solo di mantenere la propria quota di mercato, ma che riescano a farla imporre nel contesto internazionale come uno degli Stati dominanti con un gran potenziale di crescita futura.

Sicuramente il punto di partenza è rappresentato dal *Plan del Turismo Español Horizonte 2020, Turismo 2020* che definisce la strategia condivisa dai soggetti pubblici e privati del settore per i prossimi anni, al fine di creare un sistema turistico spagnolo competitivo e sostenibile, apportando il massimo benessere sociale. Questo rappresenta un punto d'arrivo - non definitivo - di un percorso che la Spagna ha intrapreso già nel 1996 con l'emanazione di un macro progetto conosciuto come *Sistema di Qualità Turistica Spagnola*, che le ha permesso di sviluppare sistemi di qualità specifica per diversi sub-settori turistici.

In Italia è stato presentato il *Piano strategico per lo sviluppo del turismo, "Italia 2020"* all'inizio di quest'anno, ed è la **prima volta** che nel nostro Paese viene elaborato un piano strategico, al fine di trovare strade per contrastare la perdita di competitività dell'Italia nel turismo e riacquistare la leadership. Questo mette in evidenza la principale criticità che il settore manifesta: la mancanza di una *governance* centrale e forte, poiché risulta impossibile competere con successo a livello globale attraverso politiche frammentate e non coordinate tra loro. Per tale motivo, infatti, viene più volte sottolineata dal Piano, la necessità che il Governo e le Regioni/Province Autonome implementino il *Piano strategico* per raggiungere gli obiettivi previsti, in maniera efficace e in tempi ragionevoli.

Occorre, però, capire come all'interno delle linee guida da questo disposte, trovino spazio non solo le soluzioni di un turismo sostenibile, ma anche come queste soluzioni possano essere condivise ad ogni livello di governo, con una particolare attenzione verso gli enti locali. Infatti, se è vero che vi è la necessità di un intervento centrale per non disperdere le tante energie volte alla promozione economica dei territori, è altrettanto vero che il mercato sta richiedendo una vacanza che sia sempre orientata a comprendere il luogo in cui si soggiorna dando rilevanza alle risorse naturali e culturali tipiche del posto, elementi che solo l'ente locale può realmente promuovere e tutelare.



L'esperienza e le soluzioni adottate dalla Spagna possono offrirci degli spunti, in quanto la sua struttura organizzativa della materia turistica si presenta simile al nostro Paese; sistema fortemente decentrato con la configurazione di un'autonomia regionale della stessa. Le divergenze, invece, scaturiscono dall'analisi del sistema sul piano qualitativo e gestionale. Infatti, in tema di funzioni e ruoli che investono organi ed enti centrali o locali, organismi ad hoc ed altro, si rileva una evidente disomogeneità dall'attribuzione di competenza¹¹.

La Spagna presenta una maggiore linea di continuità programmatica e legislativa tra i diversi livelli istituzionali. La promozione internazionale è di competenza nazionale – pur tenendo conto delle specificità delle *Comunidades Autonomas* - affidata alle *Oficinas Espanolas de Turismo di Turespana* che è l'unità amministrativa del Ministero. Il rapporto tra *Comunidades Autonomas* e Stato è basato su cooperazione e coordinamento ad ogni livello attraverso uno strumento principale denominato *Plan Integral De Calidad De Turismo Espanol*. Questo formula politiche turistiche di interesse generale che riguardano tutte le mete spagnole e che viene deciso e redatto direttamente dal governo centrale (nello specifico dalla Segreteria Generale del turismo).

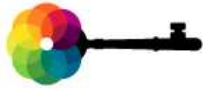
Per quanto riguarda l'Italia, la situazione attuale vede ogni regione, nell'ambito delle risorse di cui può disporre, la massima autonomia nella definizione delle politiche turistiche sul suo territorio, nella scelta dei provvedimenti e nell'attuazione degli interventi, sulla base del Titolo V della Costituzione (artt. 114-133). L'ENIT (*Agenzia nazionale del Turismo*) ha il compito di provvedere alla promozione turistica all'estero, ma con risorse di gran lunga inferiori rispetto a quelle a disposizione delle regioni¹². Occorre precisare che l'assenza di un coordinamento strategico a livello centrale ha avuto un suo corrispettivo a livello regionale, nella generale mancanza di una strategia promozionale organica ed unitaria sul territorio e in un debole coordinamento regionale.

Ancora una volta emerge la necessità di una diversa *governance* che sia pensata e che prenda come punto di partenza dei dati turistici puntuali e precisi. È impossibile competere con successo a livello globale attraverso politiche frammentate e non coordinate tra loro¹³.

¹¹ ISNART, *Le politiche di promozione e sviluppo del turismo*, 2008, 30 ss.

¹² Istituto Piepoli S.p.A., *Confturismo, Italia-Spagna, Sfide per la leadership del Mediterraneo: scelte, politiche e strategie a confronto*, 2006, 25 ss.

¹³ Gnudi P., *Una strategia unica per il turismo*, Il Sole 24 Ore, gennaio 2013



Un esempio per tutti: l'Italia non ha un marchio turistico che identifichi il Paese in tutto il mondo, a differenza della Spagna.

Anche per questi aspetti il *Piano strategico* ha previsto delle soluzioni che richiamano moltepliciteriorità che il sistema spagnolo ha fatto proprie da decenni. Anche il nostro Paese mira a creare una Banca dati unificata che ci permetta di disporre di dati aggiornati ed affidabili come già fa la Spagna; si prevede il rilancio dell'Agenzia Nazionale del Turismo attraverso una riprogettazione della missione e dell'organizzazione, in linea con le migliori agenzie internazionali.

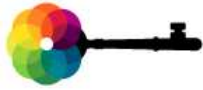
Le carenze, le contraddizioni e le inefficienze in termini di *governance* in Italia sono palesi¹⁴: mancanza di centralità e coordinazione, incapacità di competere in maniera efficace, mancanza di strumenti per far fronte ad una domanda turistica profondamente mutata, soprattutto dall'ingresso sulla scena turistica internazionale, di mercati turistici emergenti¹⁵, come Cina e Brasile. L'attenzione per la diffusione e l'applicazione dei principi fondamentali del turismo sostenibile tra i diversi livelli amministrativi dei territori, deve essere lo sfondo su cui basarsi per rilanciare questo fondamentale settore della nostra economia.

Le soluzioni proposte dal *Piano Strategico* sono diretti a due ambiti tra loro complementari; quello giuridico e quello manageriale:

1. *Governance and Policy*: che si incentra sulla modifica del Titolo V della Costituzione, la cui tempistica per la realizzazione è stimata a due anni. Questa è realmente la soluzione più adeguata a breve termine per colmare le criticità già evidenziate? Si potrebbe esaminare l'apparato normativo che permette al sistema di *governance* spagnolo di gestire al meglio un coordinamento nazionale in materia di turismo sostenibile; rinunciando così alla modifica della Costituzione che richiederebbe una tempistica maggiore ai due anni indicati nel *Piano Strategico*.
2. *Marketing and Management*: a livello manageriale si prevede un intervento per rilanciare l'organo di gestione turistica nazionale l'*Agenzia nazionale del Turismo*; questa presenta una potenziale capacità di produzione di ricchezza in termini

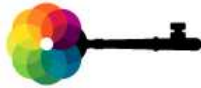
¹⁴ Banca d'Italia, *Il turismo internazionale in Italia: dati e risultati*, giugno 2012, 95 ss.

¹⁵ Fondazione Rosselli, *Gli Istituti Italiani di Cultura per la promozione del Brand Italia, Un nuovo modello di relazione per promuovere il sistema-Paese*, 2010, 16 ss.



monetari e occupazionali incredibile. Esempio concreto si ritrova, ancora una volta, nel modello spagnolo che, con il suo *Turespana*, ha posto in essere una politica mirata ad incrementare il proprio potere economico a livello internazionale con ottimi risultati, come dimostra la tabella *Travel & Tourism Competitiveness Index*.

La Spagna, si deve concludere, è riuscita ad adottare un sistema di gestione del turismo che le ha permesso in così poco tempo di guadagnare, pur in un periodo di crisi molto forte, delle posizioni di rispetto nel panorama del turismo internazionale. Sarebbe auspicabile che le azioni previste dalle linee guide dettate dal Piano Strategico venissero poste in essere tenendo presente come punto di partenza l'esempio di gestione ottimale adottato dalla Spagna. In questo modo l'Italia potrebbe sia riassumere il ruolo di capo fila nel settore turistico - i risultati stimati nel Piano prevedono fino a 30 miliardi di euro di incremento del PIL e nuovi posti di lavoro – sia essere un esempio virtuoso di turismo sostenibile a livello internazionale, grazie alle molteplici peculiarità sociali e ambientali che necessitano di una coordinazione per poter esprimere il potenziale che sino ad ora si sta sprecando.



Avena G., *Gli impatti del turismo sull'ambiente e gli effetti del danno ambientale sull'organizzazione turistica*, anno I, n.3, dicembre 2010, Rivista di scienze del turismo.

Banca d'Italia, *Il turismo internazionale in Italia: dati e risultati*, giugno 2012.

Brenner Roberto, *Il processo di pianificazione del viaggio nell'era digitale*, novembre 2007.

Carta di Lanzarote per un turismo sostenibile, Lanzarote, Spagna, aprile 1995.

Chierchia Vincenzo, *Turismo, competitività bassa per l'Italia*, Il Sole 24 Ore, marzo 2013.

Commissione Europea, *L'Europa, prima destinazione turistica mondiale – un nuovo quadro politico per il turismo europeo*, giugno 2010.

Commissione europea, *Promuovere il turismo, volano dell'economia*, 14 aprile 2010, www.ec.europa.eu

Commission of the European Communities Eurostat, *2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological framework (TSA: RMF 2008)*, 2007.

Consejo Español de Turismo, *El Plan del Turismo Español Horizonte 2020*, 2012.
Convenzione di Århus, giugno 1998.

Ejarque Josep, *Politiche turistiche in Italia e il necessario nuovo ruolo delle amministrazioni*, Supplemento human capital, 7/2011.

Federturismo, Confindustria, *Piano nazionale del Turismo “ 5 azioni per raddoppiare il PIL del turismo”*, 22 settembre 2010.

Fondazione Rosselli, *Gli Istituti Italiani di Cultura per la promozione del Brand Italia, Un nuovo modello di relazione per promuovere il sistema-Paese*, 2010.

Fondazione UniVerde, *Turismo sostenibile ed ecoturismo: un futuro per la natura e l'economia*, febbraio 2011.

Fortis Marco, *Ora la sfida con la Spagna: il sorpasso verrà dagli extra – UE*, Il Sole 24 Ore, febbraio 2012.

Gemmiti Roberto, *Sviluppo sostenibile e sistemi turistici locali. Spunti di riflessione dall'Europa*, 2005

Gnudi P., *Una strategia unica per il turismo*, Il Sole 24 Ore, gennaio 2013.

Inforegio Panorama, *Politica regionale, sviluppo sostenibile e cambiamenti climatici*, n. 25, 2008.

International Task Force on Sustainable Tourism Development (ITF-STD), *Policy Recommendations on Sustainable Tourism Development*, April 2009.

International Tourism Results and Prospects for 2013, UNWTO NEWS Conference HQ, Madrid, Spain 29 January 2013.



ISNART, *Le politiche di promozione e sviluppo del turismo*, 2008, 30 ss.

Istituto Piepoli S.p.A., Confturismo, Italia-Spagna, *Sfide per la leadership del Mediterraneo: scelte, politiche e strategie a confronto*, 2006.

Marcelli Aura, *La strategia per il turismo*, 2013.

Manning Ted, *Sustainable Development Risk Management and Indicators for Tourism Destinations*, November 2005.

Ministerio de Industria, *Energia y Turismo, Plan Nacional e integral de Turismo (PNIT)*, giugno 2012.

NECSTouR, *L'esperienza NECSTouR – Rete di Regioni europee per il turismo sostenibile e competitivo*, 2008.

OECD *Studies on Tourism: Italy, Review of Issues and policies*, 2011.

OECD (2011), *Studi OCSE sul Turismo: Italia: Analisi delle criticità e delle politiche*, OECD Publishing, *Politiche del Turismo in Italia*, dicembre 2012.

Progetto “Mare delle aquile”, *Trasferimento di best practices nel campo del turismo sostenibile*, 2010

Pezzano Antonio, Del giudice Valeria di ACTAplan, *Sezione I. Considerazioni per la Definizione di una strategia di Sviluppo Sostenibile del Turismo nel Parco*, 2005.

Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per gli Affari Regionali, il Turismo e lo Sport, *Piano Strategico per lo Sviluppo del Turismo in Italia*, Roma, gennaio 2013.

Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo, *XVII Rapporto sul Turismo Italiano, 2010-2011 sintesi*.

Quarto Angelo, *La sostenibilità ambientale come elemento di competitività per il turismo italiano*, *Rivista di Scienze del Turismo* – 3/2011.

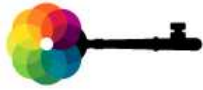
Rapporto del Gruppo per la Sostenibilità del turismo, *Azione per un turismo più sostenibile*, febbraio 2007.

Romei Patrizia, *Turismo sostenibile e sviluppo locale*, CEDAM , 2008, per la storia dell'idea di sostenibilità e dell' evoluzione del turismo sostenibile.

The Authority on World Travel & Tourism, *Travel & Tourism Economic Impact 2013*, World Travel & Tourism Council.

Trade and Development Board, *Sustainable tourism: Contribution to economic growth and sustainable development*, march 2013.

World Economic Forum, *The travel & Tourism Competitiveness Report*, 2011.



World Economic Forum, *The travel & Tourism Competitiveness Report*, 2013.

World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact 2013 World*, 2012.

World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact 2013 Italy*, 2012.

World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact 2013 Spain*, 2012.

World Tourism Organization UNWTO, *Guida degli indicatori di sviluppo sostenibile per le destinazioni turistiche*, 2004.

World Tourism Organization UNWTO, *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations*, 2004.

World Tourism Organization UNWTO, *Sustainable Development of Tourism*, SDT E-BULLETIN, 2011.