

IL TURISMO CULTURALE COME ATTIVITÀ ECONOMICA PER LO SVILUPPO DEL TERRITORIO

Alessandra Barresi<sup>1</sup>

**SOMMARIO**

Il presente contributo si articola in una prima riflessione che evidenzia come il turismo sostenibile costituisca l'occasione per uno sviluppo sostenibile del territorio, soprattutto nei Paesi, come il nostro, ricchi di un patrimonio storico, culturale e naturale ineguagliabile.

Da questa considerazione discende l'obiettivo principale del contributo, ovvero, sottolineare l'importanza di una giusta valorizzazione del patrimonio culturale per lo sviluppo di un turismo sostenibile, da attuare attraverso l'utilizzo dello strumento della pianificazione strategica. Un breve cenno conclusivo viene, infine, rivolto a quanto legiferato in materia di turismo in Sicilia.

---

<sup>1</sup> Università degli Studi "Mediterranea" di Reggio Calabria, Via Melissari, Loc. Feo di Vito, 89100, Reggio Calabria, e-mail: [alessandra.barresi@tin.it](mailto:alessandra.barresi@tin.it).

## **1 Introduzione**

“Il turismo costituisce certamente uno dei principali settori in grado di determinare lo sviluppo economico dei differenti territori, a condizione che esso venga attuato in modalità sostenibili, capaci di contemperare le esigenze di fruizione degli attrattori, con quelle irrinunciabili della salvaguardia e della tutela del patrimonio quale preziosa entità da preservare, trasmettere e tramandare alle future generazioni” (Poin, 2007-2013). Gli attrattori culturali e naturali costituiscono, quindi, un patrimonio collettivo che pur non producendo profitti diretti, rappresenta il cardine dello sviluppo sostenibile dei territori, capace di generare condizioni di crescita culturale sociale e di costituire, allo stesso tempo, una leva strategica per lo sviluppo economico per le comunità locali, attraverso la nascita ed il rafforzamento delle filiere imprenditoriali ad esso collegate. La non fungibilità e riproducibilità di tali risorse, tuttavia, impone che la loro valorizzazione debba essere perseguita attraverso un’azione capace di coniugare le esigenze della tutela con quelle della fruizione, anche a fini turistici, del patrimonio.

In quest’ottica si intende quindi, nel contributo, specificare cosa si intende per valorizzazione del patrimonio culturale (ci si sofferma principalmente su questo, più che su quello ambientale) e come si struttura lo strumento, identificato nella pianificazione strategica, indispensabile per indirizzare tale valorizzazione al fine di avviare uno sviluppo sostenibile dei territori, operando una inversione di tendenza negli approcci attuali al patrimonio culturale del nostro Paese.

Il contributo si articola in una serie di paragrafi; il primo evidenzia la potenzialità che il turismo costituisce per lo sviluppo del Paese; il secondo specifica cosa si intende per sviluppo sostenibile; il terzo relazione lo sviluppo sostenibile ad un turismo sostenibile, riportando le principali strategie europee; il quarto restringe il campo al settore culturale nel turismo sostenibile, specificando in cosa consiste la valorizzazione del patrimonio appartenente a tale settore; il quinto propone la pianificazione strategica per l’inversione di tendenza e l’avvio di un reale processo di valorizzazione che è può essere in grado di determinare un’occasione di sviluppo per il territorio; il sesto pone uno sguardo su quanto è stato fatto finora in Sicilia.

## **2 L’importanza economica del turismo**

Il turismo, in quanto attività che coinvolge il patrimonio culturale e naturale, come pure le tradizioni e le culture contemporanee dell’Unione europea, illustra in modo esemplare la necessità di conciliare crescita economica e sviluppo sostenibile, senza dimenticare la dimensione etica. Il turismo è un’attività economica di rilievo, con un impatto assai positivo sulla crescita economica e l’occupazione in Europa. E’ un’attività economica in grado di creare crescita ed occupazione nell’UE, contribuendo nel contempo allo sviluppo ed

all'integrazione economica e sociale, in particolare delle zone rurali e di montagna, delle regioni costiere e delle isole, delle regioni periferiche, ultraperiferiche o convergenti. Con circa 1,8 milioni di imprese, principalmente PMI, che occupano il 5,2% circa della manodopera totale, l'industria turistica europea genera più del 5% del PIL dell'UE, una percentuale in costante aumento. Il turismo rappresenta così la terza maggiore attività socioeconomica dell'UE, dopo il settore del commercio e della distribuzione e quello della costruzione. Se si considerano i settori attinenti (in particolare quelli della distribuzione, della costruzione, le società di trasporto in generale), il contributo del turismo al prodotto interno lordo risulta ancora più elevato: si ritiene infatti che sia all'origine di più del 10% del PIL dell'Unione Europea e che fornisca circa il 12% dell'occupazione totale. A tal proposito, se si osserva la tendenza degli ultimi dieci anni, la crescita dell'occupazione nel settore del turismo è stata quasi sempre superiore a quella del resto dell'economia.

L'Unione europea, d'altro canto, resta la prima destinazione turistica mondiale, avendo registrato 370 milioni di arrivi di turisti internazionali nel 2008, ovvero il 40% degli arrivi di tutto il mondo. Questi arrivi hanno generato entrate per 266 miliardi di euro, di cui 75 miliardi da parte di turisti provenienti da paesi esterni all'Unione. I viaggi effettuati dai cittadini europei sono stimati a circa 1,4 miliardi, di cui approssimativamente il 90% all'interno dell'UE.

Nel corso degli anni l'Unione europea ha posto le basi di una politica europea del turismo puntando sui fattori che ne determinano la competitività e tenendo conto, allo stesso tempo, degli imperativi dello sviluppo sostenibile. Con l'entrata in vigore del Trattato di Lisbona l'importanza del turismo è stata riconosciuta: l'Unione europea è ormai competente a sostenere, coordinare e completare l'azione degli Stati membri in questo settore. Si tratta di un sicuro passo in avanti, che fornisce una chiarificazione necessaria e permette di stabilire un quadro d'azione coerente.

Il turismo europeo deve affrontare importanti sfide, che offrono però altrettante occasioni da cogliere. L'industria deve, da un lato, adattarsi all'evoluzione della società con i suoi effetti sulla domanda turistica e, dall'altro, far fronte ai vincoli imposti dall'attuale struttura del settore, dalle sue specificità e dal suo contesto economico e sociale.

Il turismo europeo ha sperimentato di recente una situazione economica difficile; in primo luogo, la crisi economica e finanziaria che dal 2008 si ripercuote su tutte le economie ha avuto effetti non trascurabili sulla domanda di prestazioni turistiche. Nel 2009 l'attività turistica in Europa ha così registrato un calo del 5,6% circa, in particolare alcune regioni dell'Europa settentrionale ed orientale sono state particolarmente colpite ed hanno registrato una diminuzione netta del numero dei turisti (fino all'8%). Si tratta di una crisi duratura e le prospettive di crescita dell'attività turistica sono ancora deboli. Questa situazione richiede un adeguamento del settore a nuove difficoltà.

Come qualsiasi altro settore economico, l'industria del turismo deve far fronte ad una concorrenza mondiale sempre più vivace, con i paesi emergenti o in via di sviluppo che attirano un numero sempre più grande di turisti. Per rispondere a questa concorrenza, l'Europa deve proporre un'offerta turistica sostenibile e di qualità puntando sui propri vantaggi comparativi, in particolare sulle diversità dei suoi paesaggi e sul suo straordinario patrimonio culturale. Deve inoltre rafforzare la cooperazione con quei paesi i cui abitanti, con l'aumento del loro tenore di vita, possono diventare una fonte di visitatori per le destinazioni europee.

Un'altra sfida importante è rappresentata dall'andamento demografico osservato in Europa e dalle nuove abitudini o aspettative dei turisti che ne conseguono. Questi cambiamenti richiedono un adeguamento rapido da parte dell'industria per poter mantenere il suo livello di competitività. Si prevede in particolare che il numero di persone di più di 65 anni raggiungerà il 20% della popolazione nel 2020. Questa fascia di popolazione rappresenta un potenziale assai importanti in termini di mercato, ma richiede anche un adeguamento del settore affinché le sue specificità siano prese in conto. Lo stesso dicasi per potere accogliere il numero sempre maggiore di turisti a mobilità ridotta, le cui esigenze specifiche devono essere integrate nell'offerta dei servizi turistici.

Altre sfide strutturali devono essere pienamente integrate nella politica turistica. L'offerta turistica dovrà quindi tenere conto d'ora in avanti delle difficoltà legate ai cambiamenti climatici come pure della scarsità di risorse idriche ed energetiche, della pressione sulla biodiversità o dei rischi per il patrimonio culturale causati dal turismo di massa.

Anche lo sviluppo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) ed il loro impiego sempre più frequente da parte dei consumatori hanno profondamente modificato la relazione tra l'industria turistica e la sua clientela.

Vengono infine ad aggiungersi sfide specifiche, determinate dalle particolarità del settore turistico europeo. Queste sfide sono legate, da un lato, ai modelli di consumo, in particolare alla distribuzione stagionale e agli spostamenti turistici, e, dall'altro, ai modelli di produzione, ovvero alla catena di valori e alle destinazioni turistiche. Attualmente, la domanda turistica si concentra soprattutto nei mesi di luglio e agosto. Questa stagionalità non incide solamente sui flussi di entrate, ma comporta anche un utilizzo non ottimale delle infrastrutture esistenti e del personale. Di fronte alla crisi ed alle sempre maggiori difficoltà che pesano sulla sua attività, il turismo europeo deve evolvere. In linea con il Trattato di Lisbona la politica europea del turismo mira principalmente a stimolare la competitività nel settore, senza dimenticare che, a lungo termine, la competitività è strettamente legata alla sostenibilità del suo modello di sviluppo; questo obiettivo è chiaramente legato alla nuova strategia economica dell'Unione. (Commissione Europea, *Comunicazione della commissione al parlamento europeo, al consiglio, al comitato economico e sociale europeo ed al comitato delle regioni*, Bruxelles, 30.6.2010)

### 3 Il concetto di sviluppo sostenibile

Nel 1987 la Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo delle Nazioni Unite pubblica il suo rapporto conclusivo dal titolo *Il futuro di noi tutti*, nel quale si sottolinea che il mondo si trova davanti ad una sfida globale a cui si può rispondere solo mediante l'assunzione di un nuovo modello di sviluppo definito *sostenibile*. La definizione che si dà di sostenibile è quella di un modello di sviluppo "che soddisfi i bisogni dell'attuale generazione senza compromettere la capacità di quelle future di rispondere alle loro". "Lo sviluppo sostenibile, lungi dall'essere una definitiva condizione di armonia, è piuttosto quel processo di cambiamento per cui lo sfruttamento delle risorse, la direzione degli investimenti, l'orientamento dello sviluppo tecnologico e i cambiamenti istituzionali siano resi coerenti con i bisogni futuri oltre che con gli attuali".

A più di vent'anni dalla prima formulazione, la questione della sostenibilità dello sviluppo economico si conferma cruciale. Alcuni progressi nella direzione indicata dalla Commissione Brundtland sono stati compiuti e si è dimostrata la possibilità di sganciare la crescita economica dalla crescita degli impatti negativi sul pianeta.

Per passare dalle dichiarazioni di principio alle scelte concrete e all'operatività, è necessario, anche se molto complesso, misurare il grado di sostenibilità di una comunità umana e la sua capacità di accrescerlo.

Sono molti i centri di ricerca che nel mondo si occupano di questa materia complicata, fra le riflessioni metodologicamente più accurate ci sono quelle proposte dal centro *Sustainable Measures* di Murene Hart. In primo luogo la sostenibilità ha a che vedere con la vita di una comunità e la sua misurazione significa accertare sei sistemi economici, sociali ed ambientali che formano la comunità garantiscano una vita sana, produttiva e significativa a tutti i suoi residenti, presenti e futuri. Tuttavia, l'approccio tradizionale, a compartimenti stagni, che prende in esame la dimensione economica, quella sociale e quella ambientale di una comunità come parti non comunicanti, non si addice alla prospettiva della sostenibilità, anche perché spesso, come è noto, le soluzioni isolate a un problema rischiano di peggiorarne un altro e di creare conflittualità fra portatori di interessi. Per questa ragione, si propone una visione delle comunità umane nella quale si tenga conto dei collegamenti fra economia, ambiente e società.

La definizione e la misurabilità del concetto di sviluppo sostenibile presuppone l'utilizzazione di sette concetti chiave, espressi in maniera semplice e schematica con altrettante parole: sostenere, sviluppare, comunità, economia, capitale comunitario, capacità di carico, equità.

*Sostenere* significa aiutare a prosperare; pertanto una società sostenibile cerca di conservare e migliorare le caratteristiche economiche, ambientali e sociali della sua area, cosicché i suoi membri possano continuare a vivere in modo sano, produttivo e piacevole.

*Sviluppare*, nel contesto che stiamo trattando, è riconducibile all'idea di miglioramento o di acquisizione di uno stato più avanzato. Una comunità sostenibile è una comunità il cui sviluppo non significa crescita illimitata, quanto piuttosto valorizzazione di ciò che già esiste. La sostenibilità non è stagnazione, bensì ricerca costante di modi di miglioramento, attraverso il consolidamento dei legami tra economia, ambiente e società.

La *comunità* sono un gruppo di persone che vive ed interagisce all'interno di un'area geografica specifica. Ciò che rende comunità un'area sono le interazioni condivise fra le persone al suo interno.

L'*economia* si identifica con il modo in cui vengono prodotti, distribuiti e consumati i beni e i servizi. L'economia è strettamente connessa tanto alla società quanto all'ambiente. L'economia, nel contesto della sostenibilità, riguarda tanto i beni materiali quanto i servizi che usiamo per rendere più gradevole la nostra vita.

Il *capitale comunitario* viene comunemente usato in riferimento al denaro e ai beni materiali, nel contesto della sostenibilità, invece, le comunità hanno diversi tipi di capitali che occorre considerare: il capitale naturale, umano, sociale e costruito. Tutti questi tipi di capitale debbono essere gestiti dalla comunità e vanno curati, alimentati e migliorati nel tempo. Il rapporto tra i capitali comunitari è di tipo piramidale. Alla base ci sono i tre blocchi che compongono il capitale naturale: risorse naturali, servizi agli ecosistemi e la componente estetica della natura.

Le risorse naturali sono tutte quelle cose che traiamo dalla natura. I servizi degli ecosistemi sono i processi naturali per mezzo dei quali l'ambiente produce quelle risorse che spesso diamo per scontate (acqua potabile, legname etc..).

Il terzo blocco, quello dell'estetica della natura, non è meno necessario dei due precedenti. Oltre a contribuire sostanzialmente alla qualità della vita, esso è essenziale per le attività ricreative e per il turismo, che costituiscono una parte tutt'altro che secondaria dell'economia di alcune comunità, come è frequente in Italia.

Al livello successivo della piramide c'è il capitale sociale ed umano, suddiviso in due blocchi, rappresentati dalle persone e dalle connessioni.

Con questi cinque blocchi, le comunità creano il sesto, il capitale costruito.

Una comunità sostenibile ha cura di tutti i suoi capitali, in modo tale da migliorare continuamente la qualità della vita dei suoi abitanti. Questo significa investimenti che accrescono il valore dei capitali.

Le comunità non sostenibili sono tutte quelle che vivono, per così dire, al di sopra dei propri mezzi, cioè al di là dei limiti dei propri capitali.

Capacità di carico, nel contesto della sostenibilità, è la dimensione di popolazione che può essere sostenuta indefinitamente in base alle risorse e ai servizi dei capitali naturali, sociali, umani e costruiti.

Equità, nel contesto della sostenibilità il termine ha a che vedere con la giustizia e con l'uguaglianza dei diritti, delle opportunità e dell'accesso ad ogni forma di capitale comunitario.

In conclusione si può affermare che ogni definizione di sostenibilità ha a che fare con tre caratteristiche fondamentali per qualsiasi comunità umana: vivere entro i limiti; comprendere le interazioni fra economia, società ed ambiente; distribuire risorse ed opportunità in modo equo.

#### **4 I caratteri del turismo sostenibile e la strategia europea**

Definiti i significati di sostenibilità e sviluppo sostenibile è possibile delineare il perimetro concettuale del nostro principale oggetto di interesse, ovvero il turismo sostenibile. Le definizioni di turismo sostenibile sono molteplici e vanno dalle più semplici che includono al suo interno quelle attività e quelle strutture turistiche che non danneggiano l'ambiente, né i modi di vita delle popolazioni locali, a quelle più specifiche quale quella che così lo definisce: "Il turismo sostenibile è il turismo economicamente, socio-culturalmente e ambientalmente sostenibile, i cui impatti socio-culturali e ambientali non sono, né permanenti, né irreversibili" (Beech, Chadwick, 2005). Altrettanto interessante è la definizione proposta dall'Icomos (International council on monuments and sites): "Il turismo sostenibile si riferisce a un livello di attività turistica che può essere mantenuta nel lungo termine, perché produce un beneficio netto per gli ambienti sociali, economici, naturali e culturali dell'area in cui si svolge".

"Il turismo per essere sostenibile dovrebbe: fare un uso ottimale delle risorse ambientali che costituiscono un elemento chiave del proprio sviluppo, mantenendo i processi ecologici essenziali e contribuendo alla conservazione del patrimonio naturale e della diversità biologica; rispettare l'autenticità sociale e culturale delle comunità ospitanti, conservare il loro patrimonio culturale costruito e vivente e valori tradizionali e contribuire alla comprensione e alla tolleranza interculturali; assicurare una funzionalità economica fattibile e di lunga durata, garantendo benefici economici equamente distribuiti fra tutti gli stakeholder come l'occupazione stabile e le opportunità di reddito e servizi sociali per le comunità ospitanti, contribuendo alla lotta contro la povertà" (Cicerchia, 2009).

Il turismo sostenibile, in realtà, più che una pratica stabile, dovrebbe essere considerato un processo continuo, che richiede un controllo costante degli impatti, con l'introduzione di misure preventive o correttive quando occorre.

Il termine impatto indica una collisione o un conflitto fra due corpi fisici oppure tra due idee o comportamenti; in esso è implicita l'idea di cambiamento di uno dei due oggetti, fisici o astratti, coinvolti.

Secondo l'Unep (United Nations Environment Programme) il turismo produce tre ordini di impatti: ambientali, socio-culturali ed economici. Tutti e tre si caratterizzano per aspetti sia positivi, sia negativi.

La qualità ambientale (sia naturale che artificiale) costituisce indubbiamente un elemento basilare per l'attività turistica; tuttavia il turismo ha un rapporto complesso ed ambivalente con l'ambiente. Molti sono gli impatti negativi e molti, d'altro canto, sono i potenziali contributi alla protezione e alla tutela dell'ambiente. L'impatto negativo del turismo si risente soprattutto nell'impoverimento delle risorse naturali e nell'inquinamento. Per quanto concerne la prima si constata che la costruzione di strutture turistiche e ricreative esercita pressioni dirette su risorse strategiche rinnovabili e non rinnovabili, come i minerali, i combustibili fossili, i suoli fertili, le aree umide e la fauna selvatica, nonché sul paesaggio. L'inquinamento provocato dal turismo è simile a quello di qualsiasi altra attività produttiva: emissioni atmosferiche, rumore, petrolio e sostanze chimiche, solidi e *littering*, emissioni di rifiuti liquidi, inquinamento architettonico e visivo.

Nel contesto socio-culturale gli impatti sono definiti come i mutamenti provocati dal turismo nei sistemi di valore e di comportamento, nelle abitudini e nelle tecnologie. Il segno di tali impatti, come spesso accade, è ambiguo, infatti, può minare l'integrità di sistemi sociali tradizionali, ma anche favorire una migliore comprensione fra gruppi umani diversi e un vero e proprio dialogo interculturale. Le aree problematiche coinvolte dagli impatti negativi sono quattro: mutamento o perdita di identità e di valori indigeni, determinate dal progressivo adattamento alle richieste dei turisti; conflitti culturali, determinati dall'atteggiamento dei residenti nei confronti dei turisti che può passare da un'euforia accogliente all'apatia, all'irritazione e all'antagonismo potenziale, nel quale possono generarsi vere e proprie manifestazioni antituristiche; tensione sociale provocata dall'influenza fisica, infatti, anche in assenza di veri e propri contrasti di natura culturale, una serie di problemi sociali possono essere generati dal turismo per ragioni meramente fisiche, per esempio, sono numerosi i casi di conflitti circa l'uso di risorse scarse, quale l'acqua; questioni etiche, infine, si possono determinare perché il turismo può produrre situazioni pericolose che assumono denotazioni di grave devianza sociale, quale l'aumento della criminalità.

Il turismo può contribuire alla tutela e alla valorizzazione delle culture proprio per la sua capacità di promuovere lo sviluppo sociale attraverso la creazione di opportunità occupazionali, la redistribuzione del reddito e la mitigazione della povertà.

Per l'economia mondiale il turismo costituisce un motore potente. La domanda turistica dipende soprattutto dalle condizioni economiche dei grandi mercati, quando le economie crescono, crescono di norma anche i livelli di reddito disponibile ed una parte di questo reddito discrezionale verrà spesa nel turismo, in particolare nelle economie emergenti. Al contrario, una contrazione della situazione economica avrà facilmente per effetto una diminuzione o una trasformazione della spesa turistica. Tra gli impatti negativi del turismo va

citato il cosiddetto *leakage* che consiste nell'insieme delle sottrazioni compiute dalla quota di spesa turistica costituita da tasse, profitti, salari pagati fuori dall'area ed acquisto di beni di importazione. Altro impatto negativo è costituito dal turismo enclave a causa del quale le imprese locali vedono spesso gravemente ridotte le loro possibilità di beneficiare del turismo a causa della creazione di "pacchetti tutto compreso". Si aggiungono ancora tra gli impatti negativi: il costo delle infrastrutture, l'inevitabile rialzo dei prezzi causato dalla domanda crescente di servizi e di beni di base da parte dei turisti, ed infine la dipendenza economica locale dal turismo, specie nei casi in cui non esiste una reale diversificazione dell'economia.

I principali impatti positivi del turismo sono invece rappresentati dalle esportazioni di beni e servizi, spesso in valuta pregiata, che consentono di rafforzare le economie locali e che possono attirarvi investimenti e dai benefici della fiscalità diretta ed indiretta.

Per mitigare gli impatti negativi del turismo numerosi soggetti ed organizzazioni internazionali hanno elaborato, in forme variabili, norme, principi e linee guida. Tra questi vanno ricordati: la Carta di Lanzarote per un Turismo sostenibile elaborata (1995) e il relativo Piano d'azione – la Conferenza mondiale sul turismo sostenibile - ; il Codice etico globale sul turismo (2001) elaborato dal Unwto; I Principi dell'Unep per un turismo sostenibile (2002); Le linee guida sulla diversità biologica, sulla biodiversità e lo sviluppo del turismo.

Anche la Commissione Europea segue una precisa politica del turismo che dovrebbe essere, nella visione della Commissione stessa, complementare rispetto alle politiche seguite dagli stati membri. Le principali aree di intervento individuate nel documento sono l'integrazione delle misure riguardanti il turismo e la promozione della sostenibilità del settore. Obiettivi della Unione europea per la promozione del turismo sono: il miglioramento ed ampliamento dell'uso della valutazione di impatto per le nuove proposte; la semplificazione della legislazione europea esistente; l'ottimizzazione dell'uso degli strumenti finanziari europei disponibili.

La Commissione ha inoltre previsto la possibilità di finanziare progetti sostenibili di tipo turistico attraverso una serie di Fondi, tra i quali: il Fesr (Fondo europeo di sviluppo sostenibile) indirizzato ad appoggiare lo sviluppo socioeconomico; il Fondo di coesione che va a beneficio dell'ambiente e delle infrastrutture di trasporto; il Progetto Leonardo da Vinci nel quale il turismo è stato considerato come possibile settore pilota nel campo dell'apprendistato; il Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale, nel quale le attività turistiche vengono individuate come parte della diversificazione degli obiettivi dell'economia rurale; il Fondo europeo per la pesca che promuove e appoggia progetti di formazione verso attività diverse dalla pesca in mare, connesse al turismo.

Anche la ricerca finanziata nell'ambito del VII programma quadro comunitario per la ricerca, lo sviluppo tecnologico e le attività di dimostrazione può portare beneficio al turismo quando riguarda le tecnologie dell'informazione e della comunicazione, le applicazioni satellitari, il patrimonio culturale e l'utilizzo del territorio.

Nell'ambito della promozione della sostenibilità del turismo un posto di rilievo spetta alla *Agenda europea 21 per il turismo*, la cui elaborazione ed attuazione è da considerarsi un processo a lungo termine. Considerare la crescita e l'occupazione come traguardo immediato va di pari passo con la promozione di obiettivi sociali ed ambientali.

Nel 2004 la Commissione ha istituito il gruppo per la sostenibilità del turismo (GST) al fine di promuovere le sinergie tra le parti in causa e fornire input al processo dell'*Agenda 21* per la sostenibilità del turismo europeo. Il Gst presta particolare attenzione a tematiche di tipo ambientale e nel febbraio 2007 ha presentato un Rapporto dal titolo "Azione per un turismo europeo più sostenibile", il cui scopo è "stimolare interventi atti a rendere più sostenibile il turismo europeo e a mantenerlo tale con un processo continuo".

## **5 Turismo e settore culturale**

Oggetto principale di interesse di questo lavoro è il turismo culturale considerato particolarmente idoneo per il raggiungimento degli obiettivi della sostenibilità. Viene definito turismo culturale "ogni movimento turistico motivato dal godimento di qualsiasi forma di cultura" (Cicerchia, 2009). Per conoscere il turismo culturale è necessario, a monte, definire il concetto di cultura, il cui significato non è certamente univoco. Per parecchio tempo si sono distinti due orientamenti prevalenti, riconducibili alla scuola anglosassone ed alla scuola latina, nella definizione del concetto: "il primo tendente a definirla come l'insieme degli stili di vita, dei comportamenti codificati, dei simboli, dei valori e delle norme, ma anche dei manufatti e dell'uso dello spazio, che distinguano un gruppo umano dall'altro, e il secondo tendente piuttosto a sottolineare la componente coltivata, gerarchica ed in un certo senso artefatta della cultura, come espressione consapevole di eccellenza intellettuale ed artistica". (Cicerchia, 2009)

Da un lato, pertanto, esiste una concezione ristretta ed esclusiva, che viene definita gerarchica (Bauman 1976), applicabile solo ad eccellenze riconosciute come tali dalla tradizione o dal giudizio dei tecnici; dall'altra, c'è un concetto vasto ed inclusivo, che esprime il divenire di un gruppo umano attraverso le sue soluzioni originali, materiali ed immateriali, alle sfide dell'ambiente e dell'interiorità.

A partire dalla metà degli anni sessanta, in Italia la nozione estesa ed inclusiva della cultura ha cominciato a circolare e ad affermarsi e si è cominciato a parlare di *beni culturali*. A tutt'oggi però in Italia non esiste un governo della cultura, se la cultura viene intesa in senso lato, infatti il Ministero per i beni culturali si è sempre occupato perlopiù di cose di antichità e di arte.

Molto più ampio e di accezione relativamente recente risulta il concetto di settore culturale, inteso come ambito di attività economiche, di imprese e di occupazione. Su tale concetto sono state fatte diverse analisi ed approfondimenti, tra gli altri quello del centro di studi belga Kea

European Affairs, commissionato dalla Commissione europea sull'economia della cultura nell'Unione che ha fornito dati molto interessanti sulle industrie della creatività e sul loro grande valore economico (Kea, 2006).

Le conclusioni, presentate sotto forma di Libro Bianco, sono interessanti, sia per i dati circa il peso di questo settore, sia per il perimetro scelto nella sua descrizione che include anche l'industria del gusto e presenta un taglio molto suggestivo per le riflessioni sull'economia del turismo sostenibile.

## **6 Valore e valorizzazione turistica delle risorse culturali**

Perché il turismo culturale costituisca occasione di sviluppo per un territorio è necessario avviare un processo di valorizzazione turistica delle risorse culturali.

La valorizzazione si è perlopiù intesa come un processo che, modificando in qualche misura l'assetto di norma fisico di un determinato oggetto (o di una persona), ne mette in risalto aspetti che la condizione precedente lasciava in ombra. L'operazione dunque accresce il valore dell'oggetto.

In questa visione l'accento sembra posto tutto sulla cosa o sulla persona il cui valore, attraverso una serie di interventi e di operazioni, viene accresciuto. Quest'idea di valore, come qualità intrinseca ed oggettiva, prescinde del tutto dal contesto temporale e spaziale. Il valore di un oggetto, in realtà, "deriva invece dai bisogni e dai desideri che è capace di soddisfare"; più grande è questa capacità, tanto maggiore sarà il valore dell'oggetto. (Archibugi, 2001) (Cicerchia, 2002c)

Il valore, pertanto, implica la compresenza di due elementi oggettivi in relazione: da una parte, un attore obiettivamente portatore di necessità o di desideri, dall'altra, l'oggetto, con la sua capacità specifica, anch'essa oggettiva, di soddisfare, in tutto o parzialmente, quei desideri o quei bisogni. La capacità di soddisfazione dei desideri e dei bisogni, naturalmente, non è data una volta per tutte, né in misura sempre identica, ma cambia in relazione alle specifiche condizioni del contesto. Complessivamente il concetto di valore può essere scomposto in quattro fattori: la capacità oggettiva dell'oggetto di soddisfare i bisogni; i soggetti portatori di bisogni da essere soddisfatti; la percezione individuale e sociale del valore; la misurazione, segnalazione e comunicazione sociale del valore dell'oggetto. I quattro fattori si trovano in una relazione dinamica, che spesso si attesta su valori non ottimali. Data la variabilità dei fattori appena citati è possibile costruire il concetto di valorizzazione sulla base di questa definizione articolata della nozione di valore, intendendolo come un processo mediante il quale è possibile accrescere le capacità e le possibilità dell'oggetto e del soggetto sia sul lato dell'offerta che su quello della domanda: valorizzazione come accrescimento della capacità dell'oggetto di soddisfare i bisogni; valorizzazione come ampliamento della platea dei

beneficiari; valorizzazione come intervento sulla percezione sociale; valorizzazione come intervento sui segnali e sulla comunicazione.

Le strategie di valorizzazione turistica, con particolare riferimento alle risorse culturali, si fondano sulla prevalenza di una delle linee di intervento appena delineate e vengono declinate in termini di scala e di tipologie spaziali che per comodità possiamo immaginare in una sorta di continuum che va da un estremo del singolo elemento puntuale culturale, preso nella sua individualità, fino all'estremo opposto, ovvero alla complessa realtà del distretto culturale. In mezzo ci sono le diverse modalità di valorizzazione che possono identificarsi nella valorizzazione di tipo lineare (per esempio itinerari), che accomunano elementi eterogenei per tipo, ma accomunati da un elemento culturale tematico, (Via Francigena, Camino di Santiago), o nella valorizzazione a rete (che accordano tra loro elementi in termini prevalentemente organizzativi e gestionali). Una ulteriore prospettiva di maggiore complessità programmatica ed attuativa è quella integrata. In questa impostazione, la valorizzazione (turistica, ma non esclusivamente) delle risorse culturali presuppone, attorno ad un tema o ad una attività dominante, interventi contemporanei su più settori (culturali, di trasporto, commerciali ed altro) e il coinvolgimento di una pluralità di soggetti: pubblici, privati, non profit etc....

Esempi di valorizzazione integrata sono i progetti integrati territoriali e i distretti turistico-culturali.

## **7 La pianificazione strategica: cosa è, a cosa serve e come può essere utile per il turismo**

Prendendo in considerazione qualsiasi definizione di turismo sostenibile, ci si rende facilmente conto che la situazione attuale italiana è molto lontana dall'essere ideale.

Si rende così necessario operare una inversione di rotta per far sì che l'attrattività dei territori italiani, soprattutto quelli del Mezzogiorno, nonostante le elevate dotazioni naturalistiche e culturali, aumenti superando l'attuale fase di declino.

Condividendo pareri di studiosi autorevoli (Cicerchia, 2009), per affrontare con successo le criticità che lo penalizzano in molti comparti e per migliorare la propria competitività, che, come si è visto, è debole e tendenzialmente calante, il turismo, in Italia, deve superare lo status quo attraverso l'ausilio della pianificazione strategica.

La pianificazione strategica si rende necessaria ogni volta che il corso naturale delle cose non conduce verso gli obiettivi desiderati o desiderabili. La pianificazione strategica aiuta i soggetti pubblici, privati e non profit, di piccole come di grandi dimensioni, a conseguire i propri obiettivi, tenuto conto delle condizioni di contesto e utilizzando in maniera ottimale le risorse disponibili. Ciò consente di ottenere risultati che, in assenza di intervento, sarebbero irraggiungibili.

Gli obiettivi chiave che il turismo si deve prefissare di raggiungere attraverso interventi strategici, verticali ed orizzontali, di programmazione sono: la valorizzazione turistica di aree dotate di patrimonio naturalistico e culturale di grande qualità, con particolare riferimento al Mezzogiorno e alle località del centro-nord nelle quali il turismo potrebbe sostituire attività mai decollate o in declino; la destagionalizzazione ed una migliore distribuzione geografica dei flussi turistici; la sostenibilità complessiva delle attività turistiche.

Tutti questi obiettivi, che definiamo strategici per la loro capacità di essere influenti sulla sopravvivenza complessiva del sistema turistico in Italia, chiamano in causa l'azione coordinata di una elevata quantità di attori; di conseguenza per modificare significativamente le tendenze in atto, sia nella direzione della sostenibilità (Protocollo di Kyoto), sia nella direzione di una ripresa di competitività internazionale, occorrerà il concorso di tutti gli attori coinvolti.

Da un paio di decenni alla scala internazionale, le amministrazioni pubbliche dei Paesi più industrializzati sono impegnate in un processo di contenimento e soprattutto di contestualizzazione della spesa pubblica. Una delle conseguenze di questa prospettiva è la ricerca di un migliore rapporto fra costi sostenuti e risultati dell'azione pubblica che ha creato le condizioni per la riscoperta della pianificazione strategica.

A valle dei presupposti logici – obiettivi chiari e ben fissati, controllo delle risorse, valutazione dell'efficacia, programmazione pluriennale, etc... - si colloca il piano strategico che, in estrema sintesi “è il percorso che il soggetto interessato costruisce per conseguire i suoi obiettivi attraverso i mezzi di cui dispone” (Archibugi 1999).

La natura della costruzione del ciclo del piano è di tipo circolare e non lineare, essa fonda la propria efficacia sulla capacità di recepire le informazioni che provengono dalla dimensione operativa e di includerle in una fase più avanzata di riprogrammazione.

Qualsiasi attività di pianificazione strategica si articola nei due momenti di base della progettazione e dell'attuazione; le due fasi distinte sono tra loro strettamente connesse e correlate. Nella forma più semplice, un piano strategico è un accordo fra i decisori chiave sulla missione di una organizzazione e su che cosa dovrebbe fare, alle circostanze date (risorse disponibili, ambiente operativo) ed entro un orizzonte temporale stabilito. La sua costruzione può essere sintetizzata in sei passaggi chiave: individuazione dei soggetti dei mandati, dei beneficiari e degli stakeholder del processo di pianificazione e di gestione; strutturazione di programma ed elaborazione degli indicatori di programma; scansione temporale dei processi e delle relative fasi valutative ex ante, in itinere ed ex post; ingegnerizzazione dei programmi, specificazione delle azioni e gestione dei progetti; analisi dei costi operativi e studio del loro finanziamento e costruzione di un bilancio di programma; monitoraggio dei programmi, loro revisione e feedback del processo (Cicerchia, 2009).

La fase della strutturazione di programma costituisce il cuore logico di tutto il processo di elaborazione del piano, nella quale gli obiettivi del programma vengono raccordati

sistematicamente e gerarchicamente con i mezzi a disposizione , secondo strategie mirate e con un andamento progressivo dal generale al particolare. Fra le caratteristiche di base della struttura di programma c'è la coerenza “verticale” fra mezzi e fini e la coerenza “orizzontale”, fra elementi corrispondenti ai diversi livelli di dettaglio del piano.

Tra i processi strategici per la valorizzazione delle risorse culturali e naturali a fini turistici va menzionato il Poin 2007-2013 “Attrattori culturali, naturali e turismo” che stabilisce, come sua finalità generale: “valorizzare le risorse naturali, culturali e paesaggistiche del Mezzogiorno, trasformandole in vantaggio competitivo per aumentare l’attrattività, anche turistica, del territorio, migliorare la qualità della vita dei residenti e promuovere nuove forme di sviluppo economico sostenibile (Poin 2007-2013).

“Questo programma al fine di superare il localismo e la scarsa organicità che ha sinora caratterizzato le politiche territoriali d’intervento in materia di turismo, insisterà in particolar modo sulla loro integrazione, puntando, nelle aree in cui insistono i Poli turistici (intesi come “un sistema di offerta composto da attrattori culturali e/o naturali, e/o paesaggistici in contesti riconducibili a uno o più comuni fisicamente contigui, tale da rappresentare (...) una destinazione turistica capace di attrarre flussi significativi di visitatori e di determinare impatti positivi, diretti ed indiretti, sul sistema economico complessivo” rispettivamente: alla valorizzazione del territorio e degli attrattori di particolare pregio in essi localizzati; al rafforzamento del sistema degli attrattori minori e di quelli dotati di potenzialità di sviluppo a ancora non del tutto sfruttate; alla costruzione di un prodotto turistico complessivo; alla promozione e al marketing di tale prodotto turistico sui mercati di riferimento” (Poin 2007-2013).

Nel complesso la strategia punta alla definizione di un unico prodotto turistico – il prodotto turistico “Mezzogiorno” – espressione di un articolato sistema di offerta, risultante dall’integrazione e della combinazione di differenti componenti tra loro complementari e sinergiche coincidenti con i diversi Poli turistici individuati nei territori regionali.

## **8 Conclusione – Il “distretto turistico” siciliano occasione per l’avvio di una riforma strategica del settore**

La Sicilia costituisce sicuramente un campo di applicazione ideale per la sperimentazione di strategie di valorizzazione delle risorse culturali ai fini dello sviluppo di un turismo sostenibile. L’Isola è infatti ricca di un patrimonio naturale e culturale unico che ha le potenzialità per contribuire in maniera determinante allo sviluppo economico della Regione, pensando ad una interazione continua tra il patrimonio stesso, le infrastrutture e il territorio.

Purtroppo ancora poco è stato fatto in tale direzione, si ritiene però particolarmente significativo per un buon avvio quanto delineato dalla legge regionale di settore che vede nel *distretto turistico* la figura centrale del sistema turistico siciliano.

Il distretto turistico rappresenta un tassello fondamentale di un modello di governance radicalmente nuovo, che richiede anche un approccio “culturale” nei confronti delle dinamiche di sviluppo turistico, da parte degli operatori pubblici e privati. Innanzitutto la legge ha voluto razionalizzare la presenza territoriale della Regione, che adesso è nelle condizioni di realizzare in modo coordinato e omogeneo politiche e progetti di sviluppo; in secondo luogo la legge prevede l’attuazione del principio di sussidiarietà, con i comuni che diventano i protagonisti locali del turismo (scompare la sovrapposizione con i vecchi enti turistici, fonte spesso di sprechi ed inefficienze), mentre la Regione assume un ruolo di indirizzo e programmazione generale, con lo strumento del Programma triennale di sviluppo turistico. La riflessione proposta in Sicilia sui distretti turistici, sulla loro costituzione e sul loro funzionamento costituisce un’occasione concreta per pensare ad una inversione di tendenza nel settore turistico. La scommessa è un coinvolgimento efficace di energie e risorse finanziarie private per lo sviluppo locale, che vede nel turismo un fattore centrale e potenzialmente foriero di effetti virtuosi sull’intero sistema economico siciliano. In questo senso il distretto, che nasce come turistico, in realtà si candida a diventare il punto di imputazioni, di politiche generali finalizzate alla crescita del reddito delle comunità locali. “Per raggiungere questo obiettivo il distretto non deve diventare, surrettiziamente, un nuovo livello di governo del settore, quindi non deve generare nuove burocrazie, nuovi uffici, in definitiva nuove rigidità organizzative. In questo senso appare utile mutuare il meglio dell’esperienza recente dei progetti integrati territoriali, piuttosto che quella dei patti territoriali o di altri strumenti di contrattazione negoziata, che hanno lasciato in eredità una miriade di società di gestione, con relativi organi di amministrazione e conseguenti gravosi costi di gestione. Non di rado tali entità, politicamente irresponsabili, esaurito lo scopo che ne ha in origine giustificato la costituzione, continuano ancora a funzionare, condizionando in modo rilevante ogni nuova esperienza di concertazione e di sviluppo locale sui territori di riferimento. Meno burocrazie, maggiore flessibilità degli strumenti di governance locale del turismo: solo così la riforma potrà consentire un nuovo salto di qualità per il nostro sistema turistico” (Barresi, 2010).

## **9 Bibliografia**

Archibugi F. (a cura di) (2009) *Eco-sistemi urbani in Italia. Una proposta di riorganizzazione urbana e di riequilibrio territoriale ed ambientale a livello regionale-nazionale*. Roma:Gangemi

Barresi A. (2010) Italian tourist district: an opportunity for a sustainable land rehabilitation. Paper presented at the *Sustainable, Revitalising and renovation of districts: an urgent and essential step*, SBIOMad, *International sustainable building regional conference*. Madrid, Spain: april

Cicerchia A. (2009) *Risorse culturali e turismo sostenibile*. Milano: FrancoAngeli

Cicerchia A. (2002) *Il bellissimo vecchio. Argomenti per una geografia del patrimonio culturale*, Milano: FrancoAngeli

Kea european affairs (2006) *L'economia della cultura in Europa*. Kea e Commissione –DG educazione e cultura

Commissione Europea (2010), *Comunicazione della commissione al parlamento europeo, al consiglio, al comitato economico e sociale europeo ed al comitato delle regioni*. Bruxelles

## **ABSTRACT**

The present contribution articulates in a first reflection that underlines as the sustainable tourism constitutes the occasion for a sustainable development of the territory, especially in the Countries as ours, rich of an incomparable historical, cultural and natural patrimony. From this consideration it comes down the principal objective of the contribution, or, to underline the importance of a correct valorisation of the cultural patrimony for the development of a sustainable tourism, to effect through the use of the tool of the strategic planning. A brief conclusive mention comes, finally, turned to how much legislated in subject of tourism in Sicily.