

Management per la sostenibilità dello sviluppo turistico e la competitività delle destinazioni

Il concetto di “sviluppo sostenibile”, emerso per la prima volta nel corso della Conferenza Onu sull’Ambiente Umano del 1972 e definito nel 1987 dal noto rapporto Brundtland della World Commission on Economic Development come lo sviluppo che *“incontra i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle future generazioni di soddisfare le loro esigenze”*, si è andato nel tempo sempre più affermando nella teoria e nella prassi quotidiane.

Ricerche scientifiche e stili di vita, studiosi e cittadini, policy maker internazionali e nazionali mostrano una crescente sensibilità verso il concetto di limite implicito nella definizione di sviluppo sostenibile e la necessità di garantire un’equa distribuzione nello spazio e nel tempo dello stock di capitale ambientale, sociale ed economico oggi disponibile.

Principi questi che si dimostrano essere tanto più rilevanti se declinati nel settore del turismo, settore che da solo contribuisce per il 10% alla determinazione del Pil Italiano e che, individuando nelle risorse paesaggistiche, culturali e umane del territorio i fattori caratterizzanti l’offerta turistica, non può non tenere conto della limitatezza di tali risorse e del rapido esaurirsi delle stesse che potrebbe derivare da una crescita non sostenibile dei flussi turistici.

Ecco, dunque, apparire in tutta la sua urgenza la necessità di integrare il paradigma della sostenibilità all’interno dei processi di pianificazione turistica, motivata, come precisano Mariangela Franch e Umberto Martini, curatori del testo *“Management per la sostenibilità dello sviluppo turistico e la competitività delle destinazioni”*, non solo e non tanto da un imperativo etico, quanto dalla ben più lungimirante prospettiva di raggiungere nel lungo periodo un vantaggio competitivo derivante da una più efficace ed efficiente gestione delle risorse del territorio.

Attraverso una raccolta dettagliata di casi studio e analisi teoriche si indagano le connessioni tra la sostenibilità, il management e la competitività di una destinazione turistica per restituire alla ricerca e, soprattutto, agli attori coinvolti nella gestione dello sviluppo turistico un contributo teorico passibile di concreti risvolti gestionali.

Qual è, dunque, il modello di management capace di coniugare sviluppo turistico e sostenibilità? La risposta che emerge dalla lettura dei case history, che spaziano dall’analisi della competitività e sostenibilità turistica delle regioni italiane alle indagini ispirate al *community based approach* condotte sulla comunità di Arzachena, Costa Smeralda, è anzitutto *“un modello decisionale multistakeholder, nel quale obiettivi e strategie espressi dai diversi portatori di potere, devono trovare una soluzione condivisa attraverso processi negoziali”*.

Attraverso l’integrazione della sostenibilità negli asset di sviluppo territoriale, l’adozione dell’approccio multistakeholder e di una visione sistemica è possibile realizzare una pianificazione condivisa dello sviluppo turistico, che sia capace di coniugare gli interessi pubblici e privati che insistono sul territorio e addivenire a una *“governance partecipata delle risorse ambientali, sociali, economiche e imprenditoriali”* che ne preservi l’integrità nel medio e lungo periodo.

Significativo in tal senso è l'esempio della Provincia di Siena, una destinazione turistica matura, al cui interno si registra una forte presenza del turismo internazionale. L'adozione di un approccio sostenibile al turismo, il dialogo attivato con i soggetti dell'intermediazione locale e internazionale e il coinvolgimento degli attori locali in iniziative volte a promuovere l'adozione di certificazioni di sostenibilità connesse al brand "Terre di Siena" hanno incentivato una fruizione del territorio diffusa, "*genuina e autentica*": turismo di massa sì, ma sostenibile.

Management per la sostenibilità dello sviluppo turistico e la competitività delle destinazioni

Mariangela Franch e Umberto Martini (a cura di)

Il Mulino, 2013

Euro 34,00



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)