



Dall'ecoturismo al turismo sostenibile nelle Alpi

Una relazione specifica

INDICE

I primordi	2
Storia e definizioni	2
Richieste generali per il perfezionamento e l'ulteriore sviluppo del turismo	5
Aree protette tra wilderness ed ecoturismo.....	5
Politica del turismo	7
2002 – Anno internazionale dell'ecoturismo	7
Il consolidamento dell'“ecoturismo”	8
L'ecoturismo e le Alpi	9
Rilevanza dell'ecoturismo per il territorio alpino:.....	9
Potenzialità dell'ecoturismo nelle Alpi.....	10
Come proseguire? Dopo il 2002: da “eco” alla sostenibilità. ..	13
Specifici campi d'azione per un ecoturismo sostenibile nelle Alpi..	13
Conclusioni sull'ecoturismo nelle Alpi	17
Appendice	19

Dall'ecoturismo al turismo sostenibile nelle Alpi

Dott. Christian Baumgartner

Institut für Integrativen Tourismus & Freizeitforschung
christian.baumgartner@iitf.at, www.iitf.at

I primordi

Storia e definizioni

Dal turismo amante della natura...

Il primo turista amante della natura si incontra già nella società dell'antica Grecia, più di 2.000 anni fa: Erodoto, che nel corso dei suoi lunghi viaggi ha visitato il Mar Nero, l'Egeo, l'Egitto e l'Italia. Dalla sua opera emerge che egli si è interessato anche di geografia e della natura, non solo di storia. Anche altri filosofi, come ad esempio Aristotele, viaggiarono molto, raggiungendo anche terre lontane, e si dedicarono allo studio della natura. Più tardi Marco Polo e altri esploratori lasciarono vivaci descrizioni delle nuove terre che essi avevano "scoperto". Scopritori di epoca più recente, come ad esempio Georg Forster, Alexander von Humboldt, James Cook o anche Charles Darwin, raggiunsero paesi lontani e descrissero la natura e la cultura di questi "nuovi" mondi. Questi viaggiatori erano tuttavia personalità fuori dal comune, che emergevano dal loro contesto sociale. I viaggi naturalistici intesi come popolare attività del tempo libero si svilupparono solo a partire dal tardo XIX secolo, nell'ambito del progresso dei viaggi di massa (Ceballos-Lascurain, 1996). Solo dalla metà del XX secolo, tuttavia, i viaggi su scala planetaria non furono più un privilegio riservato ad una classe elitaria e dedita ai piaceri. Oggi la rivoluzione tecnologica nei trasporti e nelle comunicazioni di massa consente ad un numero di persone sempre maggiore di visitare luoghi lontani e prima irraggiungibili.

...all'ecoturismo

Un modo di pensare orientato all'ecologia compare nel turismo per la prima volta a metà degli anni Sessanta. L'ecoturismo, nato in quegli anni, veniva allora inteso come un modo di viaggiare che fosse compatibile sia sotto il profilo ambientale che sociale: *"Ecoturismo è viaggiare in ambienti naturali con responsabilità, rispettando l'ambiente e il bene della popolazione locale"* (TIES 1991).

Più o meno dal 1990, anche nell'area di lingua tedesca, si inizia a prestare maggiore attenzione a questo approccio. La trasformazione sociale verso una maggior consapevolezza ambientale ha fatto sì che il turismo vivesse un vero e proprio "ecoboom". E sono fiorite anche creazioni verbali connesse al turismo, come ad esempio "alternativo", "verde", "low impact", "rurale" o "agri"(turismo): tutte espressioni che si possono utilizzare in alternativa al concetto di "ecoturismo", ma che non si sono però affermate al pari di quest'ultimo.

La crescente importanza dell'ecoturismo ha prodotto una tale quantità di tentativi di definizione, che alcuni cinici ricercatori del turismo parlano già di dichiarare il cimentarsi in tentativi di defini-

zione dell'ecoturismo una nuova disciplina olimpica. In questo contesto, Elisabeth Boo (1990) ha suggerito la seguente definizione:

“Ecoturismo vuol dire viaggiare con una consapevolezza ambientale e visitare aree naturali relativamente indisturbate, per godere ed apprezzare la natura (come le attrazioni culturali del passato e del presente); ciò promuove la conservazione, ha poche conseguenze negative e favorisce un’attiva e vantaggiosa partecipazione socioeconomica della popolazione locale.”

Il gruppo di lavoro “Ecoturismo” del Ministero tedesco per la cooperazione economica e lo sviluppo, nel 116° Rapporto di ricerca, considera l'ecoturismo *“un modo di viaggiare responsabile in aree quasi naturali, che cerca di ridurre al minimo gli effetti ambientali negativi e le trasformazioni socioculturali, contribuisce a finanziare le aree protette e le possibilità di reddito per la popolazione locale”*.

Nel corso della preparazione dell'Anno internazionale dell'ecoturismo la WTO (World Tourism Organisation) si è impegnata per raggiungere una definizione unitaria:

“Non c’è una definizione universale di ecoturismo, tuttavia le sue caratteristiche di fondo possono essere sintetizzate come segue:

1. *Tutte le forme naturali di turismo, in cui la principale motivazione del turista consiste nell’osservazione e nell’apprezzamento della natura nonché delle culture tradizionali nelle aree naturali;*
2. *Contiene tratti educativi e interpretativi;*
3. *È perlopiù organizzato – ma non sempre – in piccoli gruppi da piccole aziende specializzate appartenenti a proprietari locali. Anche operatori stranieri di diverse dimensioni organizzano, gestiscono o distribuiscono tour ecoturistici, in generale per piccoli gruppi;*
4. *Minimizza gli effetti negativi per il contesto naturale e socioculturale;*
5. *Sostiene la protezione delle aree naturali attraverso:*
 - *la creazione di vantaggi economici per i comuni ospitanti, le organizzazioni e gli enti che amministrano le aree protette con fini di tutela;*
 - *la creazione di posti di lavoro alternativi e di fonti di reddito nei comuni locali;*
 - *la formazione di una coscienza per la conservazione del patrimonio naturale e culturale nella popolazione locale, così come nei turisti.*

La conclusione della discussione sulla definizione concettuale è la constatazione che l'ecoturismo è interpretabile nel contesto di ogni continente. Nel caso dell'Europa, questo significa un'estensione che va dai rari ambienti esclusivamente naturali, ai paesaggi culturali (tradizionali).

... alla sostenibilità nel turismo

Il concetto di “sostenibilità” risale, come è noto, al XIX secolo, quando venne coniato nell’ambito della selvicoltura. Nel 1987 nel *Rapporto Brundtland*¹ la Commissione per l’ambiente e lo sviluppo dell’ONU ha poi ripreso e definito l’idea della sostenibilità con l’espressione inglese “sustainable development”:

“lo sviluppo sostenibile è uno sviluppo che affronta i bisogni del presente, senza compromettere le capacità delle future generazioni di soddisfare i propri bisogni.”

Nel 1992, in occasione della Conferenza delle Nazioni Unite sull’ambiente e lo sviluppo (UNCED) di Rio de Janeiro, il concetto alla base di tale definizione è stato formulato all’interno dell’Agenda 21 in una direttiva vincolante per un generale sviluppo ecologico, sociale ed economico per più di 170 paesi. Successivamente, anche molte organizzazioni di politica del turismo hanno ripreso questo concetto con diversi accenti.

Nella presa di posizione delle organizzazioni tedesche per l’ambiente e lo sviluppo (CSD – Germania), presentato nel 1999 alla 7^a Conferenza della Commissione per lo sviluppo sostenibile (CSD) delle Nazioni Unite a New York, si legge la seguente definizione tratta dall’Agenda 21:

“Il turismo sostenibile è guidato dai principi della dichiarazione di Rio sull’ambiente e lo sviluppo, e dalle raccomandazioni dell’Agenda 21. Esso deve essere configurato in sintonia con gli accordi e le dichiarazioni internazionali rilevanti. Il turismo sostenibile è a lungo termine, in relazione alle generazioni odierne come alle future, eticamente e socialmente equo e culturalmente adeguato, ecologicamente durevole ed economicamente intelligente e redditizio”.

Non può ancora essere affermato con certezza se tra 25 anni gli approcci oggi concepiti in modo sostenibile si riveleranno effettivamente “sostenibilmente utili”. Il problema consiste esattamente nel definire qualcosa che solo in futuro si rivelerà appieno. Certo, l’impostazione è molto promettente: partire dal presupposto che il futuro deve essere tutelato, per pianificare una prassi turistica attuale, che sia compatibile sia sotto l’aspetto ambientalmente e socialmente, ed economicamente durevole. D’altra parte, la “sostenibilità” è una dimensione determinabile solo con difficoltà, e quasi impossibile da rilevare statisticamente. Si tratta quindi piuttosto di un’esigenza rivolta al futuro, che non di un programma definito. I contenuti devono essere ridefiniti di volta in volta, e i futurologi devono imparare a fare i conti anche con grandezze imponderabili.

Con tutto ciò, è tuttavia anche chiaro che l’ecoturismo in sé non costituisce ancora un approdo alla sostenibilità. Il concetto di ecoturismo è eccessivamente focalizzato sugli spazi naturali, mentre le persone e la popolazione sono coinvolte solo marginalmente. Così come non viene sufficientemente considerata l’energia richiesta per i trasporti, con i relativi effetti sul clima. In questo contesto devono essere interpretate e sostenute le richieste di “ecoturismo sostenibile” emergenti in diversi punti del discorso politico.

¹ Cfr. Gro Harlem Brundtland: Report: Our Common Future

Richieste generali per il perfezionamento e l'ulteriore sviluppo del turismo

In occasione del Vertice mondiale sulla sostenibilità e lo sviluppo dell'agosto 2002 a Johannesburg, la piattaforma delle ONG di lingua tedesca DANTE (Die Arbeitsgemeinschaft Nachhaltige Tourismusentwicklung, Comunità di lavoro per lo sviluppo turistico sostenibile) ha elaborato un elenco di richieste, la cui attuazione appare necessaria per lo sviluppo sostenibile del turismo a livello mondiale².

1. Povertà / sviluppo: il turismo deve fornire un contributo al superamento della povertà; giustizia sociale, giustizia ambientale e la partecipazione degli abitanti nelle aree interessate ne sono i presupposti.
2. Clima: trasporti / energia: via da code e ingorghi, via dal Jetlag, verso una mobilità sostenibile per tutti!
3. Il paese: terreno / alimentazione: la nostra località di vacanza – la loro casa.
4. Biodiversità: il turismo vive della varietà della natura e dei paesaggi culturali del mondo – deve quindi contribuire alla loro conservazione.
5. Acqua: in viaggio l'acqua fresca è ancora più preziosa che a casa propria.
6. Dignità umana – giustizia tra i sessi: le donne e i bambini hanno bisogno di protezione "Empowerment" (rafforzamento della propria responsabilità), affinché nel turismo non restino a bocca asciutta.
7. Partecipazione della società civile: tutti gli attori sociali, in particolare anche i gruppi svantaggiati e le minoranze, devono avere la possibilità di decidere sulle questioni del turismo e partecipare alla divisione degli utili.
8. Consumi e stili di vita: viaggiare e avere comportamenti nel tempo libero ambientalmente e socialmente compatibili!
9. Politica internazionale economica e del commercio: commercio equo – anche nel turismo!
10. Politica coerente: volontà politica di rispettare i diritti umani e coerente equilibrio degli interessi tra ambiente, economia e società è indispensabile a tutti i livelli, affinché le future generazioni siano in grado di vivere ovunque con dignità, di godere del tempo libero e di viaggiare.

Aree protette tra wilderness ed ecoturismo

Rispettare il diritto delle popolazioni indigene ad "aree protette" serve anche a ricordarci che il concetto di "natura" è una costruzione sociale. In tal senso, ad esempio, molte aree che la sensibilità occidentale percepisce come "selvagge", sono da secoli territori di residenza delle popolazioni indigene. Così come la maggior parte delle aree protette europee è composta, almeno in parte, da paesaggi culturali e aree di residenza dei "nativi" europei.

Il concetto di wilderness quale "territorio intatto o selvaggio è in gran parte una rappresentazione urbana, l'opinione di persone che sono molto lontane dall'ambiente naturale da cui dipendono" (Gomez-Pompa & Kaus, 1992:273). Un'area di vaste dimensioni "abbandonata" alla natura, con patrimonio faunistico eccezionale e un paesaggio spettacolare: questa è la tipica immagine che

² Tutte le richieste, con le relative motivazioni e informazioni sui retroscena, sono state pubblicate con il titolo "10 anni dopo Rio. Cartellino rosso per il turismo? 10 principi guida e ricerche per uno sviluppo capace di futuro nel XXI secolo" e sono disponibili in tedesco, inglese e francese su: www.iitf.at, www.akte.ch

viene associata alle aree protette, e ciò vale in ugual misura sia per località molto lontane, sia per aree protette europee come i parchi nazionali. Questi territori protetti rappresentano però valori diversi per persone diverse. Una stessa area è considerata un habitat ideale per specie rare da un ambientalista, è di eccezionale valore scientifico per un biologo o un botanico, per un forestale rappresenta invece un significativo valore economico, per un cacciatore una straordinaria riserva di caccia e per altri, infine, è di grande importanza spirituale. Le aree protette sono uno spazio sociale, che è sorto per motivi sociali, e socialmente viene custodito (Ghimire & Pimbert, 1997). Questa costruzione della natura si modifica nel corso tempo, in base alle convinzioni culturali, politiche e sociali e alle circostanze economiche. Queste a loro volta influenzano il valore assegnato alla natura, quali priorità vengono poste e quale utilizzo sia considerato accettabile (Figgis, 1999; Staiff, Kennedy & Bushell, 1999). Il turismo legato alla natura è solo una delle possibilità di utilizzo concorrenti per questi luoghi. L'ecoturismo dovrebbe essere il tentativo di rispettare i valori ecologici, spirituali e culturali che vengono suscitati da questi luoghi, e di consentire nello stesso tempo lo sviluppo economico e il godimento da parte di numerose persone (Bushell, 2000).

Rientra tra le realtà sociali la precedenza attribuita ai valori economici della natura. Un turismo naturale assume un'importanza crescente, poiché esso può contribuire all'economia locale e nazionale. Il turismo naturale e l'ecoturismo sono anche importanti perché creano uno stimolo per la protezione della natura e per la conservazione delle aree protette. Nella custodia del nostro ambiente ogni singolo deve assumere un proprio ruolo. Il turismo naturale e le attività del tempo libero all'aria aperta possono contribuire a questo concetto della custodia, in quanto le persone vengono indotte ad apprezzare maggiormente la natura, ma anche a diventare più consapevoli della crescente scomparsa di aree libere e dell'influenza del nostro modo di vivere sull'ambiente naturale. Tale consapevolezza contribuisce alla disponibilità a sostenere misure di tutela, e forse anche a fornire un maggior impegno diretto. Queste aree assumono un grande valore non solo per la protezione della diversità delle specie.

Il valore delle aree protette per la società può essere sintetizzato come segue, tenendo conto che non tutti i punti sono parimenti rilevanti in ciascuna regione: contributo alla diversità delle specie, che a sua volta ha risvolti positivi per la salute, l'agricoltura, l'industria e i rapporti con l'esterno; contributo per la protezione degli spartiacque per il sostegno della gestione delle risorse naturali e dell'approvvigionamento idrico; aiuto nella difesa dai danni provocati da tempeste e riduzione dei danni da catastrofi naturali; fonte di un'importante voce attiva dell'economia turistica e quindi volano per lo sviluppo economico regionale e locale; contributo alla situazione locale, consentendo ai comuni di mettere a disposizione un ambiente sano, paesaggi liberi e possibilità per il tempo libero, che a loro volta promuovono la qualità della vita e la salute pubblica; erogatore di prodotti forestali, che sostengono la selvicoltura, i comuni locali e lo sviluppo economico; tutela del suolo, di cui si avvantaggiano l'agricoltura e la gestione delle risorse naturali; promotore di vaste aree per la fissazione della CO₂ in composti di carbonio, fatto che a sua volta contribuisce alla politica energetica e al miglioramento dei rapporti con l'esterno; promotore di istituti didattici e per la ricerca nonché stazioni esterne per la promozione della scienza, del sapere e della formazione a tutti i livelli; e infine conservazione dei valori culturali che contribuiscono alla salute, al benessere e alla consapevolezza locale della comunità (estratto da Phillips, 1998, in Sheppard, 1999; Bushell, 2000).

Politica del turismo

2002 – Anno internazionale dell’ecoturismo: un confronto tra le ONG

I 54 stati membro del Consiglio economico e sociale (ECOSOC: Economic and Social Council³ delle Nazioni Unite, nel corso del loro 46° Plenum nel luglio 1998, hanno redatto una risoluzione⁴, che proponeva all’Assemblea generale di dichiarare il 2002 “Anno internazionale dell’ecoturismo”, con l’obiettivo di promuovere l’intesa e la cooperazione internazionale in considerazione di una crescente consapevolezza della ricchezza delle diverse civiltà e culture in direzione di una pace mondiale e di un turismo sostenibile. Nell’occasione il Consiglio ha esplicitamente riconosciuto l’impegno della WTO (World Tourism Organisation) per l’ecoturismo, senza definire in modo più preciso “ecoturismo” e senza stabilire responsabilità per l’Anno internazionale dell’ecoturismo (IYE). L’intenzione era, basandosi sulle esperienze maturate per altri Anni internazionali, ad esempio l’Anno internazionale delle donne, di ancorare con maggior forza e a lungo termine il tema nella discussione internazionale. L’Assemblea generale delle Nazioni Unite ha accolto la proposta nel dicembre 1998 e ha quindi dichiarato il 2002 Anno internazionale dell’ecoturismo (IYE).

Nello stesso anno i membri dell’ECOSOC hanno anche deciso di dichiarare il 2002 “Anno internazionale delle montagne”, con l’obiettivo di richiamare l’attenzione sul capitolo 13 (Montagne) dell’Agenda 21, come anche di promuovere in generale l’intesa e la cooperazione internazionale nella direzione di uno sviluppo sostenibile delle aree rurali di montagna. L’ECOSOC ha quindi in qualche modo preso in considerazione un collegamento potenziale tra lo sviluppo rurale sostenibile e l’ecoturismo.

Entrambe le dichiarazioni hanno quindi costituito un solido fondamento, grazie a cui si è potuto discutere, in ambito nazionale e internazionale, di teorie e di esempi pratici in direzione di un ecoturismo – un turismo ecologico, morbido o sostenibile – in rapporto allo sviluppo di regioni rurali periferiche, in particolare anche alpine.

Il 2002 si pone l’obiettivo “eco” oppure “sostenibile”?

Nel testo di proclamazione dell’Anno internazionale dell’ecoturismo si è decisamente fatto riferimento all’Agenda 21 approvata a Rio nel 1992. Tutte le organizzazioni internazionali, gli stati e le ONG sono così stati invitati nel corso di tale anno a partecipare alla discussione con contributi e misure proprie, volte a contribuire ad un’ampia intesa sull’ecoturismo quale contributo allo sviluppo sostenibile, in particolare anche nei paesi in via di sviluppo.

Il collegamento dello sviluppo storico dell’ecoturismo, inteso allora solo come turismo orientato alle aree protette, con gli attuali obiettivi dello sviluppo sostenibile, rappresenta quindi la grande

³ Il Consiglio economico e sociale è uno degli organi operativi centrali delle Nazioni Unite. Sotto la direzione dell’Assemblea Generale, vengono qui preparate le raccomandazioni politiche e le decisioni determinanti per la promozione di tutti gli aspetti economici e sociali (e quindi tutti i settori che riguardano un incremento degli standard di vita, dell’occupazione, dello sviluppo economico e sociale, della cooperazione nell’ambito della sanità e dell’educazione, della collaborazione culturale, del rispetto dei diritti umani e alla libertà ecc. degli stati membri). Oltre 1.500 ONG hanno lo status di consulente nei lavori del Consiglio.

⁴ Cfr. United Nations Department of Economic and Social Affairs (DESA): 1998/40 - Declaring the year 2002 as the International Year of Ecotourism, 46th plenary meeting. 30 luglio 1998 (www.un.org del 06.12.1999)

sfida per il 2002. In tale sfida le ONG possono comunque incontrarsi con i responsabili dell'organizzazione dell'Anno internazionale all'interno del Programma per l'ambiente delle Nazioni Unite (UNEP) e della WTO dall'altro.

L'unico importante rimprovero che si può e si deve muovere all'ONU è quello dell'errata scelta del titolo: invece dell'Anno del turismo sostenibile, quale realmente era inteso, l'Anno dell'ecoturismo poi proclamato è oggi causa di molti contrasti e confusione.

Il consolidamento dell'“ecoturismo” nei processi politici internazionali: dalla Convenzione sulla biodiversità al GATS

Il tema del turismo non era nell'agenda del Vertice mondiale per l'ambiente e lo sviluppo di Rio de Janeiro del 1992. Ciononostante, a Rio vennero avviati due processi che oggi costituiscono i principali elementi di consolidamento del turismo sostenibile e dell'ecoturismo nell'ambito della politica turistica internazionale:

Dal 1992 la Commission on Sustainable Development (CSD) si riunisce una volta all'anno, e nel 1999, nella settima Conferenza annuale (CSD-7), ha posto all'ordine del giorno il tema del turismo. Nell'occasione è stato definito un ampio programma d'azione, in cui i diversi promotori – governi, settore turistico, ONG, partner sociali e consumatori – si impegnano a collaborare. In conseguenza di questo programma d'azione, ad esempio, l'Organizzazione Mondiale per il Turismo (WTO) ha elaborato e approvato il Code of Ethics. Tale codice costituisce il primo tentativo di regolamentazione per un comportamento etico nel turismo, che prevede addirittura un meccanismo di sanzioni per le violazioni. Solo nei prossimi anni si potrà tuttavia accertare se la WTO intende realmente fare sul serio e come tale meccanismo sarà applicato nella realtà.

A Rio inoltre è stata approvata la Convenzione sulla biodiversità (CBD), in contrapposizione all'Agenda 21 e ai documenti CSD, La CBD viene da allora sviluppata e perfezionata nel corso di regolari incontri di esperti e di governo. Su iniziativa tedesca, il turismo è stato tematizzato nella 5ª Conferenza degli stati contraenti (COP-5) nell'aprile 2000 a Nairobi ed è anche stato accolto in alcuni articoli della CBD. In tali documenti viene tra l'altro espressa chiaramente la necessità di passare dall'“ecoturismo” all'“ecoturismo sostenibile”.

Nel giugno 2001, in un seminario internazionale di esperti, sono state elaborate direttive per il turismo sostenibile nelle aree sensibili. Tali direttive costituiscono un approccio manageriale con un elevato carattere partecipativo, il quale ad esempio, oltre a progetti di pianificazione turistica all'interno di aree protette, dovrebbe trovare applicazione anche in tutti gli ecosistemi di montagna.

Anche in altri ambiti politici, l'(eco)turismo svolge un'importante funzione. Così ad esempio le trattative per il GATS (General Agreement on Trade and Services) nel settore dei servizi hanno notevoli effetti sulle possibilità decisionali delle destinazioni all'interno dell'economia turistica caratterizzata da una forte interdipendenza internazionale. A questo proposito, sempre più ONG chiedono di escludere il tema del turismo dalle trattative GATS, poiché temono un consistente peggioramento dell'autonomia decisionale e negli standard sociali, soprattutto per i paesi in via di sviluppo.

Infine, ma non per ultimo, nella Convenzione delle Alpi sono riportate affermazioni sul turismo, anche se il protocollo "Turismo" evita di occuparsi approfonditamente di ecoturismo o di turismo legato alla natura e non recepisce neppure richieste ed obiettivi generalmente riconosciuti, né a livello internazionale, né in singoli paesi alpini.

L'ecoturismo e le Alpi

Rilevanza dell'ecoturismo per il territorio alpino:

Finora il concetto di "ecoturismo" è stato utilizzato per specifiche forme turistiche, in particolare in paesi industrializzati extra europei, come USA, Canada, Sudafrica, Nuova Zelanda e Australia, e in paesi in via di sviluppo. Nell'ambito delle attività dell'IYE 2002 si pone ora la questione, in quale misura sia ragionevole mettere in collegamento concetti dell'ecoturismo con il turismo dell'Europa occidentale e delle Alpi.

Un'occhiata alla definizione di "ecoturismo" della WTO evidenzia subito che una trasposizione integrale di tale concetto alle Alpi farebbe sorgere evidenti contraddizioni concettuali: una forma turistica in cui "la motivazione principale dei turisti consiste nell'osservazione e nell'apprezzamento della natura e delle culture tradizionali prevalenti nelle regioni/aree naturali"⁵, ha naturalmente nelle Alpi un'antica e ricca tradizione. In Austria e in Svizzera l'escursionismo è la più apprezzata attività turistica individuale. Se la definizione di ecoturismo proposta dal WTO fosse estesa alle Alpi, risulterebbe che il turismo alpino sarebbe già in gran parte una forma di "ecoturismo".

Una trasposizione del concetto di ecoturismo alle Alpi si scontrerebbe per molti aspetti con limiti storici, economici e sociali: storicamente nelle Alpi sussistono presupposti totalmente diversi rispetto alle aree a cui prevalentemente fa riferimento l'ecoturismo, in cui lo sviluppo del turismo è direttamente collegato con l'industrializzazione dell'Europa. Si potrebbe anche affermare che con la "conquista" dell'Europa da parte degli inglesi, una forma precorritrice dell'ecoturismo ha già vissuto qui la sua prima fioritura. Nelle Alpi il turismo ha un forte radicamento sociale e in molte località assume da tempo una grande importanza economica. Rientrano in questo discorso infrastrutture turistiche in parte già molto sviluppate, caratterizzate da un elevato livello di sfruttamento dell'alta montagna e dotate di un settore alberghiero e della ristorazione molto specializzato. A differenza dei paesi in via di sviluppo, il turismo nelle Alpi è inserito in un'economia di mercato molto sviluppata. La percentuale di creazione di valore aggiunto turistica che rimane nelle rispettive destinazioni turistiche è relativamente elevata, ciò che consente la creazione o il mantenimento di posti di lavoro di qualità all'interno e all'esterno del settore turistico. Nelle due regioni in cui lo sviluppo turistico è più intensivo, la percentuale della creazione di valore aggiunto complessiva rispetto al prodotto interno lordo è del 30% per il Tirolo e del 23% per i Grigioni⁶. Nelle aree particolarmente dipendenti dal turismo, a livello comunale tale percentuale è ancora più elevata.

Nelle Alpi l'ecoturismo non si rivolge prevalentemente alle aree protette o ad altre aree naturali di particolar pregio, ma si orienta piuttosto a tutto il patrimonio naturale, paesaggistico e culturale

⁵ <http://www.world-tourism.org>

⁶ BAK-Konjunkturforschung Basel AG: Internationaler Benchmark Report für den Schweizer Tourismus.

nel suo complesso, come è stato affermato dalla Conferenza europea di preparazione per l'Anno dell'ecoturismo svoltasi nel settembre 2001 a St. Johann/Pongau (Austria). Le Alpi sono un territorio sensibile nel loro complesso, in particolare dal punto di vista ecologico. Il concetto "ecoturismo" non costituisce inoltre uno strumento idoneo per un'efficace strategia di mercato per il turismo alpino. Come dimostrato da diverse ricerche⁷, tale concetto suscita tra i viaggiatori associazioni esotiche, fa pensare al Costa Rica, all'Amazzonia o alle Galapagos. "Ecoturismo nelle Alpi" viene invece equiparato ad un soggiorno escursionistico con connotazioni antiquate.

Considerando questi presupposti, una univoca trasposizione del concetto di ecoturismo alle Alpi non appare né possibile, né ragionevole. Occorre invece porre la questione se l'ecoturismo non rappresenti un'impostazione errata per il turismo alpino. Non sarebbe piuttosto opportuno cercare altri concetti, più adeguati alla specifica situazione di partenza delle Alpi e tali da poter essere meglio utilizzati anche a livello di marketing? Per questo motivo, in Svizzera viene attualmente introdotto, parallelamente all'"ecoturismo", il concetto di lavoro di "turismo legato alla natura".⁸

Potenzialità dell'ecoturismo nelle Alpi

In occasione dell'IYE, l'Organizzazione mondiale del turismo WTO, così come numerosi Ministeri nazionali, ha fatto svolgere analisi sulle potenzialità dell'ecoturismo, che oltre al settore dell'outgoing, nella forma del turismo esotico, prendessero in considerazione anche i locali sbocchi di mercato dell'ecoturismo. Sono state qui poste le principali richieste di stime sulle potenzialità di creazione di valore aggiunto e sui target di utenti. I risultati sono oltremodo interessanti e rivelano in sintesi che le offerte dell'ecoturismo (senza nominare il termine nel marketing) rappresentano un segmento del mercato importante e orientato al futuro per tutto il territorio alpino.

Per la prima volta si è cercato di quantificare il valore del paesaggio per il turismo. In base a questa stima, gli utili per il turismo svizzero derivanti dal paesaggio (intatto, naturale) corrispondono ad una creazione di valore aggiunto di 2,5 miliardi di franchi svizzeri all'anno⁹.

Cercando di definire un identikit dell'ecoturista alpino/a sulla base di diverse indagini¹⁰ emerge il seguente profilo: un/una turista

- di età compresa tra i 30 e i 60 anni;
- in possesso di titolo di studio superiore e che percepisce un reddito regolare;
- proveniente da una grande città o da un'area urbana;
- che intende la vacanza più come rigenerazione che come azione;
- che vorrebbe soprattutto conoscere e fare esperienza di (nuovi) paesaggi e ambienti;

⁷ IITF 2001, Hochschule Rapperswil 2002

⁸ Su incarico del Segretariato di stato dell'economia (Seco), il centro di ricerca per il tempo libero, il turismo e il paesaggio dell'Istituto superiore di Rapperswil e il settore Psicologia sociale dell'Università di Zurigo hanno elaborato lo studio "Turismo legato alla natura in Svizzera. Offerta, richiesta e fattori di successo".

⁹ Dati riportati dallo studio citato alla nota 8

¹⁰ Life-Style Analyse 1999, Sondaggio tra gli ospiti Austria 2000, Statistica Austria 2001, Sondaggio dei visitatori nell'ambito di diversi studi sulle potenzialità 2001/2002.

- che vorrebbe vivere una vacanza confortevole al di fuori dei grandi centri turistici, in modo non necessariamente parsimonioso, ma anche senza spendere eccessivamente;
- che gradisce un soggiorno estivo conveniente al mare come rigenerazione (sole, spiaggia, mare), oppure in montagna per una vacanza di rigenerazione/attività facendo escursioni;
- che preferisce i piccoli centri alle vivaci località conosciute e frequentate a livello internazionale;
- che si concederebbe anche per una volta una vacanza (breve) in un hotel di livello superiore.

Ben più della metà degli intervistati (il 64%) si attende una competente informazione ambientale sulla meta della vacanza da parte dell'agenzia di viaggio. Almeno il 71% degli interpellati ha affermato a questo proposito che preferirebbe un operatore turistico con un comprovato impegno ambientale (cioè un operatore che si impegna per i problemi ambientali di una regione e contribuisce così ad un turismo ecologicamente compatibile).

Nello stesso tempo i turisti hanno elevate esigenze sugli standard di igiene e di sicurezza delle proprie destinazioni turistiche e si aspettano di poter fare autonomamente escursioni e gite con buone informazioni. Complessivamente si può affermare che i viaggiatori interessati all'ecoturismo si aspettano di ricevere un'offerta ospitale e almeno vantaggiosa nel rapporto costi/prestazioni, di poter gustare una cucina locale con ingredienti della regione e di essere ospitati in una piccola struttura ricettiva gestita da persone locali.

Dalla ricerca condotta in Austria risulta una percentuale di turisti del 30-40% che sarebbe interessata a offerte ecoturistiche, un dato che viene confermato dalle indagini svolte parallelamente in Svizzera e in Germania. Non è possibile stimare con precisione il numero delle nuove fasce di visitatori che potrebbero essere attirati mediante offerte opportune. Semplicemente le offerte non sono in numero sufficiente.

Mediante stime approssimative, calcolate sulla base dei risultati delle ricerche citate, si può supporre che nelle Alpi un numero relativamente alto di turisti sarebbe anche pronto a pagare tra il 5 e il 20% in più per una vacanza ecologicamente e socialmente compatibile, purché la compatibilità emerga con evidenza e trasparenza.

L'ecoturismo può rappresentare (nuove) potenzialità per le regioni

L'ecoturismo non propone certamente un'offerta del tipo "club all inclusive", in cui i viaggiatori non fanno alcuna esperienza della regione visitata. Il turismo per la regione deve offrire agli ospiti qualcosa in più della sola camera con mezza pensione: la domanda principale che una regione deve porsi è "quali iniziative spingono gli ospiti a soggiornare più a lungo?". Si tratta di sviluppare e coordinare concetti di marketing, cooperazioni produttori-prodotto-commercializzazione. Le regioni orientate in senso ecologico potrebbero unirsi ed elaborare offerte comuni. L'ecoturismo non è un nuovo marchio, ma una pubblicità e una garanzia di qualità per offerte modello presenti sul mercato: soggiorni in fattoria, Culinarium Austria, Alps Mobility, offerte dei parchi nazionali in cooperazione con le regioni.

Best Practice:

Culinarium Österreich

Molte iniziative volte a rafforzare i prodotti delle aree rurali denotano carenze nella commercializzazione. Culinarium Österreich intende operare per facilitare l'accesso ai mercati nazionali e internazionali alle iniziative consociate attraverso al marchio comune.

<http://www.culinarium.at/> (de)

Alps Mobility

“AlpsMobility è un progetto pilota volto a fornire una logistica per gli spostamenti compatibile con l'ambiente. L'idea di fondo consiste nello sviluppare insieme alle regioni partner – che sono le principali destinazioni turistiche alpine – soluzioni rispettose dell'ambiente e orientate alla prassi per viaggiare attraverso le Alpi e per la mobilità nella località turistica.” (citazione da:

<http://www.alpsmobility.org>)

<http://www.alpsmobility.org/> (de/it/en)

Offerte dei parchi nazionali in cooperazione con le regioni

La collaborazione dei parchi nazionali con le regioni e le imprese di diversi settori residenti in loco si pone l'obiettivo di promuovere attività economiche all'interno di aree sensibili.

<http://www.nationalparkregion.at>, (de) <http://www.nationalparks.or.at/> (de)

Le offerte turistiche sostenibili costituiscono un eterogeneo insieme di componenti, dai quali nasce un'offerta complessiva: le “carte visitatori” – con cui si può visitare un museo qui, un parco nazionale là e ancora degustare vini in cantina – sono vantaggiose e invitano a scoprire una regione.

Le offerte ecoturistiche raggiungono le migliori opportunità di mercato se con esse vengono proposte le peculiarità regionali ai gruppi di persone più indicati. Affinché ciò si verifichi, è necessario predisporre una mirata pianificazione dell'offerta e un'adeguata strategia di marketing. Questa ha maggiori possibilità di successo se viene concordata come chiara strategia di sviluppo nella, della e con la regione. È altrettanto chiaro che il turismo è strettamente collegato con il paese, la regione e le persone, che da una parte, in qualità di “padroni di casa”, fanno conoscere i tesori della propria regione ai visitatori, dall'altra, in qualità di ospiti, possono accogliere e apprezzare questi valori. Tuttavia questo significa anche che non ci può essere un'unica offerta turistica come elenco di prestazioni. Il concetto di ecoturismo e di turismo legato alla natura è piuttosto un primo passo in direzione di un “turismo sostenibile”.

Come proseguire? Dopo il 2002: da “eco” alla sostenibilità.

Specifici campi d’azione per un ecoturismo sostenibile nelle Alpi

Programmazione ecoturistica e sviluppo di prodotti¹¹

Il compito centrale dell’ecoturismo nelle Alpi consiste oggi nella costruzione di destinazioni modello e di esempi di best practice in grado di imporsi sul mercato. L’obiettivo principale è l’introduzione – e il collegamento – di offerte attrattive, capaci di mercato e in grado di coinvolgere l’agricoltura, le imprese e la cultura del luogo. Poiché in generale simili progetti non sono in grado di imporsi fin dal primo momento, sono necessari contributi finanziari dall’esterno, ad esempio nell’ambito degli incentivi statali per il sostegno della regione. Si può anche pensare che le strategie di politica regionale, oltre a sostenere l’agricoltura, si concentrino sulla promozione di offerte ecoturistiche.

Un’importante sfida è costituita dalla costruzione di centri di competenze locali/regionali per l’ecoturismo, non solo per gli aspetti finanziari, ma anche per quanto riguarda il personale qualificato, spesso assente nelle regioni marginali, ma localmente disponibile. Il futuro successo o insuccesso dell’ecoturismo sta quindi in stretto rapporto con la sua professionalizzazione, e quindi con le specifiche possibilità di formazione degli attori operanti al suo interno. In questo contesto, occorre anche citare le elevate aspettative rivolte ai centri di competenze ecoturistiche: questi devono disporre in egual misura di conoscenze di marketing del turismo, di know-how sul management dell’ambiente naturale e del paesaggio, e sulla sostenibilità, così come di competenze di educazione ambientale. In questo campo devono essere elaborati supporti metodologici orientati ai gruppi target, come ad esempio aiuti nella progettazione e strumenti consultivi.

Best Practice:

Un manuale di supporto ai comuni per acquisti e progettazioni compatibili con l’ambiente
http://www.umweltverband.at/document/gem_82.shtm (de)

Un aspetto importante, che se trascurato può essere responsabile del fallimento del progetto, è la cooperazione regionale di turismo, agricoltura, imprese locali e protezione della natura, del paesaggio e del patrimonio storico e culturale. In particolare un’agricoltura di montagna ecologica e basata su piccole strutture si può conservare mediante la promozione di innovazione e integrazione con i progetti turistici. Il coinvolgimento dei prodotti e delle materie prime locali nello sviluppo dell’offerta e nella costruzione di infrastrutture rafforza i cicli economici regionali, e con ciò le imprese locali, così come l’agricoltura e la selvicoltura.

Nell’ambito della programmazione ecoturistica occorre promuovere la creazione di modelli integrati regionali e sovraregionali. Questi sono volti in particolare a dimostrare come si possono raggiungere i rispettivi obiettivi di tutela con le nuove offerte turistiche. A questo proposito, uno strumento metodologico adeguato e attuale è il programma di sviluppo paesaggistico orientato al

¹¹ Si ringrazia Dominik Siegrist l’Alpenbüro-Netz per aver messo a disposizione il testo base.

turismo (vedi anche <http://www.ftl.hsr.ch>). Contemporaneamente occorre puntare alla partecipazione della popolazione residente ai processi di programmazione.

Sorveglianza e regolamentazione dell'ecoturismo

Una questione importante è la garanzia della qualità dell'ecoturismo rispetto ad aspetti come la sostenibilità, la qualità dei servizi, la qualità manageriale e l'originalità. Una possibile strategia è costituita dalla creazione di un marchio ambientale a livello alpino o europeo comprendente anche l'ecoturismo, puntando ad un'approfondita collaborazione con i marchi di qualità già presenti in Europa.

Best Practice:

L'iniziativa tedesca per il marchio ambientale nel turismo "viabono" (<http://www.viabono.de>) rappresenta un possibile punto di partenza, che dovrebbe essere attuato anche a livello europeo. Il marchio ambientale offre criteri ecologici per strutture ricettive e comuni, e fa conoscere ai consumatori prodotti che dovrebbero garantire qualità omogenee, come benessere, salute e moda

Nell'ambito dei piani di management regionali e dei programmi per le aree protette, vengono elaborati programmi per i territori protetti e per le aree di quiete, nonché strategie di informazione e di orientamento dei visitatori, fissando localmente, se necessario, dei limiti massimi di impatto. A livello europeo o alpino si può prendere in considerazione l'introduzione di un sistema unitario di certificazione dell'ecoturismo. Per il controllo dei risultati delle strategie ecoturistiche occorre elaborare elenchi regionali degli obiettivi e indicatori facilmente applicabili, quindi occorre metterli in pratica nell'ambito di un monitoraggio istituzionale. In particolare gli ambienti naturali, gli spazi naturali e i paesaggi sensibili devono essere mantenuti liberi da ulteriori forme di sfruttamento turistico. In base alla locale situazione di partenza, occorre valutare la possibilità di trasferimenti finanziari dell'ecoturismo a favore della protezione della natura e del paesaggio, ad esempio per valorizzare paesaggi culturali naturali.

Tra i promotori regionali di progetti ecoturistiche e le imprese interessate, la popolazione residente, gli ospiti, le amministrazioni pubbliche, le università e gli enti di ricerca ecc. deve essere costantemente mantenuta un'efficiente comunicazione, in grado di suscitare numerosi effetti sinergici. Oltre a ciò, occorre istituzionalizzare un attivo scambio di esperienze a livello internazionale, in modo da far conoscere le Best practice nell'ecoturismo tra tutti gli offerenti del territorio alpino.

Il coinvolgimento delle associazioni culturali e per la protezione dell'ambiente nei sistemi di gestione dell'ecoturismo deve essere perseguito con l'obiettivo di ottenere una collaborazione costruttiva e il costante controllo della qualità. Per non incorrere in problemi evitabili, è necessario un'accurata pianificazione della comunicazione tra gli attori coinvolti.

Nell'ambito di una gestione sostenibile del traffico per le vacanze, grazie ad attrattive offerte di HPM (Human Powered Mobility)¹² l'ecoturismo crea innovative possibilità di esperienza per gli

¹²: Human Powered Mobility (HPM) comprende la locomozione con le forze del proprio corpo, compresi i dispositivi tecnici non a motore, quali scarpe da escursionismo, inline skates, skateboards, biciclette ecc.

ospiti nel “trasporto lento”. Altrimenti le offerte ecoturistiche puntano principalmente sul trasporto pubblico (ferrovia e autobus) e su sistemi di mobilità intelligenti.

Best Practice:

Werfenweng/Austria. Il comune di Werfenweng è un comune turistico puro: ha 700 abitanti e 1.800 posti letto. L'elevato volume di traffico, che raggiunge i 5.000 sciatori in visita giornaliera, rappresenta un grande problema. In base ad indagini svolte tra gli ospiti sono state avviate iniziative per la limitazione del traffico, innanzitutto l'esclusione delle automobili dal centro abitato e l'istituzione di forme di mobilità “leggera”. Successivamente sono stati adottati i seguenti provvedimenti per la regolamentazione del traffico:

- offerta di veicoli solari e a trazione elettrica (auto, roller, biciclette, e altro) per gli ospiti e i residenti;
- facilitazione del trasferimento con mezzi pubblici attraverso l'istituzione di un servizio navetta tra Werfenweng e il centro regionale di Bischofshofen, e cooperazione con la centrale per la mobilità di Pongau (<http://www.mobility.at>). Miglioramento del trasporto bagagli da parte delle ÖBB mediante un servizio di recapito locale da e per la stazione (in combinazione con la navetta di servizio);
- garantire la mobilità in loco e nella regione turistica: possibilità di trasporto con veicoli degli hotel, navette, istituzione di un servizio di autonoleggio e di una “centrale per la mobilità” ecc. Ad integrazione di questo pacchetto vengono offerte gite ed escursioni che si possono effettuare senza auto;
- installazione di un parcheggio di scambio all'inizio del paese;
- riduzione del traffico di passaggio attraverso l'introduzione di limiti di velocità e rimodellamento della strada e della piazza principale orientandosi ai pedoni;
- cooperazioni: elaborazione di un elenco di criteri per aziende con “mobilità leggera” e certificazione dei partecipanti;
- marketing attivo: sviluppo del logo “mobile e sostenibile”, elaborazione degli attuali prospetti e realizzazione di un pieghevole.

Informazioni e contatti:

<http://www.gemeinde-werfenweng.at>, <http://www.sanftmobil.at> e <http://www.alpsmobility.org>.

Marketing e pubblicità

Il marketing, nel senso di sviluppo dell'offerta e commercializzazione, rappresenta una difficile sfida nell'ecoturismo, a causa della fitta articolazione degli offerenti divisi in piccole strutture. In questo contesto, le cooperazioni nella commercializzazione servono a ridurre i costi e sono particolarmente importanti. In una prima fase occorre analizzare le opportunità di mercato generali dei singoli segmenti dell'offerta ecoturistica. In un passo successivo si devono accertare le potenzialità regionali per lo sviluppo di adeguate offerte. I dati e le informazioni risultanti da queste indagini costituiscono un presupposto essenziale, per dare ai programmi di marketing ecoturistici una reale opportunità di successo.

Un altro aspetto importante è l'integrazione dell'ecoturismo nelle strutture turistiche esistenti a livello locale, regionale e nazionale, quale presupposto per una collaborazione di successo, ad esempio per lo sviluppo dell'offerta e la commercializzazione. Anche le cooperazioni con partner estranei al settore possono tuttavia rappresentare strategie di marketing ecoturistiche promettenti, come ad esempio con la grande distribuzione nel commercio o le associazioni per la protezione dell'ambiente. In questo contesto si offre anche l'opportunità di collegare singole destinazioni ecoturistiche per unirle in una comune presentazione sul mercato.

Best Practice:

Cooperazione tra il Parco nazionale Alti Tauri e Billa. Nel 1997 il Parco nazionale Alti Tauri ha concluso un accordo di cooperazione con Billa, la più grande catena di supermercati austriaca, che prevede tra l'altro la commercializzazione di prodotti della regione del Parco nazionale con un apposito marchio. Dal 2000 le agenzie turistiche di Billa reclamizzano anche vacanze nel Parco nazionale.

"Klein und Fein" (piccolo e bello) dai Grigioni. Con il titolo "Klein und Fein" Graubünden Ferien (Grigioni ferie) promuove, insieme a piccole località turistiche e ad altri partner, forme di turismo sostenibile. In un opuscolo pubblicato in comune, le piccole località vengono promosse sul mercato collettivamente.

Informazioni: <http://www.graubuenden.ch/d/kleinundfein/kleinundfein.php3>.

Un marketing ecoturistico si può distinguere da altre forme turistiche solo attraverso l'originalità delle sue offerte. E qui può avere una funzione importante, anche nelle Alpi, la componente etica, ad esempio nella commercializzazione della cultura locale tramandata.

L'importanza centrale della natura e del paesaggio quali segmenti dell'offerta ecoturistica si riflette anche nella loro presentazione all'opinione pubblica. In questo senso l'ecoturismo può dare importanti impulsi a tutto il settore turistico, ad esempio per quanto riguarda il design dei propri prodotti e la comunicazione.

Costi e vantaggi dell'ecoturismo

Con lo sviluppo dell'ecoturismo nelle Alpi si devono raggiungere nuove sinergie tra uno sviluppo regionale autonomo e la protezione e la valorizzazione della natura e del paesaggio. I conflitti tra attività turistiche e i valori naturali e paesaggistici devono essere ridotti al minimo. Grazie al miglioramento delle catene di creazione di valore aggiunto locali e regionali, il reddito e i posti di lavoro devono essere mantenuti e i cicli economici regionali si devono rafforzare. Il coinvolgimento di prodotti e materie prime locali e regionali viene preferito dalle fasce di consumatori target dell'ecoturismo, i quali manifestano la loro disponibilità a pagare di più per tali beni. Un'ulteriore creazione di valore aggiunto regionale si sviluppa non solo da una miglior collaborazione tra turismo, gastronomia e agricoltura, ma anche attraverso l'utilizzo di risorse rinnovabili localmente disponibili, come in particolare l'energia da biomasse e solare.

Le offerte ecoturistiche possono essere caratterizzate da una creazione di valore aggiunto piuttosto intensa, se in una destinazione è possibile utilizzare al meglio una infrastruttura turistica ben

sviluppata. Questo è un aspetto che nella programmazione di offerte ecoturistiche dovrebbe essere considerato. Con i gruppi target dell'ecoturismo, non vincolati a scadenze lavorative fisse, ci sono buone prospettive di poter sfruttare meglio tutte le stagioni. Il settore alberghiero può in tal modo pervenire ad uno sfruttamento meglio distribuito nel tempo e si possono in parte evitare le punte di sovraffollamento.

Dall'altra parte si tratta di aumentare il consenso e l'accettazione per l'ecoturismo nelle regioni alpine, la maggior parte delle quali è costituita da aree rurali. È perciò particolarmente importante che la popolazione locale possa partecipare allo sviluppo dell'ecoturismo, come pure del turismo in generale. Nelle aree finora affatto o scarsamente toccate dal turismo, lo sviluppo turistico non deve essere proposto contro la volontà della popolazione residente, un principio generale che deve valere anche per l'ecoturismo nelle Alpi. Anche nell'ecoturismo alpino ci deve essere un limite chiaramente individuabile tra ospiti e locali e occorre salvaguardare l'intimità locale dei residenti.

L'ecoturismo nelle Alpi può anche produrre effetti economici, sociali ed ecologici negativi. Occorre pertanto predisporre una verifica periodica degli effetti positivi e negativi di uno sviluppo ecoturistico. Il relativo sistema di monitoraggio, oltre agli indicatori ecologici, deve prevedere anche indicatori economici e socioculturali¹³. I risultati devono essere regolarmente discussi con le persone direttamente coinvolte nell'ecoturismo e con la popolazione residente.

Conclusioni sull'ecoturismo nelle Alpi

Il concetto di ecoturismo non può essere applicato univocamente ad ogni situazione di partenza e alle strutture esistenti nelle Alpi. I presupposti sono qui troppo diversi rispetto ad altre regioni del mondo, dal punto di vista storico, economico e sociale. Nelle Alpi l'ecoturismo incontra una struttura turisticamente molto avanzata con una lunga tradizione. A differenza di molte altre destinazioni tipiche dell'ecoturismo, il turismo nelle Alpi rappresenta un settore chiave, che caratterizza da decenni l'economia e la società. Occorre porre seriamente la domanda se l'ecoturismo è sufficiente come impostazione per quanto riguarda il turismo alpino. Di fronte a questa situazione di partenza, i concetti e le strategie ecoturistiche devono essere ripensati a fondo in relazione alle Alpi e inseriti nello specifico contesto alpino, un contesto che tuttavia alpine può far riscontrare connotazioni estremamente diverse anche tra le regioni. Appare pertanto ragionevole cercare un concetto modificato e una definizione più adeguata alla specifica situazione di partenza nel territorio alpino. Il concetto di "turismo legato alla natura" in Svizzera rappresenta un primo tentativo in questa direzione.

Nelle Alpi sono già presenti diverse forme di turismo legato alla natura, che in alcuni dei suoi obiettivi di fondo è assolutamente paragonabile all'ecoturismo. È vero che sulle Alpi il turismo legato alla natura dispone di elevate potenzialità di creazione di valore aggiunto e di segmento, tuttavia non dei potenziali di crescita che sono riconosciuti all'ecoturismo a livello mondiale. Sono tuttavia presenti una serie di indicazioni secondo cui nei prossimi anni il turismo legato alla natura andrà incontro ad un aumento della propria importanza anche nelle Alpi. L'attuale discussione

¹³ Una possibilità in tal senso è rappresentata dallo studio "Prozessorientierte Bewertungsschema für Nachhaltigkeit im Tourismus" dell'Istituto per il turismo integrativo & la ricerca sul tempo libero. Informazioni all'indirizzo: <http://www.iitf.at>

sull'ecoturismo può diventare uno stimolo affinché i responsabili della politica turistica, insieme ai soggetti operativi alla base, inizino un'approfondita riflessione su una strategia complessiva per il turismo legato alla natura nelle Alpi.

Ad essere chiamata in causa dall'Anno dell'ONU 2002 (Anno delle montagne e dell'ecoturismo) non è solo la politica del turismo, ma anche la politica regionale nei paesi alpini. In futuro il turismo legato alla natura potrà rappresentare senz'altro qualcosa di più, che non solo un prodotto di nicchia, che cerca di trovare una collocazione da qualche parte nel flusso turistico principale. Con il ritiro dell'agricoltura di montagna da molti territori, si dovrebbe rafforzare la tendenza che porta il turismo ad assumersi compiti che finora erano a carico dell'agricoltura. Similmente a quanto avviene per l'agricoltura di montagna – e in sintonia con essa – adeguate iniziative turistiche possono essere incluse tra le incentivazioni regionali. Già ora nei paesi alpini si delineano nuove prospettive, in cui la promozione del turismo legato alla natura costituisce una parte integrante delle strategie di politica regionale.

Infine, nonostante le riserve di principio espresse, l'ecoturismo nelle Alpi può dare importanti stimoli e impulsi. Con un pizzico di esagerazione si può affermare che il turismo alpino corrisponde già in gran parte alla definizione di ecoturismo della WTO. Questo è da una parte un indizio della debolezza di tale definizione, dall'altra ha però il vantaggio che qui l'ecoturismo si presenta come primo passo verso una concezione di un turismo (alpino) complessivamente sostenibile. Se le attuali discussioni sull'ecoturismo riusciranno realmente a rafforzare il turismo legato alla natura nelle Alpi, verranno a loro volta generati impulsi sostenibili in direzione del turismo alpino nel suo complesso.

Appendice

Bibliografia

1. Akatov, V. et al. (1999): Nachhaltige Entwicklung in einer Bergregion des Kaukasus, NABU/Grüne Liga.
2. Arbeitsgruppe Ökotourismus und BTE (1995): Ökotourismus als Instrument des Naturschutzes? Möglichkeiten zur Erhöhung der Attraktivität von Naturschutzvorhaben, Weltforumverlag, ISBN: 3-8039-0432-3, Bonn.
3. BAK-Konjunkturforschung Basel AG (o.D.): Internationaler Benchmark Report für den Schweizer Tourismus. In: Lehar G. : Die Höhe der touristischen Wertschöpfung in Tirol. In: In: Atti del Convegno della CIPRA 2000 a Trento: Turismo nelle Alpi: Qualità economica – Qualità ecologica.
4. Baumgartner, C.; Röhrer, C.(1998): Nachhaltigkeit im Tourismus – Umsetzungsperspektiven auf regionaler Ebene, Fortis Verlag FH, Wien.
5. Baumgartner, C. (2001). Ökotourismus in Berggebieten – eine Herausforderung für die nachhaltige Entwicklung. Internationaler Hintergrund. Grundlagenpapier für die europäische Vorbereitungskonferenz für 2002 in St.Johann und Werfenweng, Österreich, 12.-15.9.2001.
6. Becker, C./Job, H./Witzel, A. (1996). Tourismus und nachhaltige Entwicklung. Grundlagen und praktische Ansätze für den mitteleuropäischen Raum. Darmstadt 1996.
7. Broggi, M. F. / Staub, R. / Ruffini, F.V. (1999). Grossflächige Schutzgebiete im Alpenraum. Daten. Fakten. Hintergründe. Europäische Akademie Bozen. Fachbereich Alpine Umwelt. Bozen.
8. Buchwald, K.; Engelhardt, W. (Hrsg.) (1998): Freizeit, Tourismus und Umwelt, Economica Verlag, Bonn.
9. Bushell, R. (1999): Development of Approaches and Practice for Sustainable Use of Biological Resources – Tourism, prepared on behalf of WCPA for the SBSTTA 4 (agenda item 4.8) meeting for the Convention on Biological Diversity, Montreal 21–25 June, 1999, IUCN Gland, Switzerland.
10. Bushell, R. (2000): The place of ecotourism, with particular reference to Australia. Presentation to NSW Geography Teachers In Service “The Geography of Tourism” with NSW Dept Education and Training, Tourism NSW, NSW National Parks & Wildlife Service, held at the UWS, Hawkesbury Oct. 27th, 2000.
11. Cernusca, A.; Tappeiner, U.; Bayfield, S.(1999): Land-use changes in European mountain ecosystems, Blackwell.
12. CIPRA (2002): AlpMedia Net Nr 14. del 14.6., pag. 4.
13. Connors, N. (1999): The contribution of national parks to sustainable rural and regional development, NSW NPWS Environmental Economic Series, NSW National Parks & Wildlife Service.

14. Cordell, J. (1993): Who owns the land? Indigenous involvement in Australian protected areas. In, Kempf (ed.), *The Law of the Mother: protecting indigenous people in protected areas*, Sierra Book Club, USA.
15. Driml, S. & Common, M. (1995): Economic and financial benefits of tourism in major protected areas, *Australian Journal of Environmental Management* 2(2)19–39.
16. Eagles, P.F.J. (1995): Tourism and Canadian Parks: fiscal relationships. *Managing Leisure* 1(1) 16–27.
17. Eagles, P.F.J. (1999): International trends in park tourism and ecotourism. Background paper for the Mediterranean Protected Areas: status, adequacy, management and training needs workshop, Cilento, Italia 4-7 novembre 1999..
18. Ecotourism Association of Australia (1999): *Australian Ecotourism Guide 2000*, Brisbane.
19. Ellenberg, L.; Scholz, M.; Beier, B. (1997): *Ökotourismus. Reisen zwischen Ökonomie und Ökologie*, Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg.
20. Figgis, P. (1995): Ecotourism – the good, the bad and the ugly. In Tranter, D. (ed.) *Proceedings of the Southern Highlands/Illawarra Regional Ecotourism Workshop NSW NPWS & Tourism NSW* pp. 3–17.
21. Figgis, P (1999): *Australia's National Parks and Protected Areas: Future Directions*, a Discussion Paper, Australian Committee for IUCN Occasional Paper no. 8, Sydney.
22. Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern (2001): *Tourismus und Umweltverhalten: Befragung zum Reiseverhalten der Schweizer 2000*, im Auftrag von STW und der Hans Imholz-Stiftung, Bern.
23. Ghimire, K.B. & Pimbert, M.P. (eds.) (1997): *Social change and conservation*, Earthscan, UK.
24. Gomez-Pompa, A. & Kaus, A. (1992): Taming the wilderness myth. *Bioscience* 42 (4), pp. 271–279.
25. Green, M.J.B. & Paine, J. (1997): State of the world's protected areas at the end of the 20th century. Paper presented to the World Commission for Protected Areas Symposium, *Protected Areas in the 21st Century: From islands to networks*. Albany, Western Australia.
26. Institut für Integrativen Tourismus & Freizeitforschung (2001): *integra. Zeitschrift des Instituts für Integrativen Tourismus und Freizeitforschung*. Ausgabe 2/01. 2002 – Internationales Jahr des Ökotourismus und der Berge. Wien.
27. International Union for the Conservation of Nature (1994): *Guidelines for Protected Area Management Categories*. IUCN Gland Switzerland.
28. Kaltenborn, B. P. (2000): Arctic-Alpine Environments and Tourism: Can Sustainability be planned? Lessons learned on Svalbard, Norway, Vol. 20, 28–31, MRD.
29. Kempf, E. (ed.) (1993): *The Law of the Mother: protecting indigenous people in protected areas*, Sierra Book Club, USA.
30. Kreib, Y.; Ulbrich, A. (Hrsg.) (1997): *Gratwanderung Ökotourismus – Strategien gegen den touristischen Ausverkauf von Kultur und Natur*, Focus, ökozid 13, Gießen.

31. K pfer, I./Elsasser, H. (2000). Regionale touristische Wertschöpfungsstudien: Fallbeispiel Nationalparktourismus in der Schweiz. In: *Tourismus Journal*, 4. Jg. (2000) Heft 4, S. 433 – 448.
32. Lindberg, K. and McKercher, B. (1997): *Ecotourism: A Critical Overview*, *Pacific Tourism Review*, 1(1) pp. 65–79.
33. Mader, Ron (2001): [iye2002] Reviewing Reviewing Ecotourism, e-mail to: iye2002@yahoogroups.com (listserver), May 09, 2001 6:13 PM.
34. M ller, H.; Fl gel, M. (1999): *Tourismus und Ökologie – Wechselwirkungen und Handlungsfelder*, *Berner Studien zu Freizeit und Tourismus* 37, FIF-Universität Bern.
35. Netzwerk Alpiner Schutzgebiete; Schweizerischen Akademie der Naturwissenschaften (Hgb.) (2000): *Schutzgebietstourismus in den Alpen. Eine Bestandesaufnahme der touristischen Infrastruktur und Besucherfrequenzen sowie relevanter Angaben zur regionalwirtschaftlichen Wertschöpfung.* (= Les dossier du Réseau Alpin, No. 2). Bern/Gap 2000.
36.  ko Himal, Gesellschaft für ökologische Zusammenarbeit Alpen-Himalaya und INIT-Institut für interdisziplinäre Tourismusforschung in Salzburg (2001): *Himalaya-Tourismus: Reisemotive, Reisezufriedenheit, Reiseerfahrungen.*
37. Pleumarom, Anita; Raman, Meenakshi; Yoke Ling Chee (2001): 2002. International Year of Reviewing Ecotourism. Letter to Kofi Annan.
38. Rhoades, R. (2000): *Integrating local voices and visions into the global mountain agenda*, Vol. 20:1, 4–9, MRD.
39. Sharma, P.; Luger, K. (1999): *Tourism and Development: Case studies from the Himalaya*, Studienverlag.
40. Sheppard, D. (1999): 21st Century strategies for protected areas in East Asia. Paper presented to the 3rd Conference on Protected Areas of East Asia: community involvement in and around the protected areas of East Asia, 8–10 September.
41. Sheppard, D. (1999b): Nature based tourism and protected areas. Paper presented to the Mediterranean Protected Areas: status, adequacy, management and training needs workshop, Cilento, Italy 4–7, Nov 1999.
42. Siegrist, D. (1998). Integrativer l ndlicher Tourismus: Aufgaben f r Akteurinnen und Akteure. In: (Alpen)Tourismus wohin? Die Sicht von NGOs und Wissenschaft – ein Meilenstein eines stufenweisen Diskussionsprozesses. Herausgegeben von CIPRA Österreich. Wien 1998, S. 73 – 82.
43. Siegrist, D. (2000). Neue Wertschöpfungspotenziale mit dem landschaftsorientierten Tourismus. In Tagungsband: *Alpentourismus.  konomische Qualität –  kologische Qualität.* CIPRA Grosse Schriften 18/00. Schaan.
44. Siegrist, D. (2002). Positive Ansätze und blinde Flecken. Das Tourismusprotokoll der Alpenkonvention als Zugpferd f r eine integrative Tourismusentwicklung im Alpenraum. In: Luger, K./Rest, F. (Hsg.) *Der Alpentourismus. Entwicklungspotenziale im Spannungsfeld von Kultur,  konomie und  kologie.* Wien.
45. Staiff, R., Kennedy, P. & Bushell, R. (1999): *From Museums to Parks: an Interpretative Leap*, Paper presented to the International Symposium on Society and Resource Management, Brisbane.

46. Taskforce on Economic Benefits of Protected Areas, of the World Commission on Protected Areas of IUCN, in collaboration with the Economic Service Unit of IUCN (1998): Economic Values of Protected Areas: Guidelines for Protected Area Managers. IUCN, Gland, Switzerland and Cambridge.
47. Tasmanian Parks & Wildlife Service (1997): Tasmanian Wilderness World Heritage Area Draft Management Plan, Hobart.
48. Tourism Watch (1995): Anhang zur Informationsschrift Nr. 6/95.
49. Tourism Works for American Council (1996): Annual Report, Washington DC., USA.
50. Van Sickle, K. & Eagles, P.F.J. (1998): User fees and pricing policies in Canadian senior park agencies. *Tourism Management* 19(3), 225–235.
51. Wells, M.P. (1997): Economic perspectives on nature tourism, conservation and development, Environment Dept Paper no. 55, Pollution and Environment Economics Division. Washington DC, The World Bank.
52. Worboys, G.L. (1997): Draft Nature Tourism and Recreation Strategy, NSW National Parks & Wildlife Service, Sydney.
53. World Tourism Organisation (1995): Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry: towards environmentally sustainable development. World Tourism Organisation, World Travel and Tourism Council, and the Earth Council.
54. World Tourism Organisation (2000): International Year of Ecotourism 2002, Folder.

Web:

Conferenze

www.world-tourism.org

Panoramica su tutte le conferenze preliminari (compresi i documenti relativi alle decisioni e i documenti programmatici!) e del Vertice mondiale del Quebec

www.ecotourism-mountains.at

Sito della Conferenza europea di preparazione all'IYE

Anno internazionale delle montagne

www.cipra.org

CIPRA

www.mtnforum.org

Mountainforum

www.mountains2002.org

www.montagnes2002.org

www.montanas2002.org

www.mrd-journal.org

www.fao.org

UN Food and Agriculture Organisation
(responsabile dell'Anno delle montagne)

Internationales Jahr des Ökotourismus

www.uneptie.org

UN Environmental Program (responsabile dell'Anno dell'ecoturismo)

www.world-tourism.org/sustainable/2002ecotourism

World Tourism Organisation

www.un.org/sustdev/tourism.htm

UN Division for Sustainable Tourism

www.twinside.org/tour.htm

Studi e pubblicazioni

www.gtz.de

GTZ (Dt. Entwicklungszusammenarbeit): molti studi sul tema dell'ecoturismo nei paesi in via di sviluppo.

www.ecotourism.org

Una serie di pubblicazioni sull'ecoturismo in inglese e in spagnolo.

www.tu-berlin.de

Una serie di tesi di laurea sul tema del turismo compatibile con la natura

www.mrd-journal.org/volumes

Una serie di studi sul tema montagne e alcuni sul tema turismo

www.planeta.com

Best Practice sul tema ecoturismo, perlopiù dall'America Latina

Best Practice

www.eco-tip.org

Una serie di buone pratiche di ecoturismo

www.uneptie.org

Contiene una pagina di buone pratiche

www.planeta.com

Buone pratiche sul tema ecoturismo, per lo più dall'America Latina

Mailing-Lists:

tourism-csd@egroups.com

<http://www.egroups.com/group/tourism-csd>

fairtradetourism@egroups.com

http://groups.yahoo.com/group/planeta_europe