

FEDERICO DE ANDREIS

PARTECIPAZIONE DELLE COMUNITÀ LOCALI, SOSTENIBILITÀ E TURISMO

Premessa. – All'interno delle società contemporanee aspetto centrale di osservazione è quello della marginalità, che caratterizza vari gruppi sociali (Paragano, 2019). Il tema occupa dunque un ruolo di rilievo all'interno della ricerca economica, sociale e geografica e continua ad essere oggetto di costanti indagini volte ad esplorarne le varie connotazioni (Aru, Puttili, 2014).

Circa il 75% della popolazione dell'UE ha scelto di vivere nelle aree urbane (EEA, 2017). Da questa urbanizzazione si sono determinati effetti che si estendono al di là dei confini delle città, come ad esempio sul turismo.

Tra i termini più menzionati nel dibattito odierno attorno al turismo vi è sicuramente quello della sostenibilità, legata principalmente al tema ambientale. Se gli impatti ambientali sono forse l'argomento più dibattuto, soprattutto in chiave critica, i principali ragionamenti a sostegno dell'attività turistica si sono tradizionalmente sviluppati sul piano economico, giustificando gli investimenti pubblici, sulla base della teoria keynesiana del moltiplicatore del reddito che vede nella natura trasversale del consumo turistico uno stimolo per l'attività di una gamma amplissima di settori che favorisce l'effetto traino sull'intero sistema economico.

Il tema della sostenibilità richiama la questione centrale dell'equità, che può essere declinata in termini economici, geografici ma anche in chiave sociale. Al turismo viene attribuita, comunemente, la capacità di generare numerose opportunità lavorative ma appare necessario indagarne anche le esternalità negative che possono essere identificate rispondendo a domande che riguardano l'offerta turistica, la domanda turistica e l'area turistica nel suo insieme (Barberis, 2008).

Su questo ultimo punto diviene quindi necessario chiedersi in quale fase di sviluppo turistico si trovi l'area interessata, come sia composta e dove si localizzi l'offerta ricettiva e infine se le attività turistiche riguardino tutta l'area urbana o solo una parte di essa.

Il turismo tende infatti a modificare profondamente un territorio e la qualità di vita di chi vi risiede, a volte in positivo, ma frequentemente in negativo, con la possibilità di inasprire la marginalità sociale di una parte di cittadini. Per quanto concerne queste esternalità a livello sociale, è quindi necessario soffermarsi sui nuovi stili di vita che possono venir adottati dalla comunità locale che, attraverso un lento processo, finisce per non beneficiare della vocazione turistica di un territorio e per perdere le proprie tradizioni e la propria unicità, per comportarsi come i turisti e dar luogo alla cosiddetta omologazione culturale.

La nozione di marginalità sociale riflette l'idea che l'organizzazione della società sia fondata non solo sulla disuguaglianza riguardo all'accesso alle ricompense sociali o sulla gerarchizzazione delle posizioni sociali, com'è supposto, per esempio, dalle teorie della stratificazione sociale, ma anche sull'esistenza di gradi diversi di integrazione.

La partecipazione ed il coinvolgimento nel turismo possono dunque essere un veicolo di diffusione delle opinioni della popolazione locale ed un mezzo per tutelare sé stessi ed il proprio territorio, facendo in modo che i benefici derivanti dal turismo siano non soltanto per il turista ma anche per i residenti. Nonostante che la partecipazione possa comunque condurre al conflitto e ad una complicazione nella programmazione, la stessa rappresenta uno strumento, e al contempo un diritto, per la salvaguardia di una comunità che permette, inoltre, di garantire alle generazioni future la possibilità di godere delle stesse risorse e di ammirare gli stessi paesaggi in cui ora viviamo e viaggiamo.

L'implementazione dello sviluppo socio-economico della comunità contribuisce alla sostenibilità ed al supporto dei progetti turistici stessi su un più lungo periodo (Okazaki, 2008), ponendo primariamente in rilievo alcuni aspetti significativi relativi al ruolo delle risorse immateriali, come identità, innovazione, capitale sociale, etc., e alla partecipazione delle comunità locali a sostegno dell'economia locale e dello sviluppo sociale.

Ne consegue che un turismo partecipato dalla comunità locale è quindi un turismo più etico, più sostenibile e più responsabile, in grado di arricchire non solo chi viaggia ma anche la maggioranza degli *stakeholder* locali.

Di fronte alla possibilità di rilancio economico-sociale di contesti locali considerati marginali tramite la valorizzazione turistica si impone, perciò, il tema di un modello turistico che possa definirsi quantomeno responsabile (Musarò, 2013).

Il contributo vuole quindi offrire la riflessione su una *best practice* in cui la partecipazione della comunità locale ai benefici derivanti dal turismo offre l'esempio di una serie di elementi della gestione di un progetto, come la costruzione della rete dei soggetti locali, la *governance* del territorio, la creazione di prodotto, il *marketing*, che assumono una rilevanza strategica per il successo di un'offerta turistica, dai quali i cittadini siano partecipienti.

Introduzione. – Il turismo, se non praticato in maniera sostenibile, può essere un settore altamente impattante, in grado di danneggiare fortemente determinati territori, fino a giungere, nei casi più estremi, alla negazione di opportunità di visita alle generazioni future oppure all'impossibilità dei residenti di vivere correttamente il proprio territorio. Dalla fine degli anni '90, dunque, la definizione di turismo sostenibile o responsabile si è difatti ampliata, ponendo l'attenzione sulla ricerca di un'interazione più equa tra industria turistica, comunità locale e viaggiatori, rivolgendosi al ridurre al minimo gli aspetti negativi degli impatti sociali, culturali e ambientali prodotti dai flussi turistici.

L'osservazione delle componenti utilizzate per l'individuazione degli impatti del turismo sulla città permette di considerare quelle variabili che emergono dall'esame di tutti gli elementi territoriali, per cui entrano in concorrenza cittadini e turisti e consente di comprendere se l'attenzione verso il turismo possa costituire un vantaggio anche per i cittadini, includendoli nei benefici che derivano dagli investimenti fatti nel settore.

Con i suoi ampi valori, la sua unicità e distintività, il patrimonio turistico e culturale rappresenta una risorsa insostituibile per i territori in cui si trova. Oltre ad essere in grado di generare esternalità positive su cultura, società ed ambiente locali, il patrimonio culturale svolge, in aggiunta, un ruolo fondamentale nello sviluppo socio-economico di un Paese, di una città o, in generale, di una destinazione.

Il legame più evidente e percepibile tra patrimonio culturale e crescita economica è rappresentato dal fenomeno turistico. Difatti il patrimonio culturale e l'attrattiva turistica appaiono essere inestricabilmente legati e, parimenti, il turismo costituisce un settore economico ampio, rilevante ed in rapida crescita (Panzera, 2022). L'economia turistica mondiale è prosperata costantemente a partire dalla seconda metà del '900, assumendo un ruolo fondamentale nell'economia dei Paesi. Nel 2019, il 9,5%

del PIL dell'Unione Europea e l'11,2% dell'occupazione totale erano direttamente e indirettamente attribuibili al turismo, nazionale e internazionale (WTTC, 2020).

Nel 2020, il settore è stato gravemente colpito dalle misure restrittive adottate in risposta alla pandemia di Covid-19, con conseguente calo degli arrivi turistici internazionali e riduzione del movimento dei turisti nazionali.

La situazione della pandemia ha certamente posto sfide nuove e complesse all'industria del turismo, aggiungendo anche nuove prospettive nel rapporto tra turismo, territorio, comunità locali e sviluppo sostenibile. Difatti, nonostante il suo indubbio ruolo di motore dello sviluppo economico, il turismo, come accennato in precedenza, ha spesso effetti compromissori sul paesaggio, sull'equilibrio ambientale, sugli aspetti sociali, causando in molti casi anche per le comunità locali un impatto negativo, in quanto esse sono solo marginalmente investite dai benefici, principalmente ma non soltanto economici, derivanti dallo sviluppo del turismo (Pollice, 2018).

I successi e gli insuccessi dei Paesi nelle loro risposte al Covid-19 suggeriscono di cogliere nuove opportunità per modificare l'attuale modello basato su di un elevato consumo di risorse ecosistemiche e su di un'economia lineare (prendere-fare-smaltire), con un modello caratterizzato da un basso consumo di risorse e fondato sui principi di un'economia circolare, che ponga particolare enfasi sulla trasmissione di modelli e valori di sostenibilità che coinvolgano la maggioranza dei cittadini, cercando di superare quei casi di marginalità sociale e di esclusione che lo sviluppo urbano ha generato.

Da quanto detto emerge quindi il forte legame che vi è tra crescita economica e turismo. Entrambi, difatti, trovano le loro fondamenta nell'utilizzo del patrimonio culturale di un territorio, che però ha un'importanza nulla se i suoi valori non sono riconosciuti dalla comunità locale e non diventano elementi d'identità, di vantaggio e di crescita del territorio e se la sua tutela e valorizzazione non viene attivamente promossa e condivisa dalla comunità locale (Adamo, 2017).

Tutelare le destinazioni e fare in modo che le decisioni operanti sulle stesse siano sostenibili, si inserisce negli interessi degli individui di proteggere cultura e risorse del patrimonio turistico, con l'obiettivo di lasciare un'eredità, ovvero quella tecnica culturale, volta a perpetuarsi tramite

preservazione e trasmissione di valori, che indica ciò che è tradizionale e che, come il patrimonio turistico e culturale, è stato tramandato per sopravvivere a lungo (Pethes, Ruchatz, 2001) e deve essere goduto dai più anche nel presente.

In una data cultura viene quindi classificato come eredità ciò che viene ritenuto prezioso o significativo, sia come bene materiale ed economico (beni e immobili) e sia come bene ideale o etico (valori profondi). Come vedremo queste due dimensioni non si presentano in nessun caso scisse l'una dall'altra, ma espressione materiale e ciò che vuol essere espresso sono assolutamente collegate e interconnesse, come nel caso del turismo.

La sfida per i territori e per le destinazioni si inserisce dunque nella capacità di promuovere un'idea radicalmente diversa dal passato, funzionale ad un modello di sviluppo responsabile del danno ambientale, in gran parte irreparabile, che ha comportato una perdita di memoria, con conseguente abbandono e distruzione del patrimonio di ambiente, cultura ed individui (Grumo, 2019).

La dimensione post-pandemica evidenzia quindi la complessa sfida a cui è sottoposto il turismo, che spinto da una necessità di rilancio, deve essere in grado di fornire risultati che non siano semplicemente economici ma che possano diventare un valore per gli individui. Difatti, oltre agli impatti positivi sull'economia e sulla società, il turismo presenta anche dei rischi per lo sviluppo sostenibile, poiché retroagisce su molte dimensioni interdipendenti, ovvero quella sociale, culturale, economica e ambientale, richiedendo che la crescita della domanda e dell'offerta turistica sia progettata in una prospettiva non lineare e con una maggiore attenzione alla sostenibilità complessiva.

Appare quindi fondamentale cogliere le opportunità che il ripensare il turismo nell'era post-pandemica sta offrendo, ovvero orientando gli studi sul tema del valore e della valorizzazione del patrimonio culturale e turistico, considerandoli non soltanto come un capitale da trasmettere alle generazioni future ma anche come un valore, un beneficio per tutti (Becheri, Grollo, 2020).

Garantire che il turismo riduca i suoi impatti negativi ed aumenti quelli positivi sulle dimensioni ambientali e socio-economiche della sostenibilità è l'obiettivo del turismo sostenibile, secondo le proposte del Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente (UNEP) e dell'Organizzazione Mondiale del

Turismo delle Nazioni Unite (UNWTO), che richiedono che un turismo più sostenibile tenga pienamente conto dei suoi impatti di ogni natura, soddisfacendo le esigenze dei visitatori, dell'industria, dell'ambiente e, infine, delle comunità, nella loro interezza (UNWTO, 2018).

Questa ricerca si propone quindi di analizzare perché la sostenibilità sia diventata un valore così centrale all'interno del dibattito sul turismo e come questo valore possa e debba essere comunicato, per soddisfare quell'aspettativa del turista di trovarsi in un luogo che sia come lo aveva immaginato (Corna-Pellegrini, Morazzoni, 2012) e quella del cittadino di essere coinvolto dai benefici che ne derivano.

Da qui, il lavoro effettua una revisione della letteratura per indagare l'evoluzione del tema della sostenibilità nel turismo e promuove, utilizzando un caso di studio empirico, quello della città di Nantes, in Francia, possibili strategie ed azioni utili a creare una gestione della destinazione turistica non solo incentrata sui risultati economici positivi ma anche sulla sostenibilità, affinché la stessa possa essere considerata come un valore del quale gli individui possano beneficiare e come una parte dell'eredità culturale che gli individui dovrebbero poter trasmettere.

Riassumendo, l'obiettivo della ricerca è quindi quello di rispondere alle seguenti domande: RQ1. Perché la sostenibilità è un valore nel turismo che è necessario offrire alle comunità locali e trasmettere come elemento del capitale culturale? RQ2: Come è possibile condividere questo valore?

Il presente lavoro contribuisce ad ampliare la letteratura sulla sostenibilità e su come la stessa debba essere considerata un valore necessario da promuovere, diffondere e condividere, facendo uso anche di una *best practice*. La ricerca è strutturata come segue. Nella prima sezione viene presentata la metodologia utilizzata. Nelle sezioni successive si illustrano i risultati dell'analisi della letteratura e si evidenziano i fondamenti della sostenibilità nel turismo. Infine, prima di arrivare alle conclusioni, sono descritte le migliori pratiche offerte dal caso di studio della città Nantes ed analizzati i valori da trasmettere e da condividere.

Metodologia. – L'approccio metodologico utilizzato prevede un'analisi della letteratura sul tema della sostenibilità turistica ed analizza quali possano essere considerati i pilastri nella dimensione moderna del fenomeno turistico. Attraverso la descrizione di un caso di studio, quello della città francese di Nantes, verrà poi dimostrato come sia stato possibile raggiungere un

approccio più sostenibile del turismo in una destinazione, attraverso un'attenzione multi-*stakeholder*, che prevede, cioè, il coinvolgimento di diversi attori direttamente o indirettamente coinvolti, con l'obiettivo di raggiungere una dimensione di competitività e di valore e tutela del patrimonio turistico.

Il lavoro è supportato da un singolo caso di studio (Yin, 1981). La metodologia dello studio di caso che include sia dati quantitativi che qualitativi aiuta a spiegare sia il processo che l'esito di un fenomeno, attraverso l'osservazione dettagliata, la ricostruzione e l'analisi del caso in esame (Stouffer, 1941; Yin, 1981). Il metodo dello studio di caso permette dunque di esaminare da vicino i dati all'interno di un contesto specifico e, inoltre, esplora ed indaga i fenomeni della vita reale contemporanea attraverso un'analisi contestuale dettagliata di un numero limitato di eventi o condizioni e delle loro relazioni (Yin, 2014).

Il contributo vuole quindi avvicinare l'analisi della letteratura sulla sostenibilità di turismo al concetto di valore, ovvero di un elemento che, appartenendo al capitale culturale degli individui, deve essere descritto e promosso.

Analisi della letteratura - Sviluppo sostenibile e turismo. – Il turismo è un fenomeno mondiale di dimensioni enormi, molto più grande di una semplice attività economica. Il turismo, infatti, non rappresenta semplicemente crescita economica per le destinazioni ma costituisce uno strumento di incontro che offre opportunità di confronto e di crescita personale, culturale e sociale (Novi, 2007).

La crescente preoccupazione della comunità internazionale per gli effetti negativi causati dall'insistenza di flussi di massa in territori "vittime" del turismo ha portato, a partire dagli anni '70, all'affermazione di iniziative che prevedessero una gestione più responsabile del settore.

La Conferenza di Stoccolma, nel 1972, ha dato il via al dibattito globale sulla sostenibilità ambientale, gettando le basi per una consapevolezza comune dello Sviluppo Sostenibile. 113 nazioni si riunirono e adottarono una Dichiarazione con 26 principi sui diritti e le responsabilità dell'uomo in relazione all'ambiente, tra cui: la libertà, l'uguaglianza e il diritto a condizioni di vita adeguate; la protezione delle risorse naturali, adeguatamente conservate a beneficio delle generazioni future e, infine, la conservazione della natura, che deve svolgere un ruolo importante all'interno dei processi legislativi ed economici degli Stati.

La Conferenza ha delineato la prima elaborazione formale del concetto di sviluppo sostenibile e poco dopo è stato creato l'UNEP (United Nations Environment Program), con la missione di guidare e incoraggiare la diffusione della sostenibilità (Lafratta, 2003). Nella Conferenza di Stoccolma l'uomo viene quindi identificato come responsabile della protezione e del miglioramento dell'ambiente, da intendersi alla stregua di un capitale da conservare e proteggere per le generazioni presenti e future (Brisman, 2011).

Tuttavia, la prima volta che si parlerà veramente di sviluppo turistico sostenibile sarà nel 1995, in occasione della Conferenza Mondiale di Lanzarote, a cui seguì la stesura della Carta di Lanzarote. Suddiviso in 18 punti, il documento afferma, sulla base del Principio 1, che: «lo sviluppo turistico deve basarsi su criteri di sostenibilità, il che significa che deve essere ecologicamente sopportabile a lungo termine, oltre che economicamente redditizio ed eticamente e socialmente equo per le comunità locali».

L'invito della Carta appare quindi rivolto alla comunità internazionale ed a tutti gli *stakeholder*; entrambi difatti sono invitati a superare le molteplici contraddizioni dell'industria turistica ed a unire le forze per integrare il turismo in una strategia di turismo sostenibile, alla luce di valori condivisi come l'ambiente naturale, la tutela dei diritti umani, la qualità della vita e la cultura (Buzzacchi, 2010).

La Carta di Lanzarote del 1995 rappresenta un manifesto per un nuovo modello di turismo, ovvero il turismo sostenibile. Tuttavia, ad oggi, non esiste ancora un'interpretazione universalmente condivisa del turismo sostenibile ma certamente esso non può prescindere dal raggiungimento di un equilibrio tra la sfera economica, sociale ed ambientale.

In quest'ottica, si è consolidata la volontà internazionale di promuovere un turismo che sia al contempo orientato al raggiungimento di obiettivi economici e basato sulla qualità culturale ambientale delle destinazioni, che sia rispettoso degli ecosistemi naturali e, al contempo, sia eticamente e socialmente equo nei confronti delle comunità locali (Maretti, Salvatore, 2012).

Questo tipo di turismo deve essere implementato attraverso un'attenta analisi della capacità di carico e degli impatti del turismo sul territorio in cui si sviluppa (Clayton, 2002).

È facile comprendere come il turismo sia da sempre fortemente connesso a molteplici attività e risorse, quali imprese, luoghi e persone, appa-

rendo come una frammentazione difficile da inquadrare in una disciplina unica e organica (Bruscino, 2012). La diretta conseguenza di questa realtà disomogenea è un'altrettanta abbondanza di impatti e ripercussioni geografiche che richiedono un'attenta distinzione tra le diverse problematiche economiche, sociologiche, ecologiche, culturali e tecniche (Lozato-Giotart e altri, 2012).

Tutte le attività legate al turismo hanno effetti sociali ed economici sulle comunità ospitanti ed un impatto ecologico attraverso l'eccessiva produzione di rifiuti e inquinamento, comprese le famigerate emissioni di CO₂ (Sofronov, 2017). Il turismo appare quindi essere un'arma a doppio taglio che può salvaguardare o distruggere la natura e le culture locali, a seconda del modo in cui viene gestito.

La realtà del turismo, difatti, non porta soltanto benefici economici, dal momento che le implicazioni negative del suo impatto sull'ambiente sono estremamente pericolose. Appare quindi necessario riflettere sul fatto che il turismo, oggi, sia una delle principali attività economiche del pianeta e, come tale, la sua produttività debba salvaguardare l'ambiente piuttosto che danneggiarlo, intendendolo come parte di un'eredità da trasmettere alle generazioni future (Ejarque, Morvillo, 2020).

Quanto detto finora non può prescindere dal fatto che la tutela del paesaggio, della natura, della flora e della fauna e la valorizzazione delle tradizioni locali, debbano essere considerate come un patrimonio di tutti, non soltanto da conservare ma anche da trasmettere, e debbano passare attraverso il coinvolgimento consapevole delle comunità locali ospitanti, con l'obiettivo di essere tutelate. Risulta difatti fondamentale che un piano di sviluppo turistico, che voglia valorizzare la comunità locale, consideri tutti gli aspetti della vita della stessa (Giampiccoli e altri, 2022).

Nell'attuale sistema economico, affinché il turismo diventi un sano motore di crescita e sviluppo, lo stesso deve essere sempre più legato al rispetto dei luoghi e delle destinazioni a tutti i livelli ambientali, economici e sociali, nel pieno rispetto delle popolazioni residenti (OCSE, 2020).

Per fare questo, l'eco-compatibilità delle scelte effettuate deve necessariamente essere posta al centro di tale riflessione.

Quando si parla di eco-compatibilità, non si intende semplicemente una serie di scelte che tengano conto della tutela del territorio e della natura, ma soprattutto delle comunità locali; non è difatti solo l'ambiente a

risentire del turismo ma le conseguenze si riflettono anche sulla società e sulla cultura locale.

Infatti, a cosa serve proteggere l'ambiente se le comunità locali perdono gradualmente la loro identità?

Come possiamo immaginare di considerare il turismo una risorsa economica fondamentale se la tutela dello stesso non viene considerata un valore da diffondere e proteggere?

Come risposta alle domande precedenti, è necessario immaginare forme di turismo diverse da quelle attuali, ovvero un turismo adatto alla struttura fisico-sociale del territorio, che non distrugga gli ecosistemi naturali, che sia in grado di proteggere le comunità ospitanti e che consideri le risorse che utilizza come un patrimonio da tutelare (Banini, Pollice, 2015)

Questo turismo, alternativo a quello tradizionale, viene definito come ecoturismo, ovvero come un turismo che sia responsabile, compatibile e sostenibile.

Diventa quindi necessario sviluppare una consapevolezza da parte di tutti gli *stakeholder* coinvolti, come aziende e consumatori, turisti ed enti pubblici, che dovrebbero essere informati ed educati su queste tematiche, al fine di creare una conoscenza comune per operare in sinergia nella minimizzazione degli impatti turistici che da tempo sono oggetto di attenzione a livello internazionale (Ingaldi, Dziuba, 2021).

Queste premesse evidenziano quindi la presenza di un'attenta etica commerciale del prodotto turistico, legata alla qualità ma anche ad un rapporto equo e solidale con le comunità di destinazione.

Il turismo acquista così il valore di strumento privilegiato per una strategia dalle molteplici finalità: dalla sensibilizzazione al rispetto dell'ambiente, alla valorizzazione del suo potenziale di sostegno alle attività economiche tradizionali ed al miglioramento della qualità della vita delle persone che vivono nei siti di destinazione (Sigalat-Signes e altri, 2020).

Infatti, è possibile riconoscere, in una prospettiva di concezione globale della sostenibilità dello sviluppo turistico, quattro componenti, ovvero quella sociale, economica, ecologica ed istituzionale.

-Componente sociale. Lo sviluppo sostenibile richiede strutture e organizzazioni sociali in cui le comunità controllino le risorse naturali e siano in grado di gestirle razionalmente. La sostenibilità sociale si basa quindi su di un alto grado di equità e di giustizia sociale, sull'identità culturale e sulla partecipazione alle scelte. Applicare questo concetto al turi-

simo significa anche considerare i problemi della crescita ineguale e dell'impatto che il reddito generato dal turismo ha sulla popolazione, lo squilibrio numerico che si crea tra residenti e visitatori temporanei e, infine, la perdita di identità delle popolazioni locali, legata all'influenza dei visitatori (Nugraheni e altri, 2019).

- Componente economica. Tradizionalmente la sostenibilità economica implica il mantenimento del capitale. Sfortunatamente, però, tra capitale materiale o fabbricato, capitale sociale-umano e capitale naturale, l'economia si è occupata molto del primo, poco del secondo e niente dell'ultimo. Questa trascuratezza dipende dal fatto che fino agli ultimi decenni il capitale naturale (foreste, suolo fertile, aria pulita, etc.) non fosse scarso. La sostenibilità economica implica la valutazione dei costi, compresi quelli futuri, e la strutturazione di un mercato competitivo che non provochi l'esaurimento del bene. Applicare questo concetto al turismo significa utilizzare un criterio razionale che coniughi il profitto con la tutela, la valorizzazione e la riproduzione dell'ambiente naturale. Quest'ultimo è proprio il punto di partenza su cui si basa il concetto di turismo sostenibile o durevole (Garrigos-Simon e altri, 2015).

- Componente ecologica. Lo sviluppo sostenibile implica il mantenimento della capacità di carico dei sistemi ecologici e l'uso sostenibile delle risorse mentre il concetto di sostenibilità racchiude l'uso di risorse naturali rinnovabili, l'uso di risorse non rinnovabili ad un livello che dia il tempo di sviluppare alternative valide e la regolazione delle esternalità negative sull'ambiente. Applicare questi concetti al turismo significa valutare la relazione circolare tra le risorse naturali di un territorio e l'incidenza dei flussi turistici. Infatti, la qualità ambientale di una località è tra i principali elementi di attrazione per i turisti e qualsiasi intervento che la comprometta si potrebbe tradurre, nel lungo periodo, nel degrado dell'ambiente e nella riduzione del flusso turistico (Bozkurt, 2015).

- Componente istituzionale e giuridica. Lo sviluppo sostenibile offre la possibilità di garantire condizioni di stabilità, democrazia, partecipazione, informazione e giustizia che devono essere applicate anche allo sviluppo turistico. In altre parole, la sostenibilità nel turismo si traduce nel fatto che tutti i servizi, le infrastrutture, la gestione, lo sviluppo e la pianificazione devono soddisfare criteri di sostenibilità ambientale, sociale, culturale ed economica, spesso anche certificabili con etichette e azioni (Zerva e altri, 2019).

Questi quattro pilastri riguardanti la sostenibilità nel turismo dimostrano, sotto vari aspetti, la percezione del turismo descritta come il soddisfacimento dei bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri. Da qui si evince come il turismo allora rappresenti un capitale che vada promosso e protetto.

Al giorno d'oggi, la sostenibilità è diventata un tema caldo nel mondo delle imprese ed accademici, consulenti politici, operatori turistici, enti turistici e molte altre parti interessate si sono impegnati nella protezione dei vari pilastri elencati.

Nel corso del tempo, il rapporto tra uomo e natura è cambiato profondamente: dall'iniziale sfruttamento delle risorse naturali per la sopravvivenza dell'uomo, incurante delle conseguenze, si è passati alla consapevolezza di trovare un compromesso tra sfruttamento e conservazione delle risorse, cercando di bilanciare le attività umane e la tutela dell'ambiente.

I fondamenti della sostenibilità e la comunicazione del valore. – La consapevolezza di un turismo più attento ha dato origine alla necessità di attuare uno sviluppo sostenibile, poiché, se da un lato lo sfruttamento delle risorse naturali è, come visto, essenziale per il sistema economico e per l'aumento del benessere umano, dall'altro non deve compromettere la conservazione dell'ambiente, la sua capacità di rigenerarsi e la qualità della vita degli individui (Sunlu, 2003).

L'attenzione alla sostenibilità è quindi diventata un valore fondamentale anche per il turismo, non soltanto per l'importante ruolo del settore turistico come motore di crescita economica ma anche per garantire la protezione e la fruizione dei siti culturali e ambientali per le generazioni future. Appare quindi fondamentale garantire che lo sviluppo del settore avvenga in armonia con la società e che venga promossa la cultura della sostenibilità (Bayrak, 2013).

Per comprendere la necessità di questa attenzione alla sostenibilità, appare allora necessario indagare come il concetto di turismo sia cambiato nel tempo. Oggi le persone si muovono molto più velocemente e dedicano alle attività turistiche periodi di tempo più brevi e frequenti; di conseguenza, i turisti sono più dinamici e accorti, con un livello culturale non paragonabile a quello dei loro predecessori e con caratteristiche ed esigenze molto diverse dal passato.

L'era del turismo di massa, caratterizzato da un'offerta standardizzata, sembra ormai al tramonto e le nuove tecnologie hanno prodotto grandi cambiamenti anche nel turismo, sia dal lato della domanda che dell'offerta di prodotti e servizi (Ingaldi, Dziuba, 2021).

Oggi il turismo è ancora una delle principali attività economiche e fornisce occupazione in tutto il mondo ma allo stesso tempo l'industria turistica è una delle più inquinanti. È chiaro, quindi, che se da un lato può contribuire allo sviluppo socio-economico dei Paesi, dall'altro può diventare causa di perdita di identità locali e di degrado ambientale, superando la logica, ritenuta valida fino agli anni '60, in cui il settore turistico era considerato un'"industria senza fumo" che generava ricchezza pulita (Berno, Bricker, 2001).

Per dare una risposta alla crescente attenzione politica e sociale alla sostenibilità del turismo e per porre dei limiti, le istituzioni intergovernative e gli Stati hanno adottato negli anni iniziative per contrastare le tendenze negative del turismo di massa, definendo caratteristiche e obiettivi concreti del turismo sostenibile, ovvero quattro pilastri interdipendenti: successo imprenditoriale ed economico, tutela dell'ambiente, responsabilità verso la società e valori culturali delle destinazioni.

Pertanto, per poter definire il turismo sostenibile, lo stesso deve presentare le seguenti caratteristiche:

- durevolezza, cioè non deve essere basato sulla crescita a breve termine della domanda ma sugli effetti a medio e lungo termine del modello turistico adottato;
- dimensione e rispetto dell'ambiente, per ridurre gli effetti legati alla stagionalità, individuando la capacità dell'area e limitando l'afflusso di turisti in base alle caratteristiche fisiche delle destinazioni. Viene così definita una soglia di visitatori per garantire la conservazione dei siti e la qualità dell'esperienza turistica;
- integrazione e diversificazione, poiché l'offerta turistica deve essere il risultato naturale delle risorse locali. Il turismo, infatti, non può essere un elemento estraneo all'identità del luogo, ma un elemento integrato nella ricchezza culturale ed economica del sito;
- pianificazione, come forma di turismo sostenibile che implica un'attenta analisi delle condizioni attuali e delle prospettive future, senza escludere le variabili che potrebbero intervenire nel processo turistico;
- vitalità economica, in quanto si propone come modello alternativo

che non sacrifica la vitalità economica alla ricerca del benessere della comunità locale;

- partecipazione, poiché tutti gli *stakeholder* devono essere coinvolti nei processi decisionali riguardanti lo sviluppo dell'area e collaborare alla sua realizzazione (Bruscino, 2021).

Nella logica di promuovere la sostenibilità come cultura del turismo, il coinvolgimento della popolazione locale appare quindi fondamentale per diverse ragioni. In primo luogo, la comunità ospitante è spesso direttamente coinvolta nella produzione dei servizi turistici, contribuendo attivamente a garantirne il livello qualitativo; in secondo luogo, la maggior parte degli elementi di attrazione di una destinazione turistica appartiene ad un patrimonio di tradizioni e di cultura locale, che può essere conosciuto dai visitatori soltanto attraverso un confronto positivo con i residenti, che subiscono direttamente gli eventuali impatti negativi causati dal turismo, motivo per cui possono nascere forti intolleranze nei confronti dei visitatori.

Le soluzioni per evitare il rischio appena descritto sono sostanzialmente due, ovvero il far partecipare direttamente la popolazione residente ai processi decisionali per la formulazione delle strategie di destinazione, promuovendo la conoscenza ed il valore della sostenibilità oppure l'estendere la partecipazione ai benefici generati dal turismo.

Questo aspetto appare essere particolarmente significativo per garantire la continuità dello sviluppo turistico, poiché implica che le ricadute economiche derivanti da questo fenomeno rimangano patrimonio della destinazione, sotto forma di investimenti in infrastrutture oppure nuove attività economiche coerenti con il contesto produttivo locale (Faulkner, Cox, 1997).

A livello imprenditoriale, la gestione sostenibile dell'offerta turistica richiede la presenza di aziende competitive, un livello equo di concorrenza e qualità nella produzione di beni e servizi. Inoltre, proporre un'offerta turistica sostenibile implica anche l'ottimizzazione dell'occupazione e dei benefici sociali.

Il turismo sostenibile richiede quindi la responsabilità sociale delle imprese mentre, a livello politico, le autorità locali svolgono un ruolo fondamentale nell'individuare le misure idonee a garantire uno sviluppo turistico sostenibile, in quanto possono contribuire in modo significativo alla conservazione della qualità turistica delle destinazioni, attraverso una

pianificazione e una gestione del territorio compatibili con la tutela delle risorse naturali, dei paesaggi e dei monumenti (Risteski, Kocevskia, Arnaudov, 2012). Inoltre, i governi locali possono integrare lo sviluppo economico, l'equità sociale e la protezione dell'ambiente, al fine di creare un'opportunità per tutti gli attori sociali di partecipare alla definizione degli obiettivi di miglioramento delle condizioni di vita ed all'individuazione della migliore strategia per raggiungerli.

Il turismo sostenibile non è quindi una nuova forma di turismo, né un'accusa al turismo di massa ma va visto come un modo per riorganizzare questo fenomeno, al fine di diffondere la conoscenza e la consapevolezza che anche per il turismo esistono dei limiti oltre i quali si rischia di non poter più contare sulle risorse disponibili in futuro (Saarinen, 2014).

Come detto, il principio fondamentale per realizzare un turismo sostenibile è il rispetto della cosiddetta "capacità di carico" delle destinazioni turistiche, ovvero l'indicatore qualitativo utilizzato per misurare la pressione turistica sul territorio (Marsiglio, 2015).

Secondo la definizione fornita dalla WTO, essa consiste nel numero massimo di persone che visitano una determinata località nello stesso periodo, senza comprometterne le caratteristiche ambientali, fisiche, economiche e socio-culturali e senza ridurre il livello generale di soddisfazione dei turisti.

L'obiettivo della capacità di carico è quindi quello di stabilire programmi turistici che possano essere efficacemente attuati senza danneggiare, a lungo termine, le risorse naturali, il tessuto sociale, l'economia locale e l'identità culturale di una popolazione; possano dunque, nello specifico, non intaccare il capitale turistico di un luogo. Possiamo quindi affermare che la capacità di carico tenga conto delle caratteristiche ambientali ed urbanistiche dell'area, del tipo e della scala delle attività turistiche, delle politiche turistiche e, infine, delle preferenze manifestate da residenti, turisti ed operatori.

L'evidenziare questi limiti chiarisce la necessità di promuovere una maggiore sensibilità ai principi sanciti dalle carte, dagli accordi e dai protocolli del turismo sostenibile per evitare la degenerazione causata dai possibili effetti negativi che una cattiva gestione può provocare in una destinazione turistica.

Perseguire l'obiettivo della sostenibilità turistica diventa di fondamentale importanza non soltanto per il ruolo primario del settore turistico

come motore di crescita economica ma anche per garantire la tutela e la fruibilità dei siti culturali e ambientali per le generazioni future e, al contempo, per assicurare che lo sviluppo dell'industria turistica avvenga in linea con la società.

Ne consegue che la relazione turismo-ecologia-cultura sia fondamentale per incrementare il mercato e riqualificare aree che, seppur ricche di paesaggi, cultura e tradizioni, non siano state in grado di sfruttare questi punti di forza a fini turistici. Ne consegue, inoltre, che la necessità di innovare il sistema turistico per coniugare le tradizioni locali e sociali con le nuove e potenti risorse offerte dalla tecnologia e dalle energie rinnovabili, dia al settore la possibilità di conquistare nuove quote di mercato internazionale, senza perdere quelle acquisite (Farrell, Runyan, 1991).

È necessario allora rendere il turismo più sostenibile, inclusivo e resiliente, garantendo un'equa distribuzione dei suoi benefici. Questo apre nuove sfide e possibilità di innovazione del settore, poiché il nuovo modello di turismo responsabile e sostenibile rappresenta il futuro dell'intero comparto, con la diffusione di valori sociali sempre più orientati alla sostenibilità, anche attraverso la diffusione di conoscenze e buone pratiche per attuare la combinazione di sviluppo, competitività e sostenibilità (OCSE, 2020).

Case study. La best practice della città di Nantes. – Tra le evoluzioni del sistema turistico, di particolare rilievo appare l'osservazione di un caso di studio rappresentato dalla città francese di Nantes, che si è distinta come *best practice* nella sostenibilità e, di conseguenza, nel turismo, con uno straordinario potenziale di crescita economica grazie alla “*green economy*”, ovvero il motore delle nuove forme di turismo responsabile.

La città di Nantes è stata nominata la città più vivibile d'Europa dalla rivista Time nel 2004 e, nel 2013, è stata insignita del titolo di “European Green Capital” grazie ad una politica di trasporto sostenibile che utilizza i mezzi pubblici e le biciclette, migliorando la qualità dell'aria e riducendo le emissioni di CO₂. Nel 2019 Nantes è stata anche designata come “European Capital of Innovation” e nel 2021 è stata premiata con lo “European Green Cities Award”, diventando un modello di sviluppo sostenibile a cui ogni città dovrebbe ispirarsi.

Nantes si estende su una superficie di 65.19 chilometri quadrati ed è attraversata dai fiumi Loira, Erdre, Sèvre, Chézine e Censi e da numerosi

torrenti. Situata tra la Valle della Loira e la Bretagna, a 30 minuti dall'oceano, Nantes è a 2 ore di aereo dalle principali capitali europee. L'aeroporto internazionale trasporta più di 7.2 milioni di passeggeri e la stazione ferroviaria TGV collega la città alle maggiori metropoli francesi, accogliendo 12 milioni di viaggiatori all'anno.

Nantes è una metropoli nata dal sistema industriale ma presto si è trasformata in un esempio di sostenibilità e vivibilità. È la sesta città più grande della Francia, con un'area metropolitana di circa 600.000 abitanti, nonostante questo è una delle città più verdi ed efficienti del Paese.

La rete verde di Nantes conta 1.000 ettari, comprendenti 100 parchi, 10 dei quali di fama nazionale. Questi siti hanno una rete di passeggiate pedonali e ciclabili di oltre 50 chilometri, diventando un modello di eccellenza nella gestione del verde.

La città francese ha iniziato ad elaborare il suo modello alternativo all'inizio degli anni '90, quando la crisi dell'industria navale e l'espulsione di circa 60.000 lavoratori dal tessuto industriale hanno imposto un ripensamento del futuro produttivo ed economico della città.

Fu allora che, come spesso accade in tempi di crisi, gli amministratori di Nantes scelsero di investire nella sostenibilità ed in un futuro verde attraverso la gestione sostenibile della politica dei trasporti, con la reintroduzione nel 1985 della rete tranviaria elettrica, abbandonata nel 1958 e che oggi trasporta circa 65 milioni di passeggeri all'anno su 44 chilometri di percorso, e l'offerta di servizi alternativi all'uso dell'auto, come il *car sharing* ed il noleggio di biciclette.

La mobilità, di cui beneficiano turisti e cittadini, tuttavia è solo uno dei tasselli della strategia verde di Nantes, insieme al miglioramento della qualità dell'aria e alla riduzione del consumo di suolo. Questa strategia, volta a trasmettere il valore della sostenibilità, a vantaggio di viaggiatori e comunità locale, è nota come "jeu à la Nantaise" (Griggs e altri, 2014) e prevede il coinvolgimento attivo dei cittadini nelle principali decisioni. Il risultato è una città, inserita in un grande contesto metropolitano, che ha il 60% del suo territorio occupato da aree agricole e naturali ed il 15% della superficie urbane costituito da spazi verdi e giardini pubblici. Inoltre, l'intera area lungo il fiume Loira è stata oggetto di un progetto di riqualificazione, che ha creato circa 50 chilometri di percorsi pedonali, anche in un'ex area alluvionata proprio nel centro della città, a pochi passi dalla stazione ferroviaria, che è stata denominata "Petite Amazonie" per la sua ricca biodiversità.

La riduzione del consumo di suolo è stata resa possibile anche dal fatto che il 25% degli attuali alloggi dei cittadini sia stato realizzato grazie a progetti di edilizia sociale. È stata infatti prestata molta attenzione alle tecniche di costruzione dei nuovi edifici, con conseguente riduzione delle emissioni di CO₂, ozono e biossido di azoto.

Un punto di forza delle strategie sostenibili è stato il coinvolgimento attivo delle famiglie e dei nuclei familiari. Tale strategia ha portato ad una riduzione significativa sia della produzione di rifiuti che del consumo di acqua, anche attraverso un sistema di rilevamento delle perdite e degli sprechi lungo la rete.

Nantes dimostra così che cambiare l'organizzazione di una grande città, con vocazione turistica, in direzione sostenibile sia possibile, senza bloccarne lo sviluppo e partendo da una maggiore responsabilizzazione dei cittadini, rendendoli strumento attivo della transizione, lavorando sulla cultura e sulla conoscenza come fattore di crescita sociale ed economica e sulla tecnologia come strumento di innovazione.

Il risultato di queste strategie è una città che combina innovazione, processi democratici inclusivi e governance aperta per migliorare la resilienza e la sostenibilità urbana.

Nantes offre infatti un esempio eccellente di come una città possa mobilitare i suoi cittadini per affrontare sfide come l'efficienza energetica, l'invecchiamento della popolazione, la trasformazione digitale e l'inclusione sociale, basandosi su cinque progetti e politiche chiave:

- i “Grands Débats”, ovvero dibattiti aperti ai cittadini per discutere di temi come la transizione energetica. L'iniziativa ha coinvolto più di 55.000 partecipanti e ha portato allo sviluppo di una tabella di marcia per il 2018 con 33 impegni ambiziosi, monitorati da una commissione di cittadini e *stakeholder* indipendenti;

- “15 lieux à réinventer” (luoghi da reinventare). Tale iniziativa e centinaia di iniziative cittadine simili prevedono delle selezioni competitive di idee proposte dai cittadini che hanno portato, ad esempio, alla trasformazione di una cappella abbandonata in una fattoria urbana, alla creazione di un centro di sensibilizzazione sui rifiuti zero da una ex galleria d'arte ed a una mensa solidale in un ex ristorante dove i volontari preparano i pasti per i bisognosi;

- il “Nantes City Lab”, un dispositivo progettato per aiutare gli innovatori a testare nuove soluzioni in contesti reali, mettendo a disposizione

infrastrutture fisiche e digitali, come nel caso di un edificio di edilizia popolare costruito con la stampa 3D in soli 3 giorni o di una navetta senza conducente alimentata esclusivamente da una strada solare;

- la “Fabrique Créative”, un sistema di sostegno per le industrie creative e culturali, e la “Fabrique d’innovations technologiques”, un programma che seleziona progetti come quello che prevede il compostaggio locale attraverso la raccolta dei rifiuti organici di ristoranti ed uffici con biciclette dotate di carrelli;

- il “Nantes French Tech Capital”, un programma di progetto che favorisce le *start-up*, le aziende in rapida crescita e le tecnologie pionieristiche e mira ad attrarre talenti, consentendo al contempo il coordinamento e la promozione dell’ecosistema regionale dell’innovazione;

- “Ecosolies”, una rete che riunisce membri privati e pubblici che sviluppano iniziative nel campo dell’economia sociale e solidale e le promuove premiando le migliori soluzioni di innovazione sociale, come il progetto “Hacoopa” per l’alloggio degli anziani o l’associazione “Bout à Bout” per ridurre l’impatto delle bottiglie di vetro usate.

- “MySMARTLife”, un progetto europeo innovativo sulle soluzioni intelligenti per la transizione urbana.

L’attenzione alla sostenibilità della città è evidente anche quando si considera Nantes come destinazione turistica, ovvero il contesto geografico scelto dal turista o dal segmento di turisti come meta del loro viaggio.

Analizzando il concetto di destinazione in modo più dettagliato, essa può anche essere definita dal potenziale visitatore come una combinazione di prodotti e servizi che intende consumare nel sito geografico ritenuto di valore. In relazione al valore di una destinazione, come detto, anche nel turismo sta crescendo l’attenzione alla sostenibilità, che costituisce un valore per i visitatori (Manhas e altri, 2016)

Il caso della città francese, risponde alla necessità di acquisire consapevolezza dei valori che la città veicola, traducendosi in domanda effettiva. Nell’evidenza empirica offerta dalla città di Nantes, infatti, la sostenibilità può quindi essere considerata come un fattore *push*, ovvero un elemento legato alle risorse disponibili ed alle azioni messe in atto dalle regioni di destinazione che motivano la scelta di una destinazione rispetto a un’altra, ovvero attrazioni, accessibilità, informazioni, ospitalità e immagine turistica (Tu, Zhang, 2020).

Per meglio dire, la sostenibilità integra e promuove questi fattori in modo trasversale, diventando un elemento del *destination management*, disciplina che si occupa delle decisioni strategiche, organizzative e operative attraverso le quali si realizza il processo di definizione, promozione e commercializzazione dei prodotti turistici espressi da un territorio, come nel caso di Nantes, al fine di generare flussi turistici equilibrati, sostenibili e adeguati alle esigenze economiche degli attori coinvolti (Fyall, Garrod, 2020).

Il *destination management* nasce dall'esigenza di integrare, all'interno di un processo strategico, le azioni necessarie a gestire i fattori di attrattività ed i servizi turistici per interessare la domanda del mercato e per posizionare la destinazione in ambiti competitivi adeguati rispetto alle caratteristiche del territorio (Goffi, 2013).

Per essere un processo efficace, il *destination management* dovrebbe definire e gestire i fattori di attrattività e le diverse componenti imprenditoriali del sistema locale ed organizzare questi elementi in proposte di offerta, capaci di intercettare la domanda del mercato in modo competitivo, rispettando le capacità del territorio e stimolando la partecipazione di tutti i soggetti coinvolti (Fyall, Leask, 2006).

Pertanto, l'esperimento di Nantes offre interessanti spunti di riflessione sul connubio tra sostenibilità e *destination management*, dimostrando come l'approccio adottato possa portare valore a una destinazione attraverso cinque punti di forza, quali la regia, il coinvolgimento dell'intera comunità, la cultura accessibile, la gestione del marchio e, infine, la comunicazione.

Guardando più nello specifico a questi punti di forza, possiamo sottolineare che, per quanto riguarda la regia, l'ufficio del turismo di Nantes è un esempio di come centralizzare l'intera strategia di promozione, con il vantaggio che gli attori sul campo trasmettono messaggi uniformi e fanno parte di una rete orchestrata *ad hoc*.

Per quanto riguarda il coinvolgimento dell'intera comunità, questo permette di ottenere performance migliori. Ogni cittadino è infatti responsabile della promozione del turismo, considerato un settore strategico in grado di portare, quando correttamente gestito, benefici misurabili a tutti.

Per quanto riguarda la cultura, la scelta di Nantes, in un Paese come la Francia, è ricaduta sul turismo culturale ma con idee nuove, rendendo più appetibili gli edifici storici – come il castello dei Duchi di Bretagna – incoraggiando percorsi didattici interattivi e chiamando gli artisti ad ab-

bellire la città con opere gigantesche in siti pubblici e privati, con riferimento al coinvolgimento della comunità, per la quale vengono ideate guide e itinerari specifici.

Passando alle strategie di *brand*, nell'ambito della promozione delle diverse destinazioni francesi, Nantes è stata proposta al mercato nazionale e internazionale come città d'arte e di cultura, utilizzando strategie di comunicazione e di *merchandising* che seguono questa linea in modo puntuale. Passando all'ultimo punto di forza, legato ovviamente al *brand management*, potremmo analizzare la comunicazione e la sostenibilità, ovvero un legame su cui si è concentrato il *destination management*.

L'ambizione di Nantes è stata quindi non solo quella di essere una città verde per i propri cittadini, avvicinandoli ad essere parte attive nelle dinamiche del territorio ma anche di comunicare ai potenziali viaggiatori efficacemente questo *status* in modo sistematico.

Conclusioni. – Il turismo è tra i settori che sentono fortemente il concetto di sostenibilità, che, come detto, non riguarda soltanto la conservazione e la riproducibilità delle risorse naturali ma anche l'analisi e la gestione degli impatti sociali e culturali sulla destinazione turistica e sulle comunità locali.

Appare sempre più insistente la richiesta di un turismo responsabile, che sappia valorizzare le tradizioni, le culture e le abitudini dei territori locali, partendo dal presupposto che turismo sostenibile significhi compiere un percorso di conoscenza e di crescita culturale in cui il turista deve adattarsi alle esigenze dei luoghi.

Come si è visto nel caso di studio, quando la destinazione turistica fa sentire l'ospite benvenuto, aumenta la fiducia. Questo impegno fa sì che la sostenibilità acquisisca un valore, da cui trae beneficio anche cittadino stesso.

Se per comprendere ed analizzare le situazioni di marginalità e ingiustizia sociale all'interno dei territori urbani si possono utilizzare degli indici, il caso studio presentato ci offre una panoramica di esperienze e strategie significative che hanno fatto crescere benessere e qualità della vita, creato interventi di riqualificazione e rigenerazione, irrobustito la mobilità e rafforzato la convivenza urbana.

Appare quindi necessario discutere di sostenibilità, che non deve essere una moda o una tendenza passeggera ma una linea guida di sviluppo necessaria per rispondere a un consumatore sempre più attento, a un

quadro normativo sempre più severo e ad una comunità locale che deve essere coinvolta ed integrata nei benefici derivanti dal turismo. La sostenibilità deve quindi essere diffusa nelle sue principali derivazioni, ovvero ambientale e sociale, per rappresentare un reale fattore competitivo.

Come si è visto nel caso della città di Nantes, la soluzione per promuovere la sostenibilità come valore turistico risiede in un approccio multi-*stakeholder*, che probabilmente è un percorso lungo, che richiede investimenti e disponibilità all'innovazione e al cambiamento ma che, di conseguenza, deve essere sviluppato con la massima priorità e una pianificazione estremamente attenta. Solo costruendo un percorso forte, efficace e credibile, la sostenibilità può diventare un elemento fondante di una strategia che mette al centro l'approccio green, con l'ottica di conservare e proteggere una destinazione turistica (Dodds, Butler, 2010) anche come beneficio per la comunità locale e per le generazioni future.

La tutela dell'ambiente naturale e sociale e le conseguenze che tale tutela comporta nell'attività turistica, oggetto di riflessione del presente lavoro, prevede attraverso la diffusione di buone pratiche di modificare l'atteggiamento di soggetti pubblici e privati, senza precludere la possibilità di sviluppo delle attività umane.

Sostenibilità e sviluppo delle attività umane non devono infatti essere considerati elementi disgiunti e reciprocamente esclusivi ma sinergici di uno stesso processo, in grado di delineare le azioni, i comportamenti che permettono di aumentare gli effetti positivi sul territorio (Sharpley, 2000).

Il turismo, interagendo assiduamente con l'ambiente e la società, attento a salvaguardare il capitale naturale e culturale, può difatti garantire la sua redditività nel tempo, grazie al riconoscimento che, nel lungo periodo, la competitività dipenda dalla sostenibilità in tutte le declinazioni precedentemente osservate.

Emerge che la concezione dello sviluppo turistico assume chiare connotazioni etiche e di sostenibilità, diventando il motore di un importante movimento che oggi si osserva nella direzione di un turismo di qualità, con un'ambivalenza che costituisce una fonte di conoscenza e di arricchimento personale per chi viaggia e non produce, in quanto correttamente gestito, effetti disastrosi sull'ambiente naturale, sulla sua capacità di assorbire l'impatto dei flussi turistici, sull'economia locale e sulle caratteristiche sociali e culturali delle comunità ospitanti.

Il turismo così concepito acquisisce un'importante valenza etica, che

non è un valore astratto ma che genera una responsabilità, ovvero ha un'attuazione pratica che consiste nel curare che le azioni di chi viaggia rispettino la cultura e le risorse naturali della comunità locale del territorio, sentendosi parte, come *stakeholder*, di questo processo.

BIBLIOGRAFIA

- ADAMO F., “Patrimonio culturale e sviluppo locale”, *Annali del Turismo*, VI - Edizioni Geoprogress, 2017, pp. 11-18.
- ARU S., PUTTILLI M., “Forme, spazi e tempi della marginalità. Un itinerario concettuale”, *Bollettino della Società Geografica Italiana*, 2014, 7, 1, pp. 5-16.
- BANINI T., POLLICE F., “Territorial identity as a strategic resource for the development of rural area”, *Semestrare di Studi e Ricerche di Geografia*, Roma - XXVII, 2015, 1, pp. 7-16.
- BARBERIS W., *L'impatto del settore turistico sui contesti urbani*, Cittalia - Anci ricerche, Roma, 2008.
- BAYRAK G.Ö., “Sustainable Tourism”, in IDOWU S.O., CAPALDI N., ZU L., GUPTA A.D., *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*, Berlino, Springer, 2013, pp. 2483-2489.
- BECHERI E., GROLO P., “Il mutamento degli scenari nelle località turistiche”, in MORVILLO A., BECHERI E. (a cura di), *Dalla crisi alle opportunità per il futuro del turismo in Italia*, Napoli, Rogiosi Editore, 2020, pp. 25-44.
- BERNO T., BRICKER K., “Sustainable tourism development: the long road from theory to practice”, *International journal of economic development*, 2001, 3, 3, pp. 1-18.
- BOZKURT A., “Sustainable Tourism: An Environmental Approach”, in AVCIKURT C. E ALTRI (a cura di), *Tourism, Environment and Sustainability*, Sofia, St. Kliment Ohridski University Press, 2015, pp. 9-23.
- BRISMAN A., “Stockholm Conference, 1972”, in CHATTERJEE D.K., *Encyclopedia of Global Justice*, Dordrecht, Springer, 2011, pp.1039-1040.
- BRUSCINO A., *Il turismo sostenibile*, Limena, libreriauniversitaria.it, 2021.
- BUZZACCHI C., *Turismo: diritto e diritti*, Milano, Giuffrè Editore, 2010.
- CASTIGLIONI B., *Educare al paesaggio*, Montebelluna (TV), Museo di Storia Naturale e Archeologia, 2010.
- CLAYTON A., “Strategies for sustainable tourism development: the role of the concept of carrying capacity”, *Social and Economic Studies*, 2002, 51, 1, pp. 61-98.

- CORNA-PELLEGRINI G., MORAZZONI M., *Manuale di geografia del turismo*, Bologna, Archetipo libri, 2012.
- DODDS R., BUTLER R.W., “Barriers to implementing Sustainable Tourism Policy in Mass Tourism Destinations”, *Tourismos: an International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 2010, 5, 1, pp. 35-53.
- EJARQUE J., MORVILLO A., “Percorsi strategici e scelte organizzative e gestionali delle destinazioni per superare l'emergenza”, in MORVILLO, A., BECHERI E. (a cura di), *Dalla crisi alle opportunità per il futuro del turismo in Italia*, Napoli, Rogiosi Editore, 2020, pp. 61-73.
- EUROPEAN ENVIRONMENT AGENCY - EEA, “Climate change, impacts and vulnerability in Europe 2016. An indicator-based report”, *EEA Report no 1*, Lussemburgo, Publications Office of the European Union, 2017.
- FARRELL B.H., RUNYAN D., “Ecology and tourism”, *Annals of Tourism Research*, 1991, 18, 1, pp. 26-40.
- FAULKNER B., COX C., “A Framework for Monitoring Community Impacts of Tourism”, *Journal of Sustainable Tourism*, 1997, 5, 1, pp. 3-28.
- FYALL B., GARROD B., “Destination management: a perspective article”, *Tourism Review*, 2020, 75, 1, pp. 165-169.
- FYALL A., LEASK A., “Destination marketing: Future issues - Strategic challenges”, *Tourism and Hospitality Research*, 2006, 7, 1, pp. 50-63.
- GARRIGÓS-SIMÓN F.J., GALDÓN-SALVADOR J.L., GIL-PECHUÁN I., “The Economic Sustainability of Tourism Growth through Leakage Calculation”, *Tourism Economics*, 2015, 21, 4, pp. 721-739.
- GIAMPICCOLI A., DLUŻEWSKA A., MNGUNI E.M., “Host Population Well-Being through Community-Based Tourism and Local Control: Issues and Ways Forward”, *Sustainability*, 2022, 14, 7 (<https://www.mdpi.com/2071-1050/14/7/4372>).
- GOFFI G., “A Model of Tourism Destination Competitiveness: The case of the Italian Destinations of Excellence”, *Annuario Turismo y Sociedad*, 2013, 14, pp. 121-147.
- GRIGGS D. E ALTRI, “An integrated framework for Sustainable Development Goals”, *Ecology and Society*, 2014, 19, 4, s. p. (<https://www.jstor.org/stable/26269703>).
- GRUMO R., “Ambiente e cultura in alcune proposte per lo sviluppo locale e turistico delle aree periferiche del mezzogiorno: un'applicazione didattica”, *Annali del Turismo, VIII - Edizioni Geoproggress*, 2019, pp. 29-46.
- INGALDI M., DZIUBA S.T., “Sustainable tourism: tourists' behaviour and

- their impact on the place visited”, *Visions for Sustainability*, 2021, 17, pp. 8-38.
- LAFRATTA P., *Strumenti innovativi per lo sviluppo sostenibile: Vision 2000, Iso 14000, Emas, Sa 8000, Ohsas, Lca: l'integrazione vincente*, Milano, Franco Angeli, 2003.
- LOZATO-GIOTART J.P., LEROUX E., BALFET M., *Management du tourisme: territoires, offres et strategies* (3rd ed.), Parigi, Pearson France, 2012.
- MANHAS P.S., MANRAI L.A., MANRAI A.K. “Role of Tourist Destination Development in Building its Brand Image: A Conceptual Model”, *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 2016, pp. 25-29.
- MARETTI M., SALVATORE R., “The Link between Sustainable Tourism and Local Social Development. A Sociological Reassessment”, *Sociologica, Italian journal of sociology on line*, 2012, 2, s.p.
- MARSIGLIO S., “On the carrying capacity and the optimal number of visitors in tourism destinations”, *Tourism Economics*, 2015, 23, 3, pp. 632-646.
- MUSARÒ P., “Come coniugare crescita e benessere? Il turismo responsabile in prospettiva globale”, *Sociologia del lavoro*, 2013, 132, pp. 143-157.
- NOVI F., *La valutazione della sostenibilità degli interventi sul territorio: esperienze di ricerca*, Firenze, Alinea Editrice, 2007.
- NUGRAHENI A. E ALTRI, “Defining social sustainability and socially conscious tourist in sustainable tourism development”, *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 2019, 5, 2, pp. 264-276.
- OKAZAKI E., “A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use”, *Journal of Sustainable Tourism*, 2008, 16, pp. 511-529.
- ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD), *Tourism Trends and Policies 2020*, Parigi, OECD Publishing, 2020.
- PANZERA E., “Patrimonio culturale, turismo e crescita economica locale: una conferma empirica della loro interazione”, *Scienze Regionali, Italian Journal of Regional Science*, 2022, 2, pp. 253-294.
- PARAGANO D., “Gli invisibili della città. La marginalità urbana oltre la ghettizzazione”, *documenti geografici*, 2018, 2, pp. 11-32.
- PETHES N., RUCHATZ J., *Gedächtnis und Erinnerung: Ein interdisziplinäres Lexikon*, Berlino, Rowohlt Taschenbuch Verlag, 2001.
- POLLICE F., “Valorizzazione dei centri storici e turismo sostenibile nel bacino del Mediterraneo”, *Bollettino della Società Geografica Italiana*, 2018, 14, 1, 1, pp. 41-56.
- RISTESKI M., KOCEVSKIA J., ARNAUDOV K., “Spatial Planning and Sus-

- tainable Tourism as Basis for Developing Competitive Tourist Destinations”, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2012, 44, pp. 375-386.
- SAARINEN J., “Critical Sustainability: Setting the Limits to Growth and Responsibility in Tourism”, *Sustainability*, 2014, 6, 1, pp. 1-17.
- SHARPLEY R., “Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divide”, *Journal of Sustainable Tourism*, 2020, 8, 1, pp.1-19.
- SIGALAT-SIGNES E. E ALTRI., “Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination: Reality or territorial marketing?”, *Journal of Innovation & Knowledge*, 2020, 5, 2, pp. 96-104.
- SOFRONOV. B., “Impact of sustainable tourism in the travel industry”, *Annals of Spiru Haret University Economic Series*, 2017, 17, 4, pp. 85-94.
- STOUFFER S.A., “Notes on the case-study and unique case”, *Sociometry*, 1941, 4, 4, pp. 349-357.
- SUNLU U., “Environmental impacts of tourism”, in CAMARDA D., GRASSINI L. (a cura di), *Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region*, Bari, CIHEAM, pp. 263-270.
- TU J., ZHANG D., “Does tourism promote economic growth in Chinese ethnic minority areas? A nonlinear perspective”, *Journal of Destination Marketing & Management*, 2020, 18, s. p.
- UNITED NATIONS WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO), *Tourism and the Sustainable Development Goals - Journey to 2030*, 2018 (<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419340>).
- WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC), *The importance of travel & tourism in 2019*, 2020 (<https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/EIR%2020%20Importance%20of%20Travel%20and%20Tourism%20Infographic.pdf?ver=2021-02-25-183030-667>).
- YIN R.K., “The Case Study as a Serious Research Strategy”, *Knowledge*, 1981, 3, 1, pp. 97-114.
- YIN R.K., *Case Study Research: Design and Methods*, Thousand Oaks (CA), Sage Publications, 2014.

Local community involvement, sustainability and tourism. – In contemporary societies a central aspect of observation is that of marginality, which characterizes various social groups. The topic thus occupies a prominent role within economic, social and geographic research and continues to be the subject of constant investigations aimed at exploring its various connotations.

The majority of the EU population has chosen to live in urban areas, and from this urbanization come effects that extend beyond city boundaries, such as on tourism.

The contribution therefore aims to offer reflection on a best practice, that of the city of Nantes, in which the participation of the local community in the benefits derived from tourism offers an example of a number of elements of project management, such as the construction of the network of local actors, governance of the territory, product creation, and marketing, which assume strategic relevance for the success of a tourism offer, from which citizens are co-participants.

Keywords. – Local Community Participation, Urban Regeneration, Sustainability

*Federico de Andreis, Università Giustino Fortunato, Benevento
f.deandreis@unifortunato.eu*