UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI URBINO CARLO BO

DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE, STUDI UMANISTICI E INTERNAZIONALI: STORIA, CULTURE, LINGUE, LETTERATURE, ARTI, MEDIA

Corso di laurea in
Lingue e Culture Straniere - Curriculum Linguistico Aziendale

LA SOSTENIBILITÀ COME OPPORTUNITÀ PER IL TURISMO IN COSTIERA AMALFITANA: IL CASO DEL DISTRETTO TURISTICO

Relatore: Chiar.mo Prof.
Mauro Dini

Tesi di laurea di:
Alessia Sommariva

ANNO ACCADEMICO 2018 -2019

Dediche e Ringraziamenti

Desidero ringraziare innanzitutto il mio relatore, il professore Mauro Dini, per avermi dato la possibilità di affrontare questo tema, per il suo prezioso aiuto e la sua collaborazione.
Un ringraziamento va poi a delle persone per me importanti.
Alle amiche di sempre, per essermi state vicine e per avermi sostenuta, nonostante la lontananza. A voi auguro tutto il meglio!
Alle mie coinquiline, per avermi sopportata e per aver reso ogni singolo giorno un bellissimo ricordo da custodire.
A Paola, per avermi incoraggiata sempre con la sua estrema dolcezza.
Ai miei colleghi di corso, che con la loro semplicità e simpatia hanno reso questi anni speciali e indimenticabili.
A Gianluca della Campa e Andrea Ferraioli per l'aiuto e le informazioni fornitemi.

Dedico questa tesi alla mia famiglia che con il suo amore mi ha aiutata a realizzare questo bellissimo traguardo.
A mia mamma, perché non c'è nessuno che mi conosca e mi capisca più di quanto faccia lei.
Al mio papà, per la fiducia che ha sempre riposto in me.
A mia sorella, per essere il mio più grande punto di riferimento e per avermi aiutata in qualsiasi momento.

LA SOSTENIBILITÀ COME OPPORTUNITÀ PER IL TURISMO IN COSTIERA AMALFITANA: IL CASO DEL DISTRETTO TURISTICO

INDICE

Introduzione 1

Capitolo1. Turismo sostenibile: pensare globalmente, agire localmente

1.1 Un breve sguardo all'andamento turistico globale e italiano 3

1.2 Turismo come possibile fattore di rischio per lo sviluppo sostenibile 5

1.3 La necessità di una cultura sostenibile 8

1.4 L'azione dell'ONU: il *Global Compact* e i *Goals* dell'Agenda 2030 10

1.4.1 La situazione italiana rispetto agli obiettivi di sviluppo sostenibile 12

Capitolo2. La Costiera Amalfitana

2.1 Turismo e territorio in Costiera Amalfitana tra storia e ricchezza 15

2.2 Una nuova sfida per la Costa d'Amalfi: il Distretto Turistico 18

2.3 I turisti, la Costiera e il turismo sostenibile 19

2.3.1 Metodologia 20

2.3.2 Risultati 20

2.3.3 Considerazioni 22

Capitolo3. Il progetto Authentic Amalfi Coast

3.1 Temi, obiettivi e tempi del progetto 24

3.2 Il programma turistico sostenibile del Distretto Turistico 26

3.3 L'indagine del progetto di rete sulla plastica monouso 30

3.4 L'innovazione 31

3.5 *Marine Litter* e *Litter Hunter* in difesa del mare e dell'ambiente 33

Conclusioni 36

Introduzione

Questo lavoro si propone di analizzare il concetto di sostenibilità legato al turismo, i cui fini vanno oltre il fattore economico interessando principalmente quello ambientale e sociale.

Negli anni si sta assistendo sempre di più ad un processo di modifica della domanda turistica e dei comportamenti di consumo. Inoltre, l'attività umana sta generando sviluppo, cambiamento ma anche emergenze di tipo ambientale.

Inizialmente la tesi vuole fornire un quadro generale dell'attuale contesto socio-economico globale e italiano legato al turismo e le principali difficoltà ambientali e sociali derivanti da un'eccessiva globalizzazione.

Intende poi attraversare tappe significative che nel tempo hanno indotto le istituzioni a dimostrarsi più attente ai principi di cultura sostenibile.

Un passo in avanti in questo senso è stato prodotto dall'Agenda 2030 e i suoi obiettivi di sviluppo sostenibile. Questi hanno permesso di diffondere una vera e propria trasformazione del mondo, orientando sempre di più l'uomo alla sensibilità verso la sostenibilità sociale, economica ed ambientale.

Affrontare il tema legato al *Global Compact* ha permesso di collegarmi alla Costiera Amalfitana, una realtà tanto piccola che ha scelto di adeguarsi agli obiettivi 2030 con il progetto promosso dal Distretto Turistico e dalla Rete di Sviluppo Turistico Costa d'Amalfi.

Il progetto *Authenitc Amalfi Coast*, trattato nel capitolo 3, vuole portare la sostenibilità al centro delle strategie di sviluppo e di riposizionamento dei luoghi turistici. Rappresenta una nuova sfida per il futuro, in quanto lo sviluppo di un turismo sostenibile è il principale strumento di salvaguardia del territorio, di recupero delle tradizioni e fonte di nuovi posti di lavoro e di reddito.

L’idea è quella di dimostrare come il turismo sostenibile sia un impegno per tutti: operatori turistici, istituzioni locali, turisti e cittadini.

Tra le motivazioni che mi hanno spinta ad approfondire tale tema ci sono l’influenza di mio padre, da anni attivo in iniziative promosse da Legambiente Amalfi per la tutela del territorio della Costiera.

Sono stati la sua dedizione e il suo interesse per l’ambiente, le tradizioni e la cultura del nostro territorio a coinvolgermi in questo mondo, in cui sostenibilità vuol far rima con tutela.

Un altro motivo per me importante è quello di poter parlare per la prima volta della mia terra in un territorio a cui adesso sono legata, Urbino.

Ho a cuore la natura, l’ambiente, la mia Italia e soprattutto la mia Costiera e ad oggi la mia tesi vuole essere un piccolo contributo in una situazione di debolezza ed emergenza, a dimostrazione che ognuno, nel proprio piccolo, può iniziare a salvare qualcosa.

Capitolo 1. Turismo sostenibile: pensare globalmente, agire localmente

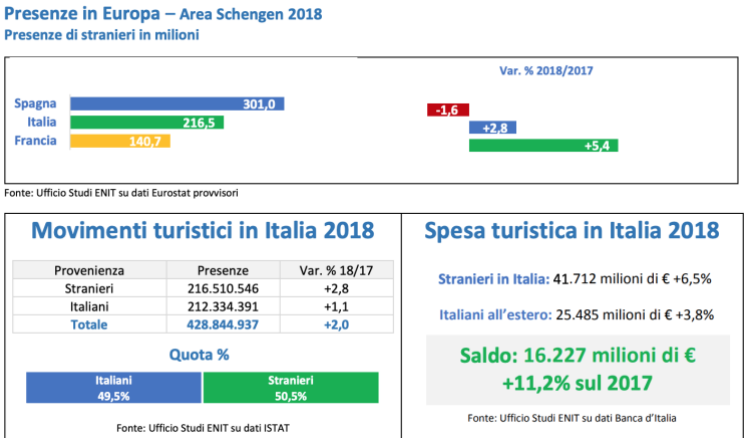
1.1 Un breve sguardo all'andamento turistico globale e italiano

Prima di parlare delle difficoltà derivanti dall'eccessivo sviluppo turistico e della necessità di adottare un modello di sviluppo responsabile e sostenibile, è utile avere un quadro generale dell'industria turistica e del ruolo che esso gioca all'interno dell'economia.

Grazie ai dati dell'Osservatorio Nazionale del Turismo[1] è possibile comprendere l'andamento turistico in Italia e a livello globale.

Nel 2018 il turismo in Italia è aumentato del 2% rispetto al 2017 con un numero di presenze pari a 429 milioni ed ha inciso per il 13,2% sul PIL nazionale pari ad un valore economico di 232,2 miliardi di euro (ISTAT, 2019)

Figura 1: Turismo in cifre



Fonte: Ufficio Studi ENIT

A livello globale, il 2018 ha registrato invece una crescita moderata ma performante rispetto all'anno precedente. Nei continenti l'andamento

[1] L'ONT ha il compito di studiare, analizzare e monitorare le dinamiche economico-sociali e tecnologiche, qualitative e quantitative d'interesse turistico.

turistico è cresciuto rispettivamente del (+5%) nel Medio Oriente, (+7%) in Asia e nel Pacifico, (+5%) in Europa, (+7%) in Africa, (+2%) nelle Americhe (UNWTO) [2].

Fino ad ora la crescita è stata possibile grazie ad una potente economia, al numero crescente di compagnie aeree *low cost* e alla facilitazione del sistema di transazione bancaria. Tuttavia, l'incertezza sulla *Brexit* [3], il commercio e le tensioni tecnologiche e geopolitiche sono stati considerevoli punti deboli in questo processo di *business*. (UNWTO)

Il turismo è un fenomeno in crescita anche per mezzo di fattori come l'invecchiamento e l'innalzamento del grado di istruzione della popolazione, l'aumento del reddito pro-capite, l'aumento del tempo libero, lo sviluppo del sistema dei trasporti etc.[4]

Come forma di viaggiare e conoscere, ha da sempre rappresentato una vera e propria conquista sociale. Ma, sebbene rappresenti una forza positiva, il turismo sembra stia riproponendo in molte città quel caos che proprio attraverso il viaggio si voleva evitare.

Basti prendere in considerazione i flussi turistici di alcune città italiane e confrontarli con il numero dei residenti del territorio per rendere più chiara la situazione di squilibrio.

Figura 2: Rapporto popolazione-turisti in alcune delle città italiane

RESIDENTI	TURISTI
Venezia: 261.905 mila	12.1 milioni
Roma: 2.873 milioni	29 milioni
Napoli: 972.130 mila	3.7 milioni

Fonte: ISTAT

[2] https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152

[3] Processo che porrà fine all'adesione del Regno Unito all'Unione Europea.

[4] *"Marketing e management del turismo"* – Tonino Pencarelli, Betti D, Forlani F, Fortezza F, Guidi C, Mancini L, Musso F, Pollastrini L, Rossini L, Sorini L, Splendiani S.

1.2 Turismo come possibile fattore di rischio per lo sviluppo sostenibile

L'attività turistica è protagonista a livello internazionale ma si sta sempre più spingendo verso forme distruttive degli ecosistemi, dell'identità sociale, culturale ed ambientale dei luoghi: il boom del turismo sta diventando un vero e proprio problema di convivenza.

Il pianeta e la maggior parte delle comunità stanno mostrando cenni di cedimento, difficoltose nel tenere testa ai ritmi dei gruppi più influenti composti dai paesi industrializzati.

Molte delle destinazioni turistiche italiane ed europee, che sono passate da un turismo di nicchia per "allocentrici"[5] a un turismo di massa, stanno vivendo negativamente questa graduale trasformazione.

Le conseguenze risiedono in fenomeni di espulsione sociale di zone centrali che, insieme alla crescita degli appartamenti in affitto (*Airbnb, Booking, Homeaway, Hotelbeds, Expedia, Agoda)*[6], stanno portando alla nascita di vere e proprie comunità turistiche in cui tempo libero, commercio e accoglienza ridefiniscono i caratteri di molti territori (Chiara Ingrosso, Luca Molinari).

Non tutte le destinazioni crescono a ritmo di turisti e questo riflette la dimensione del fenomeno dell'*overtourism* o sovraffollamento turistico.

È il caso di città italiane come Venezia[7], definita una "*Disneyland* da spiaggia" in un articolo del *New York Times*[8], Firenze, le Cinque Terre[9], etc. i cui cittadini non riescono a tollerare il flusso di turisti che invade le città. Città e spiagge super affollate, file interminabili di traffico sono situazioni che scatenano sempre più tensione e disturbo tra i residenti e i turisti stessi.

[5] Turista allocentrico, dalla definizione di Plog: individuo avventuroso ed incline a nuove scoperte, molto raramente ritorna in una stessa destinazione.
[6] OTA: Online travel agency.
[7] https://www.sbs.com.au/language/italian/venezia-e-il-turismo-insostenibile;
[8] https://www.nytimes.com/2017/08/02/world/europe/venice-italy-tourist-invasion.html
[9] https://www.dinamopress.it/news/turismo-insostenibile-delle-cinque-terre/

Ma il problema non resta circoscritto all'Italia. Anche città come Amsterdam[10], Barcellona[11] o addirittura la lontana Kyoto, nel "civilissimo, pulitissimo e discreto Giappone" (Matarazzo, 2017), i residenti sollevano un problema di inquinamento turistico e limiti di sostenibilità, manifestando contro la crescita esponenziale del turismo.

Il turismo di massa si ripercuote negativamente anche sulle destinazioni balneari, comportando forti squilibri ambientali e sociali in limitati periodi dell'anno.[12] La crescente pressione della popolazione residente e il crescente sviluppo unito a servizi (nautici, crocieristici, termali, culturali di trasporto, enogastronomici etc.) rende difficile la gestione dei flussi turistici tanto che, per alcune località tutto questo si ripercuote in una perdita di competitività, vista la crescente attenzione del turista sull'autenticità e qualità dei luoghi (Mauro Dini).

Anche il turismo montano si ritrova a dover affrontare difficoltà derivanti da una crescente domanda turistica: a Cortina d'Ampezzo ad esempio, il sindaco ha vietato la balneazione nel lago Sorapis per preservare il colore azzurro delle acque (Gianpietro Ghedina, 2019).

Per le aree protette[13], combinare turismo, economia e salvaguardia sembra una sfida piuttosto difficile. Non sempre, infatti, l'attività turistica in queste aree riflette un turismo *green* e sostenibile così come non sempre un turista che ama la natura si dimostra rispettoso di essa (C. Michael Hall; Alberto Amore).[14]

[10] https://edition.cnn.com/travel/article/amsterdam-overtourism/index.html
[11] https://siviaggia.it/notizie/barcellona-contro-overtourism/241970/
[12]http://www.coastalwiki.org/wiki/Impact_of_tourism_in_coastal_areas:_Need_of_sustainable_tourism_strategy
[13] IUNCN: "lembo di territorio, più o meno esteso, dove trovano applicazione orientamenti, indirizzi e regole per un uso dell'ambiente da parte dell'uomo che consenta di conservare e/o di sperimentare metodi, forme e tecnologie adatte a gestire in modo equilibrato con le altre specie viventi (vegetali e animali) le risorse del pianeta.
[14] Turismo, sostenibilità e crescita verde: Green economy o una pennellata di verde?

In Italia la situazione è in pericolo per alcuni parchi che, come definisce Antonio Nicoletti responsabile Parchi e Aree Protette Legambiente, sembrano essere allo sbando.[15] Sebbene questi territori andrebbero salvaguardati e tutelati per la loro particolare biodiversità, si trovano ad affrontare situazioni di pericolo per il loro delicato ecosistema. Non è possibile posizionare un impianto petrolifero all'interno di un'area protetta come quella del "Val d'Agri" in Basilicata[16] così come calpestare un parco con un mezzo di trasporto a benzina o lasciarvi discariche di rifiuti abusivi, come per il Parco del Vesuvio[17], in Campania.

Situazione analoga per l'Arcipelago della Maddalena, Parco Nazionale in Sardegna, che da qualche anno non riesce a far fronte alla grande massa di visitatori generando problemi di tipo infrastrutturale e di rifiuti (Enzo di Fraia, 2019)[18]. Proprio per tali ragioni l'Ente Parco ha emanato norme di salvaguardia ambientale che hanno rappresentato una novità nel quadro delle iniziative che, vengono adottate per la salvaguardia ambientale.[19]

Il turismo non si ripercuote negativamente sull'ambiente. È il tipo di sviluppo, il modello di fruibilità a cui esso si ispira, l'intensità e la sua caratterizzazione che, se non adeguatamente corretti, possono comprometterne l'equilibrio di un territorio (Romeo Adinolfi,1988).

La situazione descritta ci fa comprendere che se non si inizia a ragionare seriamente sul fenomeno turismo, inteso come risorsa piuttosto che minaccia, la situazione può diventare grave.

[15] http://www.bioecogeo.com/finiti-parchi-italiani-3/

[16] Area naturale protetta dal 2007; nel maggio 2019, scoperti 854 tonnellate di rifiuti tossici - https://www.greenme.it/informarsi/ambiente/val-d-agri-rifiuti-tossici-illegali/

[17] Area naturale protetta dal 5 giugno 1995.

[18] https://www.ilsussidiario.net/news/il-caso-ritardi-e-turismo-mettono-a-rischio-la-maddalena/1914967/

[19] Parco Nazionale dell'Arcipelago della Maddalena.

1.3 La necessità di una cultura sostenibile

Sebbene le città e le regioni non vogliano rinunciare a questa forma di guadagno, è importante fare appello ad una cultura più sostenibile in cui sia maggiore la responsabilità dei visitatori e dei residenti, l'attenzione delle istituzioni verso un coordinamento dei flussi turistici e questioni di tipo ambientale e sociale.

La sostenibilità come sfida verso il cambiamento è diventata ancor più necessaria anche in vista della crescente globalizzazione e del commercio mondiale: fattori di sviluppo economico che stanno compromettendo le garanzie di protezione ambientale.

Oggi il crescente interesse verso forme di sviluppo sostenibile nasce proprio da una più matura consapevolezza da parte dell'uomo, delle imprese e delle associazioni legate alla protezione ambientale[20]. Da qui infatti l'adozione di iniziative finalizzate ad accrescere la sostenibilità ambientale delle destinazioni grazie a norme e codici di condotta[21], certificazioni ambientali[22] a livello nazionale ed internazionale.

Anche le agenzie del turismo hanno riconosciuto l'importanza del concetto di sostenibilità e tradotto in normative di tipo ecologico, focalizzandosi sull'impatto del turismo sull'ambiente e realizzando linee guida su questioni come la gestione dei rifiuti o lo sfruttamento idrico ed energetico.

Nonostante l'enfasi attuale sugli effetti dei cambiamenti ambientali, l'attenzione critica del binomio crescita-ambiente, esisteva già a partire dagli anni Sessanta (Alfonso Pecoraro Scanio, 2016) con forte consapevolezza

[20] Legambiente, Amici della Terra, Città del Bio, ENPA, WWF, Lipu, Mare Vivo etc.

[21] Codici di condotta, pratiche ambientali non certificate, riconoscimenti e buone pratiche, marchi e riconoscimenti di accreditamento ambientale garantiti da soggetti indipendenti in funzione della capacità delle destinazioni turistiche di adeguarsi a criteri prefissati e obbligatori.

[22] Iso 14001, Emas, Ecolabel, Blue Flag International (internazionale); Cigno verde, Legambiente, Quality, Bandiera Arancione, I Borghi più belli d'Italia (nazionale).

riguardo problemi ambientali (Carson, 1962) e pericolo di sovrappopolazione (Ehrlich, 1968).

L'attenzione verso una cultura sostenibile si è sviluppata dalla necessità di tutelare le risorse ambientali al fine di garantire un futuro migliore alla terra e all'uomo.

È stato a partire dal *Rapporto Brundtland*[23] nel 1987 che la sostenibilità è diventato tema centrale nell'ambito del turismo e delle politiche di sviluppo turistico, definendo sostenibile "lo sviluppo che soddisfa i bisogni delle generazioni presenti senza mettere a rischio quello delle generazioni future" (UNWTO).

Successivamente a questo incontro, sono seguiti quello di *Rio de Janeiro* nel 1992 dal quale è nata la rinomata e attuale Agenda 21, un programma volto a combattere le emergenze climatico-ambientali e socio-economiche che si stanno verificando.

Il programma, inoltre, rende chiara l'idea secondo cui il commercio e l'imprenditoria devono fungere da difesa per le risorse naturali e per l'ambiente. In particolare le imprese devono farsi carico di una produzione e di una gestione più pulita e responsabile (*Global Compact Network*).

Dall'incontro nasce, inoltre, l'ambizione di "pensare globalmente, agire localmente", motto oggi di Legambiente Turismo[24] che spinge a collegare "la questione ambientale con le necessità e le aspirazioni dei cittadini in carne e ossa e con i problemi specifici della società italiana" (Wikipedia).

[23] Rapporto che introduce la fondamentale teoria dello sviluppo sostenibile.

[24] Associazione senza fini di lucro, fatta di cittadini e cittadine che hanno a cuore la tutela dell'ambiente in tutte le sue forme, la qualità della vita, una società più equa, giusta e solidale.

1.4 L'azione dell'ONU: il *Global Compact* e i *Goals* dell'Agenda 2030

Fin ora le iniziative di tutela del territorio sono state molteplici ma negli ultimi anni la sostenibilità ha adottato un linguaggio piuttosto nuovo, facendo importanti progressi. Organizzazioni nazionali ed internazionali hanno evidenziato l'importanza di uno sviluppo sostenibile nel contesto sociale economico ed ambientale.

Dalla volontà di favorire un'economia globale sostenibile, nel 1999 presso il *World Economic Forum di Davos*[25], Kofi Annan[26] ha sottoscritto un patto con le Nazioni Unite: il *Global Compact.* Le 18.000 aziende che hanno aderito si impegnano ad adottare politiche sostenibili e nel rispetto della responsabilità sociale d'impresa, seguendo i principi racchiusi nelle rispettive aree dei diritti umani, lavoro, ambiente e lotta alla corruzione.

L'iniziativa si è estesa successivamente anche in Italia nel 2013, con il nome di *Fondazione Global Compact Network Italia* (GCNI).

I principi del *Global Compact* con interesse all'ambiente sono: richiedere alle imprese prudenza circa le sfide ambientali[27], intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale[28], incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente.[29]

Il GCNI supporta i 17 obiettivi, S*ustainable Development Goals* (SDGs), emanati nel 2015 dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite con l'Agenda 2030. All'interno di questo nuovo programma sono stati presentati gli impegni presi a favore dello sviluppo sostenibile durante la Conferenza

[25] Organizzazione senza scopo di lucro che ogni anno si riunisce per discutere delle questioni più urgenti che il mondo si trova ad affrontare, anche in materia di salute e ambiente.
[26] Settimo segretario generale delle Nazioni Unite.
[27] https://www.globalcompactnetwork.org/it/il-global-compact-ita/i-dieci-principi/cosa-sono-i-dieci-principi/112-principio-vii.html
[28] https://www.globalcompactnetwork.org/it/il-global-compact-ita/i-dieci-principi/cosa-sono-i-dieci-principi/112-principio-vii.html
[29] https://www.globalcompactnetwork.org/it/il-global-compact-ita/i-dieci-principi/cosa-sono-i-dieci-principi/114-principio-ix.html

ONU RIO + 20[30] e il processo di rinnovamento degli Obiettivi di Sviluppo del Millennio[31], attuati tra il 2000 e il 2015.

L'Agenda ha inoltre come obiettivo quello di ridurre al minimo la povertà nel mondo e metterlo in sicurezza grazie ad un percorso di tipo sostenibile.

I *goals* dell'Agenda 2030 riguardano 5 ambiti:

- Persone: mettere fine alla povertà e alla fame sviluppando un ambiente sano, dignitoso e in cui regni l'uguaglianza;
- Pianeta: proteggere le risorse naturali ed il clima attraverso un consumo ed una produzione sostenibile che possa aiutare le generazioni presenti e future;
- Prosperità: garantire agli esseri umani una vita sana attraverso un progresso economico, sociale e tecnologico che sia in armonia con la natura;
- Pace: garantire la pace nel mondo e abolire l'esistenza di paura e violenza;
- Condivisione: sviluppare uno spirito di solidarietà attraverso la partecipazione di tutti gli Stati, *stakeholder* e persone.[32]

Pur essendo obiettivi rivolti a diverse categorie, si tratta di una svolta per uno sviluppo rispettoso del pianeta, dell'ambiente e dell'uomo capace di riproporre a livello nazionale lo sviluppo sostenibile, nell'ambito di quattro principi guida: integrazione, universalità, inclusione e trasformazione.

I 17 obiettivi SDGs, necessari per trasformare il nostro mondo, nel dettaglio mirano a: n1 (Povertà zero); n2 (Fame zero); n3 (Salute e benessere); n4 (Istruzione di qualità); n5 (Uguaglianza di genere); n6 (Acqua pulita e

[30] Conferenza organizzata nel 2012 dall' UNCED (United Nation Conference on Environment and Development), in Brasile. È il completamento di una serie di conferenze con obiettivo la Terra e lo Sviluppo Sostenibile.

[31] Obiettivi che tutti i 163 stati membri dell'ONU si sono impegnati a raggiungere per il 2015.

[32]https://www.globalcompactnetwork.org/it/

igiene); n7 (Energia pulita e accessibile); n8 (Lavoro dignitoso e crescita economica); n9 (Industria, innovazione e infrastrutture); n10 (Ridurre le disuguaglianze); n11 (Città e comunità sostenibili); n12 (Consumo e produzione responsabili); n13 (Agire per il clima); n14 (La vita sott'acqua); n15 (La vita sulla terra); n16 (Pace, giustizia e istituzioni forti); n17 (Partnership per gli obiettivi). (Dipartimento per la pubblica informazione, Nazioni Unite)

Figura 3: Trasformare il nostro mondo: Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile

Fonte: United Nation DPI

Ciascun obiettivo può essere raggiunto solo tenendo conto dei tre pilastri della sostenibilità: sociale, ambientale ed economico. È solo dalla loro intersezione che si potrà coincidere idealmente verso uno sviluppo di tipo sostenibile.

1.4.1 La situazione italiana rispetto agli obiettivi di sviluppo sostenibile

Secondo il rapporto ASvis[33] 2018, in Italia e in gran parte dell'Europa, non esiste ancora una continuità culturale e di scelte strategiche necessaria per raggiungere pienamente i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile, entro il 2030.
I risultati sono meritevoli sul piano degli investimenti nelle energie rinnovabili e nella lotta per abolire l'uso della plastica ma, un quarto della popolazione, è a rischio di povertà ed esclusione sociale. Persistono tuttavia disuguaglianza, disoccupazione e sottoccupazione rendendo lo sviluppo dei

[33] Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile nata il 3 febbraio del 2016.

SDGs ancora troppo lento.

L'Italia, in seguito all'interesse di soggetti economici e sociali, ai programmi di carattere educativo nelle scuole e al numero di iniziative su temi emanati dall'Agenda 2030, reagisce con un crescente interesse circa lo sviluppo sostenibile.

I risultati sono visibili negli SDGs legati all'alimentazione e all'agricoltura sostenibile, salute, educazione, uguaglianze di genere, innovazione, modelli sostenibili di produzione e di consumo, lotta al cambiamento climatico, cooperazione internazionale. Resta critica per obiettivi che riguardano la povertà, la condizione economica e occupazionale, le disuguaglianze, le condizioni delle città e dell'ecosistema terrestre. È intatta invece, in questioni legate all'acqua e alle strutture igienico-sanitarie, sistema energetico, condizione dei mari e qualità della *governance*, pace, giustizia e istituzioni.

Il rapporto ha inoltre analizzato l'evoluzione delle regioni italiane rispetto agli obiettivi, grazie all'utilizzo di indicatori [34] che sintetizzano l'andamento delle regioni rispetto all'Italia, utile per osservare concretamente l'impatto degli SDGs e la "localizzazione" dell'Agenda 2030. *Italian SDGs City Index*[35] conferma che, su un valore pari a 100% per il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità definiti dall'Agenda, le diverse città italiane hanno mediamente raggiunto un punteggio pari a 53%. Persiste, dunque, una situazione instabile con differenze territoriali; nessuna città italiana è riuscita a raggiungere l'80% della sostenibilità complessiva.

Prendendo in considerazione la Campania, per poi passare al caso specifico della Costiera Amalfitana che, come si vedrà successivamente, ha adottato

[34] Pagina 108 e 109, del report ASviS 2018.

[35] Strumento di policy e di sensibilizzazione sui temi legati alla sostenibilità. L'indice rende possibile il confronto tra il Paese Italia e la sfera locale alla luce dell'eterogeneità economica, sociale, geografica e demografica di un territorio.

nel suo progetto gli SGDs, la situazione segna semaforo rosso/giallo delineando una situazione di incertezza.

Dati interessanti in Campania riguardano il Goal 7 (energia pulita e accessibile) che dimostra un aumento dei consumi di energia elettrica coperta da fonti rinnovabili; il Goal 12 (consumo e produzione responsabili) registra invece una crescita della raccolta differenziata nei comuni e una diminuzione della produzione dei rifiuti urbani.[36]

[36] Rapporto ASviS 2018.

Capitolo 2. La Costiera Amalfitana

2.1 Turismo e territorio in Costiera Amalfitana tra storia e ricchezza

La Costiera Amalfitana è stata dichiarata nel 1997 "Patrimonio dell'Umanità", ed è uno dei 55 siti italiani inseriti dall'UNESCO nella *World Heritage List*, nella categoria *"Cultural Landscape"* in quanto "mirabile esempio di paesaggio mediterraneo, di eccezionale valore scenico naturale e culturale, risultato della sua spettacolare orografia e dell'evoluzione storica" (criteri ii, iv e v; UNESCO).

Figura 4: La Costiera Amalfitana

Fonte: UNESCO

È un territorio conosciuto dall'epoca dei romani, arricchitosi per la presenza di poeti, pittori, musicisti e drammaturghi durante il periodo del *Grand Tour*, tra '700 ed '800 (Giuseppe Gargano).

Dal secondo dopoguerra la domanda turistica in Costiera è aumentata così come la nascita di strutture di accoglienza[37], grazie all'incentivarsi del

[37] Dal 1966 al 2016 in Costiera le strutture ricettive sono aumentate passando da 77 a 135 – dati di Domenico Ruocco forniti dall'Ente Provinciale del Turismo di Napoli.

turismo di massa, al miglioramento e alla costruzione di nuove strade e mezzi di trasporto.

La Costiera abbraccia oggi 13 comuni e 35 mila abitanti e accoglie ogni anno circa 2,5 milioni di ospiti a livello internazionale vantando di un *brand* territoriale più conosciuto a livello globale rispetto ad altri territori del mezzogiorno (Unicredit; Touring Club). Nei mesi da gennaio a dicembre 2018, sono state registrate rispettivamente 353.004 presenze a Positano, 304.442 ad Amalfi, 236.308 a Praiano, 235.135 a Maiori, 178.314 a Ravello, 98.612 a Vietri sul Mare, 93.237 a Minori, 38.022 a Furore, 35.084 a Conca de Marini, 24.707 ad Atrani, 20.667 a Cetara, 14.854 a Scala, 10.010 a Tramonti (EPT,2018).

La Costiera si presenta dunque come territorio rilevante per l'area salernitana poiché è lei ad accogliere il 72,1% degli itinerari turistici, con una spesa che raggiunge i 298 milioni e 956 mila euro l'anno (Confescenti, 2017).

Tutti i comuni fanno parte di un territorio di 60 km di costa, troppo poco rispetto all'andamento turistico. Di fatti, principalmente nei periodi da aprile ad ottobre, l'equilibrio dei residenti è compromesso seriamente dall'aumento esponenziale delle presenze e comporta un'inappropriata fruizione degli spazi, delle infrastrutture e dei luoghi storici.

Sebbene la crescita del settore turistico abbia conseguenze positive in termine di occupazione e sviluppo economico, il destino del territorio rischia di dileguarsi sotto un'opprimente pressione turistica con problemi di traffico veicolare, spreco energetico, elevata produzione delle risorse idriche e di rifiuti.

Il boom turistico in Costiera rileva un'accelerazione incontrollata con effetti paesaggistici, sociali e promozionali che stanno incrementando sempre di più la potenzialità del territorio e degli imprenditori locali ma mettendo a rischio il settore agricolo e artigianale (Romeo Adinolfi, 1988). Gran parte

dei contadini dediti alla coltivazione del limone e del vino, sono stati costretti ad abbandonare i loro terreni per mancanza di manodopera o perché hanno intravisto nel settore turistico un fattore di crescita con meno fatica e più guadagno.

Questo rischia di condurre il territorio ad una progressiva perdita di tradizioni e ricchezze[38], nonché ad un degrado del territorio con un conseguente rischio idrogeologico[39] (Il fatto quotidiano, 2019).

Il cambiamento climatico, l'abbandono dei terreni agricoli, l'urbanizzazione, l'abusivismo edilizio unito ai numerosi incendi estivi e all'insufficienza degli interventi di prevenzione, sono fattori che aumentano sempre di più il pericolo idrogeologico (Giuseppe Coppola, Comunità montana 2017).

In Costiera Amalfitana, la situazione relativa al dissesto idrogeologico è molto elevata. Ci sono zone R3 e R4[40] e un indice di pericolosità frane pari all'88% nel comune di Amalfi, seguito da Maiori, Minori, Ravello e Atrani (Sabatino Ciarcia, Ordine dei Geologi della Campania, 2016).

Inoltre, il passaggio dalla terra all'albergo[41] ha reso il territorio fragilissimo che pioggia dopo pioggia rischia di collassare.

In ambito ambientale, come in quello della salute e della sicurezza, la prevenzione è la strada privilegiata da percorrere. Come dice Greta Thunberg, una giovane sedicenne nel suo movimento *School Strike for Climate* è necessario sensibilizzare la coscienza ambientalista di tutti, insistendo sul poco tempo a disposizione per salvare il nostro Pianeta.

Anche per questi motivi, tra gli obiettivi del neo Distretto risaltano temi di carattere ambientale per proteggere i territori costieri dai pericoli ambientali,

[38] Limone Sfusato amalfitano IGP e Vino Costa d'Amalfi DOC.
[39] Il 91% dei comuni italiani è a rischio idrogeologico. (ISPRA, 2018).
[40] Indicazioni per la determinazione del rischio idrogeologico: nelle classi di rischio, R3 e R4 corrispondono a rischio elevato e rischio molto elevato.
[41] Negli ultimi anni in Costiera i posti letto sono aumentati del 205% (ISTAT).

dal problema dei rifiuti e dall'inquinamento imboccando una strada sostenibile che garantisca compatibilità economica, sociale ed ambientale.[42]
La Costiera risponde re-agendo in senso globale e agendo in senso locale, grazie alla Rete, per fare della sostenibilità un'opportunità per il turismo e per recuperare l'equilibrio di questo territorio tanto bello quanto delicato.
Ma, l'adozione di un approccio sostenibile in Costa d'Amalfi necessita anche di un cambiamento culturale, utile per il raggiungimento di una visione condivisa tra attori territoriali di turismo e di sviluppo locale.
Questo è possibile solo se vi sono azioni da parte degli *stakeholder* caratterizzati da imprese, cittadini, turisti etc. e da soggetti politici che stimolano tale cambiamento per il raggiungimento di risultati tangibili (Simone Splendiani).

2.2 Una nuova sfida per la Costa d'Amalfi: il Distretto Turistico

Al fronte di nuove prospettive per il territorio della Costiera Amalfitana, è stato significativo il ruolo del Distretto Turistico Costa d'Amalfi, istituito il 17 gennaio 2014 con decreto MiBACT[43], comprendente tutti i comuni costieri di Positano, Praiano, Furore, Ravello, Minori, Maiori, Scala, Tramonti, Conca de Marini, Cetara, Atrani, Amalfi e Vietri sul Mare.
Insieme al Distretto collabora come braccio operativo la Rete Sviluppo Turistico Costa d'Amalfi, la prima rete del sud Italia.
Quest'ultima, vuole rafforzare le imprese turistiche e far si che esse entrino a far parte di distretti turistici e reti d'impresa con l'obiettivo di rilanciare il turismo in Costiera.
La Rete e il Distretto conciliano nell'idea di collaborazione tra imprese private e pubbliche, piccole e medie imprese, associazioni e tutti i soggetti

[42] Distretto Turistico Costa d'Amalfi.
[43] Ministero per i beni e le attività culturali.

che operano nel comparto turistico, per rispondere adeguatamente alle crescenti esigenze della domanda, sostenere la cooperazione tra le imprese, migliorare l'organizzazione dei servizi, promuovere nuovi modelli di sviluppo che pubblicizzino e valorizzino il territorio.

In un mondo bisognoso di azioni concrete ed efficaci, l'azione del Distretto Turistico e della Rete stanno rappresentando uno slancio importante per lo sviluppo intelligente dell'offerta turistica in Costiera. La *mission* è presentare la Costa d'Amalfi come territorio "salutare" ed "eco sostenibile" con iniziative di tipo promozionale e commerciale innovative.

La Rete abbraccia oggi circa 60 imprese che insieme agiscono per promuovere il nuovo marchio *Authentic Amalfi Coast*, grazie ad un investimento concesso da Invitalia[44] di 28,5 milioni di euro.

Di questi, 26,4 milioni sono destinati ad ampliare il portafoglio di prodotti e servizi, accrescere la competitività e destagionalizzare i flussi turistici mentre i restanti 2,1 milioni saranno investiti in un progetto di innovazione per l'intero territorio (Distretto Turistico Costa d'Amalfi).

2.3 I turisti, la Costiera e il turismo sostenibile

A partire da giugno 2019 è stata effettuata una ricerca su un campione di turisti italiani e stranieri. Prima di passare all'analisi del progetto, lo scopo del questionario è stato: analizzare quanto le persone sappiano di turismo sostenibile, quanto effettivamente ne siano coinvolte al momento della pianificazione di un viaggio e avere una valutazione circa le risorse/servizi offerti dalla Costiera Amalfitana.

[44] Invitalia è l'Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa, di proprietà del Ministero dell'Economia.

2.3.1 Metodologia

I dati sono stati raccolti in forma anonima nel rispetto della *privacy*, chiedendo inizialmente domande relative alle proprietà sociografiche di base (genere, età, provenienza).

La ricerca, ha seguito una metodologia qualitativa, in quanto più che misurare dati ha voluto indagare e descrivere quanto su citato.

L'indagine, effettuata mediante intervista computerizzata (elettronica), è stata strutturata con domande a risposta chiusa offrendo la possibilità di scegliere tra più delle risposte prefissate. La metodologia è stata scelta per poter proporre l'indagine ad un campione di modeste dimensioni, avendo come vantaggio la facilità di codifica e una maggiore economicità. Per ovviare ad alcuni degli svantaggi relativi alle domande chiuse, nel questionario sono state utilizzate anche domande semi aperte con modalità di riposta come "altro". Per la misurazione di opinioni e atteggiamenti è stata, invece, utilizzata la Scala di Likert.[45]

L'indagine è stata rivolta a strutture alberghiere ed extralberghiere di Amalfi e Praiano (Hotel Residence, Hotel Aurora, Casa vacanze Casamare, *B&B* Via Paradiso e Hotel Margherita) e APT di Amalfi e Praiano. Complessivamente ha risposto al questionario un campione di 38 persone di cui 18 uomini e 20 donne di età compresa tra i 21 e i 70.

2.3.2 Risultati

Dai risultati è emerso che la maggior parte degli intervistati ha visitato la Costiera per la sua bellezza paesaggistica, preferendo il pernottamento in case vacanze (25,7%) e *B&B* (29%) rispetto agli alberghi (5,7%) con una permanenza media di 7 giorni. Da questi dati emerge l'idea che le persone

[45] La tecnica fu ideata nel 1932 dallo psicologo americano Rensis Likert. La scala di Likert rientra tra le categorie di scale più semplici ed intuitive.

preferiscano ad oggi strutture più piccole, gestite dalla gente del luogo, in modo da restare in contatto con la cultura della destinazione prescelta ed essere protagonisti di relazioni sociali.

Si evince inoltre che la qualità delle risorse e dei servizi offerti dalla Costiera, ricade nella tutela del patrimonio, sul rapporto qualità prezzo, seguito dall'informazione turistica, ospitalità e cordialità della popolazione.

Riguardo alla questione viabilità e alle problematiche legate al traffico, il 63,2% non ha trovato per niente difficoltoso raggiungere la Costiera, nonostante le difficoltà riportate da molti giornali della zona[46].

La difficoltà per i turisti sembra riproporsi, al contrario, nella scelta di un alloggio accessibile (38%), nell'avere accesso libero ad attrazioni turistiche (32,43%), e nell'uso del trasporto pubblico (30%), seguito dall'uso degli autobus per lunghe distanze (27%).

Entrando nel merito del tema sostenibilità, alla domanda "Hai mai sentito parlare di turismo sostenibile?", il 67,6 % risponde di si, il 19% di non sapere di cosa si tratti e il restante 13,2% di non averne mai sentito parlare.

Analizzando invece il livello di conoscenza e pratica del turismo sostenibile, è emerso che il 94% ritiene che il tema sostenibilità sia importante e il restante che si tratti di una questione risolvibile da altri. Dato preoccupante, seppur il modesto numero di persone coinvolte.

Il 60% crede che per lo sviluppo economico di un territorio, la sostenibilità sia un'opportunità di crescita mentre il 14% una necessità. Risposte entrambe corrette ma che delineando due modalità di turista: ottimista e realista. È ottimista colui che ritiene la sostenibilità un'opportunità mentre è realista colui che ripone nella sostenibilità la necessità di dover prestare maggiore attenzione ai mutamenti ambientali (Alfonso Pecoraro Scanio).

[46] Positano news; il Vescovado; Amalfi notizie.

In quanto al comportamento del turista nel momento in cui pianifica il viaggio, il 50% ritiene importante il rispetto dell'ambiente e dei servizi legati ai principi della sostenibilità; per il 56% è abbastanza importante invece ricercare informazioni riguardo criteri di gestione sostenibile della struttura, dimostrandosi inoltre disposti a pagare di più in cambio di un prodotto turistico di qualità e rispettoso dell'ambiente.

2.3.3 Considerazioni

La ricerca ha evidenziato una conoscenza piuttosto positiva del concetto di sostenibilità e una particolare attenzione dei turisti al momento della pianificazione di un viaggio.

Nonostante i problemi di traffico e di congestione che vive la Costiera Amalfitana, dalle risposte emerge che per 21 dei 38 turisti che hanno partecipato al questionario, la Costiera garantisce un ambiente sano. Questo dato è sostenuto ulteriormente prendendo in considerazione che ben il 70% di essi ha già visitato questo territorio.

In merito alla sensibilizzazione e alle sfide che, secondo i turisti, la Costiera debba cogliere, ci sono risposte legate principalmente al miglioramento della viabilità, incentivazione dell'utilizzo delle vie del mare e del trasporto pubblico rispetto a quello privato per decongestionare il traffico urbano. Attualmente, soprattutto nel periodo estivo, la situazione traffico non è ben gestita, generando sempre più caos.

In più, i turisti puntano sul monitoraggio dei flussi turistici per la riduzione dell'impatto ambientale, sulla valorizzazione di territorio e tradizione, della risorsa del mare e del pescato locale. Questo fa comprendere quanto, nell'immaginario collettivo, sia radicata l'importanza anche verso l'identità e la tradizione di un territorio.

Come già affermato nel paragrafo 2.1, in Costiera vive ancora la tradizione, il pescato, l'artigianato e l'agricoltura ma non più come attività primaria a sostegno di molte famiglie, in quanto non più sufficienti come unica fonte di reddito. Sono state quindi potenziate con altre attività nel settore turistico, come ad esempio l'Azienda agricola di Aceto e i fratelli Pansa, i due più grandi limonicoltori di Amalfi.

Tutte le risposte degli intervistati rispettano pianamente gli obiettivi principali a cui il Distretto Turistico Costa d'Amalfi sta puntando con il suo progetto *Authenitc Amalfi Coast.*

Capitolo 3. Il progetto *Authentic Amalfi Coast*

3.1 Temi, obiettivi e tempi del progetto

Quest'anno la Costiera ha aderito ad una nuova sfida per il futuro, adottando e trasmettendo i principi proposti dall'Agenda 2030 citati nel paragrafo 1.4, in particolare i tre obiettivi legati al turismo (9,12,14).

L'iniziativa *Authentic Amalfi Coast*, basata su una logica d'azione sostenibile, spinge il Distretto Turistico Costa d'Amalfi e la Rete Sviluppo Costa d'Amalfi a farsi carico di progetti a sostegno di uno sviluppo responsabile, consapevole e sostenibile dell'economia turistica in Costa d'Amalfi.

Figura 5: logo *Authentic Amalfi Coast*

Fonte: Distretto Turistico

Le motivazioni che sono alla base del progetto, finanziato da Invitalia nel febbraio 2019, non riguardano la situazione turistica in Costiera, in quanto non si riscontrano problemi dal punto di vista della domanda. Esso si propone bensì di affrontare, entro il 2021, importanti fasi tematiche con specifiche attività:

1) Valorizzazione integrata (*goal* 9)[47]: poiché nel settore turistico costiero esistono piccole e medie imprese con pacchetti complementari (es: pernottamento, ristorazione, trasporto etc.), la Rete ha introdotto il concetto di *coopetition*[48] inteso come approccio al mercato in cui diversi soggetti

[47] Obiettivo 9: Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile.

[48] Strategia di business che coniuga le caratteristiche di competizione e cooperazione.

indipendenti stabiliscono su quali attività cooperare sinergicamente e su quali autonomamente, facendo si che la competizione resti comunque nell'interesse di tutti.

Seguendo quest'obiettivo, compito degli organi di governo del territorio sarà quello di dirigere strategie di sviluppo che integrino ambiente, società ed efficienza economica (Calabrò, 2009; Inskeep, 1991).

2) Innovazione (*goal* 9): l'obiettivo è integrare tecnologia e metodi innovativi in tutta la Costiera, dalle imprese turistiche ai cittadini.

Come *deliverable*, esiste già un portale online (iamalficoast.it) e nascerà, successivamente, un'applicazione *mobile* dedicata ai viaggiatori che intendono recarsi in Costiera, un sistema chiamato *sentimentanalysis*[49] e un *Wi-Fi* gratuito per la navigazione.

3) Sostenibilità ambientale (*goal* 12)[50]: i suoi obiettivi sono legati allo sviluppo di un sistema di trasporto ecologico, ad una corretta gestione dei rifiuti attraverso protocolli di intesa con associazioni e gruppi formali per ridurre i consumi, l'inquinamento, incrementare il riciclo e permettere efficienza energetica.

Adottare un approccio sostenibile al turismo in Costiera significa allinearsi ad una strategia in grado di rispondere adeguatamente ai principi e ai valori che emergono dalla dottrina del turismo sostenibile, con politiche efficaci che hanno come fine il raggiungimento dell'archetipo di destinazione sostenibile.[51]

[49]L'analisi del sentiment o sentiment analysis (nota anche come *opinion mining*) è un campo dell'elaborazione del linguaggio naturale che si occupa di costruire sistemi per l'identificazione ed estrazione di opinioni dal testo. Si basa sui principali metodi di linguistica computazionale e di analisi testuale (Wikipedia).

[50] Obiettivo 12: Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.

[51] Una destinazione è sostenibile quando i flussi turistici non compromettono la sostenibilità, ma il fenomeno turistico apporta benefici al territorio in termini di benessere economico e sociale migliorando addirittura l'ambiente (T. Pencarelli e S. Splendiani).

In tal senso, per le imprese turistiche aderenti alla Rete, saranno adottate politiche finalizzate ad accrescere la cultura imprenditoriale degli operatori per una maggiore consapevolezza sulla responsabilità sociale ed ambientale. Il turista sarà soggetto da stimolare, per diffondere la nuova *vision* sostenibile del sistema di offerta turistica in Costiera. Di fatti, il progetto tende anche ad un cambiamento di tipo culturale della popolazione residente e dell'intera filiera turistica, oltre che ad un recupero dell'equilibrio ambientale del territorio.

Tutti gli investimenti in innovazione e ristrutturazione del progetto puntano, inoltre, alla destagionalizzazione e delocalizzazione dei flussi turistici attraverso azioni di marketing, promuovendo centri di benessere, eventi locali ed eventi in cucina, per ampliare e diversificare l'offerta turistica attuale.

3.2 Il programma turistico sostenibile del Distretto Turistico

La sostenibilità ambientale vuole essere per la Costiera un fattore competitivo importante e, il livello di sostenibilità, parte integrante della qualità della località.

Considerando il modello di sviluppo e i consumi imposti dal nostro stile di vita, è facile rendersi conto di come questi fattori generino ricadute negative a livello ambientale. L'Italia, per fare un esempio, è il maggior produttore di beni di consumo in plastica (2,2 MT di rifiuti di imballaggio plastici) e il secondo più grande produttore di rifiuti dell'area mediterranea: circa 4MT di rifiuti l'anno, di cui l'80 proveniente dal settore del *packaging* (WWF, 2019).

Secondo i dati Istat, il turismo in Italia contribuisce all'aumento della produzione dei rifiuti (+30%), soprattutto nel periodo estivo in quanto i turisti aumentano di circa 1/3 la popolazione locale. Nei luoghi costieri,

invece, i turisti quadruplicano rispetto alla popolazione locale, producendo circa 17.000 tonnellate di rifiuti in più (World Bank, 2018; ISTAT).

Visti i dati, l'industria turistica deve fungere da forte stimolo per incentivare azioni volte ad una riduzione dell'inquinamento da rifiuti e da plastica. Come ha fatto MSC Crociere insieme a COREPLA[52] e Legambiente con RICICLA ESTATE, che dal 4 agosto 2019, vede attivi 90 luoghi costieri in Campania e Liguria, con giochi educativi e iniziative formative, per una corretta raccolta differenziata tra residenti e turisti (Legambiente, 2019).

Anche il Ministero ha dato il buon esempio in questo campo, diventando dal 4 ottobre 2018 *plastic free* e indirizzando le persone a liberarsi dalla plastica. "Ognuno di noi deve dare qualcosa a questo Paese. Le istituzioni devono dare il buon esempio, ma chiedo a ognuno di voi di fare la propria parte" (Sergio Costa, 2019).

L'attuale situazione dei rifiuti, in particolare della plastica, è molto complessa e l'iter attuativo promosso dalla legislazione europea resta ancora variabile in quanto il tutto dipende soprattutto dalla volontà dei decisori locali.

Per una riduzione sensibile della plastica la Costiera Amalfitana, attraverso il progetto *Authenitic Amalfi Coast*, ha deciso di dar inizio ad una svolta *green* e un turismo più sostenibile, collaborando in un'ottica di insieme con imprese turistiche, comunità, enti e turisti. In questo senso, contenitori in *tritan*[53], plastica non tossica lavabile sterilizzabile e ideale al riuso, sono adoperati già in diversi alberghi e scuole.

Il Distretto ha scelto di collaborare con le scuole (primarie e secondarie) della Costiera, per diffondere e trasmettere il valore della sostenibilità anche alle nuove generazioni affinché si possa allinearli già da adesso, alle richieste di

[52] Consorzio Nazionale per la raccolta, il riciclo e il recupero degli imballaggi in plastica.
[53] Tipo di plastica non contenente *bisfenolo-A*, risulando quindi non nocivo per la salute.

una società che accetta la sfida al cambiamento (Andrea Ferraioli, Distretto Turistico Costa d'Amalfi).

La collaborazione con le scuole e la rispettiva consegna delle 5.000 borracce in *tritan*, è iniziata il 7 ottobre 2019, partendo dall'Istituto Comprensivo "Rossellini" di Maiori per poi proseguire con tutte le altre scuole del comprensorio.

Figura 6: Consegna borracce in *tritan* – Istituto Rossellini Maiori (SA)

Fonte: Alessia Sommariva

La ricaduta sull'ambiente sarà importante: in un anno si prevede una riduzione di almeno 600.000 bottigliette di plastica usa e getta, 90.000 metri di plastica in meno da smaltire e un calo di oltre 480.000 kg di CO2. (Distretto Turistico Costa d'Amalfi).

Nelle strutture alberghiere ed extralberghiere aderenti alla Rete, invece, per ovviare allo spreco di detergenti e all'eccesiva produzione di bottigliette di sapone, il Distretto eliminerà il kit di cortesia e installerà dispenser a parete, *Made in Italy* e certificati *Ecolabel*[54], per garantire il 40% di plastica in meno e la relativa riduzione di CO2 nell'ambiente.

[54] Ecolabel UE è il marchio di qualità ecologica dell'Unione Europea che contraddistingue prodotti e servizi caratterizzati da un ridotto impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita.

Tutte queste azioni vogliono essere da modello per l'intera industria dell'accoglienza che non può più ormai evitare di seguire buone pratiche per l'ambiente.

La Rete guarderà anche al risparmio energetico, investendo in soluzioni di efficienza energetica: installando nelle strutture ricettive sistemi di spegnimento automatico, riscaldamento dell'acqua e degli ambienti a temperature non eccessivamente alte, fonti energetiche rinnovabili e monitoraggio dei consumi energetici. Purtroppo non è possibile effettuare interventi con pannelli fotovoltaici in quanto i vincoli paesaggistici non lo permettono.

In merito al punto 2 (Innovazione) citato nel paragrafo 3.1, a sostegno delle iniziative legate ad un'efficiente e corretta raccolta differenziata, i Comuni costieri hanno adottato l'*App Junker* (leader in Italia e disponibile in 10 lingue). Si tratta di un sistema intelligente e innovativo che riconosce i rifiuti dal codice a barre e indica all'utente come, quando e dove smaltirli adeguatamente (Noemi De Santis, responsabile comunicazione Giunko).

La Rete opterà, inoltre, per la scelta di fornitori che seguano criteri ecologici vista la crescente sensibilità verso tipologie di prodotto e processi produttivi *ecologically correct*. Saranno favoriti "acquisti verdi" con prodotti con certificazioni di eco sostenibilità, imballaggi ridotti al minimo, riutilizzati o riciclabili. Sarà previsto l'uso di prodotti e servizi locali a km 0 che valorizzino l'economia locale e comportino minori costi di trasporto.

In quanto alla mobilità, sia per i turisti che per i cittadini, il Distretto ha puntato su tecnologie meno inquinanti, attraverso la creazione di una rete elettrica di *car e bike sharing* con 35 colonnine di ricarica, installate a fine ottobre lungo la statale 163 amalfitana.

La scelta di questo tipo di intervento risponderà alla necessità di realizzare un programma integrato volto al miglioramento dell'accessibilità dei centri abitati e ad una maggiore mobilità eco-sostenibile.

Dalle operazioni in mare alle borracce in *tritan*, dalle colonnine per auto elettriche all'*App* per la differenziata, la Rete vuole rispondere al tentativo di recuperare l'equilibrio di questo territorio.

L'obiettivo che si vuole raggiungere attraverso l'educazione e la comunicazione è diffondere nuovi modelli di riferimento sul consumo, stili di vita "eco-compatibili" per stimolare i cittadini ad avere comportamenti più corretti e attenti al proprio benessere, a quello collettivo e a quello delle generazioni future (Ministero dell'ambiente, 2007).

3.3 L'indagine del progetto di rete sulla plastica monouso

Uno dei tanti obiettivi promossi dal progetto di Rete è stato effettuare un'indagine relativa al consumo annuo di materie plastiche delle imprese aderenti, tramite questionari rivolti ai responsabili delle strutture.

Dai risultati è emerso un consumo di PET del 95% per il settore alberghiero, seguito dal 3% per l'extralberghiero e dal 2% per Servizi e Ristorazione. Complessivamente, per le 28 aziende che hanno fornito i dati, c'è un consumo di PET annuo di circa 143.000 unità di bottiglie da mezzo litro.

La Rete, a questo punto, si è chiesta quanta produzione di CO2 derivasse dalla quantità di PET utilizzata ed è risultato un consumo di circa 28,5 tonnellate all'anno calcolando approssimativamente i 20 grammi della bottiglia vuota in PET da mezzo litro. I dati, rielaborati in termini di emissioni di CO2, hanno registrato un risultato pari a 3.200 tonnellate di CO2 all'anno. Valore ottenuto moltiplicando il peso totale delle bottiglie in PET con un coefficiente medio di consumo di carburante per il trasporto su gomma da parte dei fornitori e per il relativo fattore di emissione di gasolio.

In quanto al kit di cortesia monouso, circa il 97% delle aziende intervistate, dichiara di esserne in possesso, a fronte del 3% Extralberghiero.
Infine, attualmente, il 47% degli intervistati dichiara di non usare prodotti in possesso di certificazioni *ecolabel*.
Il 96 % dei retisti si è detto favorevole al cambiamento.

3.4 L'innovazione

Lo sviluppo di internet e delle tecnologie ha rivoluzionato il modo di fare business nel comparto turistico in quanto sempre più utenti ricercano informazioni sul web (*social media*, portali di recensioni etc.) anziché tramite agenzie di viaggio.
In Costiera emerge un uso ancora insufficiente delle tecnologie rispetto alle opportunità nell'organizzazione del business turistico (Distretto Turistico Costa d'Amalfi). La Rete ha voluto così agire su questo driver, incentivando servizi innovativi tra strutture (ricettive e non), turisti e cittadini.
È stato realizzato un portale web, essendo per la Costiera uno strumento d'ingresso a tutte le risorse disponibili e una presa di coscienza e di opinione per le nuove generazioni più attente alla sostenibilità. Ad oggi, un portale web turistico di destinazione, non rappresenta più un semplice strumento informativo ma al contrario un luogo di relazioni tra turisti effettivi e potenziali, turisti e operatori, tra operatori stessi e DMO[55] (Fabiola Sfodera, 2011). Esso permette di migliorare il posizionamento della Rete e del Distretto nel mercato turistico, di coinvolgere tutti gli *stakeholder* della Costiera e di costruire un prodotto turistico integrato e organizzato che garantisca *incoming* sotto il brand #iamalficoast.
In quanto alle organizzazioni turistiche, il Distretto integrerà tecnologie e metodi innovativi promuovendo un nuovo strumento *sentimentanalysis*, utile

[55] Destination Management Organization.

per l'organizzazione di pratiche commerciali nell'offerta dell'impresa; un sistema informatico unificato per la gestione delle strutture ricettive e per semplificare le relazioni interne ed esterne. In più, sarà messo a disposizione in tutte le strutture aderenti, un *hotspot* per garantire al turista continuità alla rete *Wi-Fi* e rispondere ai nuovi bisogni di connessione.

Con questo la Rete vuole abbattere il *Digital Divide*[56], cogliendo le opportunità di crescita e di sviluppo rese disponibili dalle nuove tecnologie (ICT), valorizzando il diritto di accesso a internet e migliorando l'accoglienza in Costiera Amalfitana.

Con l'iniziativa Amalfi Coast link, il turista potrà conoscere la destinazione e accedere alle informazioni in modo coerente e omogeneo componendo l'esperienza direttamente sul web. Tale azione è rivolta all'alfabetizzazione informatica e alle ricerche sulle implicazioni giuridico-sociali del web.

Il progetto Open *WI-Fi* in Costiera ha l'obiettivo di eliminare le differenze tecnologiche in quei territori divisi a metà tra i grandi centri urbanizzati e al passo coi tempi e quelli meno urbanizzati (ma non secondari per importanza e flussi turistici), che restano inevitabilmente indietro rispetto al progresso tecnologico che preclude la possibilità di miglioramento degli standard economici e sociali esistenti.

La Rete, con tale azione, vuole dare la copertura a tutto il territorio costiero e sviluppare azioni che, grazie alla copertura capillare, permettano anche ai residenti di connettersi con più rapidità, di offrire alle scuole aree *WI-FI* libero, mettere a disposizione dei comuni un'infrastruttura per progetti futuri con la gestione del traffico oltre a potenziare e rendere più efficiente la rete attuale (Gianluca della Campa, Project manager del Distretto Costa d'Amalfi).

[56] Pericolo di "isolamento tecnologico" per alcune fasce di popolazione.

Inoltre, per la copertura di tutto il territorio e per mettere in sicurezza le aree marginali e i sentieri, il Distretto ha promosso una nuova mappatura in formato digitale per i Sentieri dei Monti Lattati, la Valle delle Ferriere [57] e il Sentiero dei Limoni di Minori.

L'iniziativa ha permesso di riprogettare, digitalizzare e trasferire in mappa 530 km di sentieri per gli appassionati di escursionismo. Offrendo indicazioni circa: difficoltà, durata, dislivello, elenco dei siti di arrampicata sportiva o di alpinismo, grotte della catena montuosa. Tutto questo rientra nel modo di fare rete.

3.5 *Marine Litter* e *Litter Hunter* in difesa del mare e dell'ambiente

Anche il mare è stato e sarà oggetto di salvaguardia. In collaborazione con l'AMP di Punta Campanella, la *Multiservice* di Positano ed *Alicost* [58] sono state avviate quest'estate attività di sensibilizzazione e di pulizia dei rifiuti dal mare.

Nei periodi estivi, da luglio a settembre, il progetto *Authenic Amalfi Coast* ha effettuato in Costiera importanti attività di bonifica delle acque marine. Le operazioni sono state effettuate con due soluzioni. La prima *Litter Hunter*, un sistema di avanguardia ambientale inventato da una *Start Up* napoletana *"Green Tech Solution".*

Il sistema, dotato di drone aereo S800 di 800 cm, robot marino e centrale operativa, ha individuato plastica e microplastica ad una profondità di 60 cm dalla superficie dell'acqua. Questa nuova tecnologia ha permesso al drone di trasmettere il segnale direttamente al robot marino che a sua volta ha raccolto il materiale e depositato in apposite zone. Infine, i dati sono passati alla

[57] Qui è possibile ammirare la felce gigante *Woodwardia radicans* invididuata per la prima volta da Pier Antonio Micheli nel 1710. Si tratta di una testimonianza rarissima della flora preglaciale che solo nella riserva di Amalfi e nel Vallone Porto di Positano, ha potuto vedere soddisfatte le esigenze di umidità.

[58] Spedizioniere marittimo ad Amalfi.

Ground Station[59] per essere elaborati e definire la strategia di recupero da comunicare alla *Sea Station*[60] **(**Emanuele della Volpe, CEO della Green Tech Solution, 2019).

La seconda iniziativa è stata *Marine Litter* con la sentinella Spazzamare, un catamarano che quotidianamente ha navigato da Positano a Vietri sul Mare e viceversa.

In due momenti differenti e con due sistemi diversi sono state pulite dai rifiuti le spiagge e il mare della Costiera.

L'operazione, iniziata a luglio 2019, è stata condotta con successo a Vietri, Maiori, Cetara, Minori, Praiano, Positano, Atrani e ad Amalfi.

Dai risultati è emerso che il mare in Costiera è pulito rispetto a quanto ci si aspettava. Da luglio a settembre sono stati raccolti 23kg di prodotti in plastica e 45 kg di materiale organico come alghe, posidonia, tronchi e scarti di cibo.[61]

Il problema dei rifiuti dalla *Marine* e *Beach Litter* alla raccolta differenziata ha un grossissimo fattore comune: il cittadino. Motivo per cui si è pensato di coinvolgerlo nel sistema e renderlo consapevole delle scelte, sensibilizzandolo sull'abbandono dei rifiuti sulle spiagge, in mare e lungo le strade.

La Rete, con tutte le azioni promosse, ha interpretato pienamente il concetto di sviluppo territoriale, coinvolgendo un'intera comunità e mettendo in luce temi, ora più che mai fondamentali, come quello di sostenibilità e innovazione.

Con una logica di filiera e un'attenzione all'ambiente, *Autentich Amalfi Coast* vuole impegnarsi entro il 2021, nel garantire un'offerta turistica che

[59] Coordinamento operazioni.
[60] Recupero intrusioni.
[61] Raffaele di Leva, Amministratore della Multiservice di Positano.

coniughi con successo cultura dell'ospitalità e qualità della ricezione con tutela dell'ambiente e valorizzazione del territorio e del patrimonio culturale. Questo cambiamento verso una cultura sostenibile, vuole essere radicale e profondo, messo in pratica con semplici gesti che partano dall'individuo e si diffondono come grandi bolle di ossigeno.

Conclusioni

Spesso si tende a collegare il turismo con tematiche di tipo economico senza considerare gli aspetti culturali, antropologici e sociologici che sono alla base di questo complesso fenomeno.

Se è vero che il turismo sia una grande opportunità economica per il nostro Paese, oggi più che mai, di fronte alla crisi ambientale causata dai cambiamenti climatici e dall'eccessivo consumo di risorse naturali, è necessario affrontare in modo concreto e deciso l'impatto del turismo sull'ambiente.

Il motto, costante della tesi, "Pensare globalmente, agire localmente" vuole proprio invitarci a dare uno sguardo d'insieme al nostro Pianeta, restringere il campo d'interesse fino al nostro Paese per poi giungere a livello locale, analizzando attentamente il valore intrinseco, l'unicità, la bellezza e le debolezze di un territorio, come punto di partenza verso un'azione di tutela e di rispetto.

La chiave è coesistere con il turismo, imparando ad usufruire delle opportunità che ci offre ma anche a gestire gli inevitabili rischi che ne possono derivare. Ciò è possibile costruendo una vera e propria *community* rappresentativa e condivisa tale da mettere a punto priorità, programmare azioni e monitorarle in una logica circolare, soprattutto in quelle località che non riescono a contenere l'elevato numero di turisti.

In vista dei crescenti danni irreversibili sull'ambiente e della crescente convinzione di dover adottare una "*green way of life*", il movimento sostenibile, senza rendercene conto, sta muovendo i primi passi. Dalle grandi organizzazioni al più comune cittadino, generando in un effetto domino una vera e propria rivoluzione culturale, professionale e tecnologica.

La necessità di essere *eco-friendly*, si sta convertendo in un'azione capillare di protezione ambientale, risparmio nei consumi e *sharing economy*, basata principalmente sullo spirito di collaborazione tra enti e associazioni.
La sensibilità verso uno stile di vita sostenibile è da indirizzare soprattutto alle nuove generazioni, la società che ha in mano un futuro incerto e rischioso. "Siamo già all'inizio di un'estinzione di massa" recita Greta Thunberg, attivista 16enne che, con il suo spirito giovane e grintoso, ha svegliato le menti chiuse di tanti adulti, poco preoccupati all'incombere di un disastro e troppo interessati alla sola "eterna crescita economica".
Di fronte ad un fenomeno di così tanta importanza e necessità di azione, anche la Costiera Amalfitana insieme al Distretto e alla Rete, ha voluto intraprendere un percorso di transizione verso la sostenibilità, intervenendo sulle strutture, sulla comunità e sui turisti per salvaguardare un territorio ricco di storia, cultura, arte e estrema bellezza naturalistica.
Seppure non sia facile superare tutte le barriere e determinare nel breve termine quei mutamenti sociali necessari per raggiungere una situazione di stabilità e tranquillità, credo che in questo momento bisogni essere più che mai ottimisti.
Il caso della Costiera Amalfitana vuole essere, in questa tesi, il mio esempio di coraggio e azione di un territorio che crede che il cambiamento possa avvenire o che, quanto meno, ha deciso di provarci.
In conclusione, credo che la risposta al cambiamento sia in ognuno di noi e nasca dall'impegno nel combinare economia, turismo e salvaguardia, coesistendo con il turismo, usufruendo delle sue opportunità ma gestendo al meglio i suoi rischi al fine di garantire al nostro Pianeta l'equilibrio e l'armonia che merita.

Bibliografia

Adinolfi R., *Strategie per il turismo. Applicazioni all'area amalfitana gardesana.,* CUEIM, Verona, 1988.

Brickley K., Black, R. & Cottrell S., *Sustainable Tourism and Millenium Development Goals,* Burlington, 2013.

Confalonieri M., *Il turismo sostenibile*., Giappichelli, Torino, 2008.

Cooper C., *Economia del turismo: teoria e pratica*., Zanichelli, 2002.

Corbetta P., *Metodologia e tecnica della ricerca sociale.*, il Mulino, 2014.

Ekins P., *"Limits to growth" and "sustainable development": grappling with ecological realities, «Ecological Economics»,* 1993.

Franch M., e Martini U., *Management per la sostenibilità dello sviluppo turistico e la competitività delle destinazioni*, Il Mulino, 2013.

Movimento consumatori TeAM,, *Come promuovere un turismo compatibile.*, Cecina, La Grafica Pisana, 1995.

Legambiente turismo, *L'ecolabel di Legambiente turismo. Sostenibilità e competitività*, Bologna, Tipografia S.Francesc, 2003.

Pecoraro Scanio A., *Turismo Sostenibile, retoriche e pratiche.*, We'll S.r.l. Ariccia (RM), 2016.

Pencarelli T., *Comunicare le destinazioni balneari. Il ruolo delle Bandiere Blu in Italia.*, Greca Industrie Grafiche, San Giuliano Milanese, 2015.

Pencarelli T., Betti D., Forlani F., Fortezza F., Guidi C., Mancini L., Musso F., Pollastrini L., Rossini L., Sorini L., Splediani S., *Marketing e management del turismo.,* Goliardica editrice, 2010.

Pieroni, O., Romita T., eds. Viaggiare, conoscere e rispettare l'ambiente. Verso il turismo sostenibile., Rubettino, 2003.

Sharpley R., *Responsible Tourism: Whose Responsibility?*, Routledge, London, 2013.

Fonti

EPT, Salerno.

Distretto Turistico Costa d'Amalfi.

Sitografia

http://assets.wwfit.panda.org/downloads/fermiamo_inquinamentoplastica_giu2019.pdf;

https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152;

http://www.europarl.europa.eu/news/it/headlines/society/20181005STO15110/plastica-negli-oceani-i-fatti-le-conseguenze-e-le-nuove-norme-infografica;

https://www.globalcompactnetwork.org/it/il-global-compact-ita/i-dieci-principi/ambiente.html;

http://www.iamalficoast.it/;

https://www.ilvescovado.it/it/sezioni-25/storia-e-storie-12/il-turismo-di-amalfi-e-la-sua-storia-8509/article;

https://medium.com/lybra-tech/turismo-di-massa-problemi-e-soluzioni-a-un-fenomeno-sempre-pi%C3%B9-diffuso-4d4a3a470655;

https://www.minambiente.it;

http://www.meteoweb.eu/2016/04/geologia-costiera-amalfitana-pesantemente colpita-dal-dissesto-idrogeologico/664138/;

https://tg24.sky.it/ambiente/approfondimenti/discorso-greta-thunberg.html;

https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles;

https://www.unric.org/it/.

"La sottoscritta Alessia Sommariva dichiara che il presente testo è stato redatto dalla sottoscritta personalmente e con parole proprie. Citazioni e altri riferimenti a fonti esterne sono chiaramente segnalati come tali. La sottoscritta è consapevole che l'uso improprio di materiale pubblicato in altri lavori o la parafrasi di materiale di questo tipo senza riferimento alla fonte verrà considerato plagio e, di conseguenza, verranno applicate le procedure previste della normativa vigente nonché dalla legge sui diritti d'autore (Legge 22 aprile 1941 n. 633 e s.m.i.). La fonte di qualsiasi immagine, mappa o altro tipo di illustrazione (pubblicati o trovati in lavori non pubblicati) è stata indicata.