

# Il turismo: una posta in gioco per l'Europa

## L'Europa: prima destinazione turistica mondiale

L'Europa è la prima destinazione turistica mondiale: il turismo vi è nato e si è sviluppato grazie alla ricchezza culturale del «vecchio continente», la varietà dei suoi paesaggi, le sue infrastrutture d'accoglienza e comunicazione, la sua offerta molto diversificata di sistemazioni e d'attrazioni turistiche. Tutti questi punti di forza ne fanno la regione più visitata del mondo.

Il turismo è anche uno dei settori economici più promettenti in Europa. Contribuisce per il 4% al Prodotto Interno Lordo (PIL) dell'Unione Europea. Tale percentuale è compresa tra il 2 ed il 12% nei 27 paesi dell'Unione (Francia: 6,4%, Malta: 12%). Inoltre, registra un tasso di crescita superiore alla media europea, dal momento che si situa al di sopra del 3%.

Il settore in questione fa lavorare più di due milioni d'impresе, che impiegano circa 8,6 milioni degli europei, cioè il 4% della popolazione attiva europea.

Se gli Europei preferiscono trascorrere le loro vacanze nel proprio paese, privilegiano l'Europa quando scelgono di recarsi all'estero. L'Europa è una destinazione attraente per i suoi cittadini dal momento che il 91% dei turisti che soggiornano in Europa provengono dagli Stati membri. Soltanto l'11% dell'attività turistica europea è legata ai visitatori provenienti dai paesi terzi (America, Asia...), ma le loro spese rappresentano il 30% del commercio internazionale dei servizi dell'Unione.

## Il turismo europeo di fronte a nuove sfide

Questo bilancio piuttosto positivo non deve fare dimenticare che il turismo europeo è confrontato a due notevoli sfide: la concorrenza internazionale, segnatamente dei grandi paesi emergenti (Cina, India, Brasile...) e la questione ambientale che si pone a livello planetario.

La scommessa consisterà nel trovare il giusto equilibrio tra, da una parte, lo sviluppo armonioso delle destinazioni e la tutela del loro ambiente e dell'altra, la competitività dell'industria turistica.

Tendenze mondiali e cambiamento di priorità: più che mai, l'obiettivo fondamentale del settore turistico è quello di rimanere **competitivo nell'ambito di uno sviluppo duraturo**. Il «modello turistico europeo» deve pertanto rispondere a queste due dettami.

La competitività passa dalla **qualità, l'innovazione e l'adeguamento dell'offerta** alle evoluzioni della domanda influenzata da grandi tendenze:

- Cambiamenti demografici, legati alla globalizzazione ed alla crescita del mercato dei «seniors»: fanno la loro apparizione nuove clientele (cinesi, indiane) con aspettative differenziate. La proporzione delle persone con più di 60 anni di età passerà dal 20 al 33% nel corso dei prossimi cinquanta anni in Europa: queste persone conserveranno più a lungo la loro indipendenza ed alcune forme di turismo (di salute, benessere o rimessa in forma) ne beneficeranno.
- Modifiche dei comportamenti d'acquisto come la ricerca dei prodotti «fascia alta» ma anche, d'altro canto, dei prezzi bassi, l'esigenza riguardante la qualità delle prestazioni, la ricerca d'autenticità, la maggiore sensibilità riguardanti i rischi (sicurezza, sanità), l'accelerazione del ritmo di vita, la presa di coscienza ecologica...

Questi cambiamenti costringono le imprese ed i vari attori del turismo a dare prova di dinamismo ed immaginazione per proporre un'offerta turistica adeguata, più segmentata, costruita su approcci tematici: turismo di affari, lusso, benessere, termale, sportivo, culturale sotto tutti i suoi aspetti, storico, patrimoniale, evenemenziale, commemorativo, gastronomico, religioso... Questa diversificazione dell'offerta deve accompagnarsi da una ricerca della qualità dei servizi riguardante l'insieme delle prestazioni turistiche e dalla qualità dell'accoglienza.

Grandi progetti paneuropei come gli itinerari europei (Itinerari cicloturistici «Eurovélo», Strada culturale Saint Martin de Tours tra la Francia e l'Ungheria, Itinerari culturali del Consiglio dell'Europa) costituiscono una risposta europea a queste nuove forme di domanda.

Queste iniziative sono esemplari dato che si iscrivono in un approccio di sviluppo duraturo che deve avvalersi, a tutti i livelli, della catena turistica e declinarsi nei vari aspetti del turismo, dal turismo di massa all'ecoturismo. Il turismo deve trovare un giusto equilibrio tra le proprie dimensioni economiche, sociali, culturali ed ambientali.

### La strategia dell'Unione europea in termini di turismo duraturo

La Commissione europea, nella sua Comunicazione in data 19.10.2007 intitolata «**Agenda per un turismo europeo competitivo e duraturo**» propone una strategia di risposta alle sette maggiori sfide per la durabilità del turismo:

- ridurre il carattere stagionale della domanda valorizzando le destinazioni fuori stagione;
- diminuire l'impatto del trasporto turistico che, oggi, rappresenta l'8% delle emissioni equivalenti di CO<sub>2</sub> nell'UE dei 15;
- migliorare la qualità dei posti di lavoro turistici per quel che riguarda la retribuzione, l'orario di lavoro e le opportunità di progressione della carriera;
- mantenere e migliorare la prosperità e la qualità di vita delle comunità locali nonostante i cambiamenti, prestando la massima attenzione alla promozione immobiliare ed alla sostituzione delle attività tradizioni con il turismo;
- ridurre al minimo l'uso delle risorse e la produzione di rifiuti limitando il consumo d'energia;
- conservare e valorizzare il patrimonio naturale e culturale sotto diversi punti di vista;
- rendere accessibili le vacanze a tutti facendo fronte agli handicap fisici ed economici.

La risposta a queste sfide dipende da un approccio politico globale condiviso da tutti gli attori: turisti, imprese, destinazioni, popolazioni locali ed autorità pubbliche a livello locale, regionale, nazionale ed europeo.

Tramite azioni di sensibilizzazione, strumenti normativi o mezzi d'incentivazione, le autorità pubbliche possono stimolare questo nuovo approccio di sviluppo. Tramite il loro comportamento esigente e responsabile, i turisti possono far evolvere il consumo turistico. Tramite la loro capacità ad innovare e la loro necessità di rimanere competitive, le imprese possono modificare i modi di produzione turistica. E l'Unione europea, può, a questo riguardo, costituire un vasto laboratorio nel quale lo sviluppo duraturo non si limiterà ad essere soltanto uno slogan ma una moltitudine di esperienze che possono essere diffuse e condivise nell'ambito **di scambi di buone pratiche ed attraverso reti**.

È l'opportunità che ci offre l'Europa: unire le nostre conoscenze per costruire il nuovo «modello turistico europeo».