



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ANCONA - DIPARTIMENTO DI ECONOMIA

IL TURISMO NEL PARCO DEL CONERO TRA
CONSERVAZIONE E SVILUPPO

ALFREDO GEBBIA – MASSIMO TAMBERI



QUADERNI DEL PARCO
N. 4 - MAGGIO 2000

Il lavoro è stato svolto in modo concordato dai due autori, tuttavia si deve considerare che Massimo Tamberi ha prevalentemente curato i punti 1.1, 1.3, 4.2 e la bibliografia; i due autori hanno redatto congiuntamente i punti 4.1 e 4.3; tutti gli altri punti sono di pertinenza di Alfredo Gebbia. Ringraziamo Antono Calafati per utili suggerimenti.

Indice

1. STRUTTURA ED EVOLUZIONE DEL SETTORE TURISTICO.....	1
1.1 Considerazioni generali.....	1
1.2 Tendenze nella domanda mondiale turistica.....	2
1.3 La struttura del settore.....	4
2. IL TURISMO E LA QUESTIONE AMBIENTALE.....	6
2.1 Processo economico, turismo e ambiente	6
2.1.1 Una lettura del processo di sviluppo della zona di Numana.....	6
2.1.2 Il turismo e la rendita posizionale	7
3. IL TURISMO NEL PARCO DEL CONERO	9
3.1 Le caratteristiche del movimento turistico e della capacità ricettiva nell'area del Monte Conero.....	9
3.1.1 La stagionalità.....	11
3.1.2 La capacità ricettiva.....	12
3.2 Alcuni indicatori di pressione.....	13
3.3 Alcune osservazione sui risultati dell'indagine sulle caratteristiche del turismo nel Parco del Conero (di Ennio Pattarin).....	15
4. I TEMI PROGETTUALI.....	17
4.1 Aumento della capacità di attivazione economica.....	18
4.2 Il turismo congressuale	20
4.3 Turismo sostenibile e l'eco label	21
APPENDICE.....	24
BREVE BIBLIOGRAFIA.....	35

1. STRUTTURA ED EVOLUZIONE DEL SETTORE TURISTICO

1.1 Considerazioni generali

Nella moderne società, con alto reddito e crescita della quota di tempo non dedicata alla vita attiva da parte degli individui, il “turismo” assume un rilievo sempre crescente, capace di coinvolgere, a differenza che in un passato anche abbastanza recente, tutte o quasi tutte le fasce di reddito della popolazione.

Proprio in conseguenza di ciò il turismo, da vari punti di vista, può essere considerato una “industria trainante” e non solo in aree a basso livello di sviluppo. Secondo il WTTC (*World Travel and Tourism Council*) le dimensioni del settore, a livello mondiale, sono tali che esso copre circa 6% del prodotto, il 6,5% dell’occupazione, quasi il 7% degli investimenti (inizio anni novanta). Nella U.E. queste cifre sono ancora maggiori (per esempio con il 10% degli occupati), fatto d’altra parte testimoniato dal preponderante peso dell’Unione nel movimento internazionale di turisti: l’Europa in generale copre oltre il 60% degli arrivi turistici internazionali e la U.E. circa il 40%.

Di più, va sottolineato la speciale posizione dell’Italia, notoriamente uno dei paesi a maggior “vocazione” turistica.

Questo settore ha avuto un tasso di crescita più elevato della media dell’economia (si tratta, cioè, di un bene ad “alta elasticità” al reddito); inoltre esso è caratterizzato da “alta intensità di lavoro”, e dunque ha un impatto rilevante sull’occupazione (così come sulla bilancia dei pagamenti); fornisce, anche in senso dinamico, la possibilità di formazione di sbocchi occupazionali (come altri comparti dei servizi a bassa produttività il peso in termini di occupazione è maggiore di quello in termini di reddito).

Per quanto riguarda la tipologia della domanda turistica in Italia, l’impressione di esperti è che negli ultimi anni alcune tipologie di turismo nazionale hanno raggiunto la “fase di maturità” (in particolare per mancanza di spazi, in senso proprio, di crescita), ma si sono aggiunte nuove valenze che sostengono il turismo in Italia (oltre agli aspetti artistici e culturali): moda e qualità del vivere. In tal senso aumenta il peso delle caratteristiche attuali del paese, per cui si “determina una saldatura fra la grande tradizione storica e la società e l’economia d’oggi” (Settimo Rapporto sul Turismo, 1997, pag. 32)

Purtroppo, specialmente in Italia, la conoscenza del settore è piuttosto approssimativa, in quanto, soprattutto, esistono notevoli limiti alla informazione statistica disponibile.

Le statistiche sul turismo hanno alcuni problemi peculiari:

1. difficoltà di definizione del “turista”
2. commistione di atti turistici e non turistici

La definizione operativa di “turista” è quella della World Tourism Organization e, in sintesi, comprende lo spostamento geografico di individui; il motivo dello stesso, (esclusione di remunerazione, esclusione di movimenti regolari); deve avere una durata di almeno 24 ore (altrimenti si tratta di escursionisti) ed inferiore a 12 mesi.

L’assetto prevalente delle statistiche italiane sul turismo deriva da fonti amministrative, ciò esclude tutte le rilevanti informazioni sulle caratteristiche e sulle motivazioni socio-culturali dei turisti, mezzi di trasporto utilizzati, motivazioni, caratteristiche demografiche dei turisti, spesa per categorie di beni consumo, ecc.

Non esistono, praticamente, statistiche sugli escursionisti (meno di 24 ore).

A fronte di questa carenza, la domanda di statistiche sul turismo è enormemente cresciuta, specie da parte di comunità locali.

In genere il turismo è considerato un fenomeno complesso, in quanto coinvolge una pluralità di attività (merci e servizi dall'agricoltura, dall'industria, ecc) e la domanda dei beni turistici non è univoca: gli stessi beni sono acquistati dai turisti e dai consumatori abituali. Inoltre, i beni che soddisfano la domanda turistica non sono facilmente individuabili.

Oltre a ciò si ritiene che la "filiera" turistica sia molto lunga e ramificata, costituita da una fitta rete di interdipendenze orizzontali e verticali.

La carenza di dati e la complessità del fenomeno rendono necessario, al fine di approfondirne la conoscenza, anche in ambito locale, l'approntamento di indagini specifiche, i cui scopi principali possono essere riassunti in:

- a) maggiore conoscenza delle caratteristiche socio-demografiche della domanda, dei canali e delle modalità di fruizione turistica;
- b) impatto del settore sull'economia locale (reddito, occupazione, ecc.)

1.2 Tendenze nella domanda mondiale turistica

L'organizzazione mondiale del turismo (OMT) nella recente pubblicazione *Trends in Market Tourism* (1999), formula delle previsioni riguardo lo sviluppo e le tendenze del turismo mondiale per i prossimi anni. Lo scenario descritto prevede, secondo l'OMT, un tasso annuo medio di crescita di circa il 4,5% di arrivi nei prossimi 20 anni. L'Europa vedrebbe quasi raddoppiare il numero degli arrivi internazionali nel periodo considerato, passando da 390 milioni a circa 717 milioni di turisti. Si tratterebbe, tuttavia, di un incremento annuo medio del 3,1%, inferiore a quello mondiale previsto. Questa differenza nei tassi di crescita porterebbe, come conseguenza alla diminuzione della quota di mercato europea degli arrivi globali, passando dal 59.5% all'44.7%.

Previsione di arrivi di turisti stranieri per regioni del mondo. 2000-2020

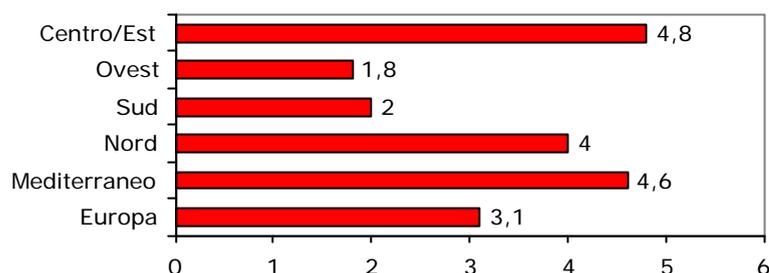
Regioni	Arrivi di turisti (in Milioni)		
	2000	2010	2020
Europa	390	527	717
Est Asia/Pacifico	116	231	438
Americhe	134	195	285
Africa	27	46	75
Centro Est	19	37	69
Sud Asia	6	11	19
Totale	692	1047	1603

Fonte: OMT

All'interno del continente, inoltre, lo scenario atteso risulta essere differenziato, con una crescita accentuata per quanto riguarda i paesi del centro/est e dell'area mediterranea mentre più limitata sarà quella all'ovest (1,8%).

Per quanto riguarda l'Italia, il tasso medio annuo di crescita, nel periodo considerato, sarà del 2,2%, inferiore alla media europea e dell'area mediterranea in particolare. La quota di mercato dell'Italia, che pur dovrebbe aumentare in valore assoluto del 60% - da 35 milioni a 53 circa previsti nel 2020- passerà dall'attuale 5,5% al 3,3%.

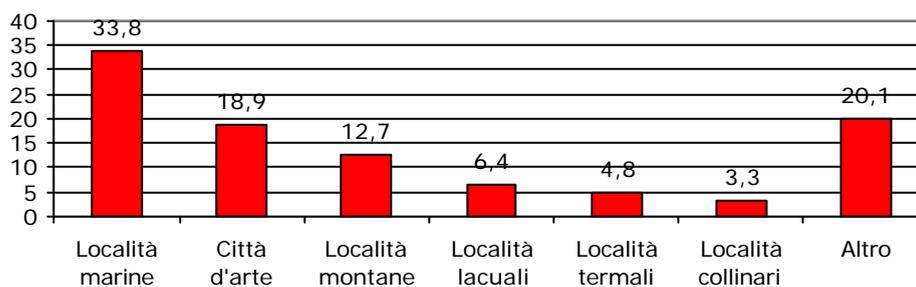
Tasso di crescita degli arrivi dei turisti internazionali in Europa e per regioni europee, 1995-2020 (%)



La differenza nei diversi saggi di crescita viene attribuita alla relativa maturità del nostro mercato a fronte di uno sviluppo più rapido da parte di altre aree del globo al momento solo marginalmente interessate dai movimenti turistici.

La struttura della capacità ricettiva e l'offerta turistica del nostro paese sono in buona misura concentrate nelle località marine come evidenziato nell'Ottavo Rapporto sul Turismo Italiano 1998. Questa caratteristica fa sì che la capacità di intercettare la domanda potenziale che si prevede emerga dai paesi in via di sviluppo sia limitata. E' difficile cioè pensare che turisti asiatici e sudamericani possano essere attratti dalle località costiere italiane¹.

Presenze per tipo di località in Italia (%), 1996



¹ L'Italia vanta località marine di grande prestigio ed in grado di attirare flussi turistici di origine extra-europea - Costa Smeralda, Costiera Amalfitana, isole, ecc.- tuttavia questo non è vero per buona parte delle destinazioni turistiche balneari.

Pur ricordando che in valore assoluto le presenze sono comunque destinate a crescere e non è quindi appropriato parlare di crisi del settore, il ri-orientamento dell'offerta verso altre forme di turismo appare auspicabile. A questo proposito può essere utile prendere in considerazione l'evoluzione prevista delle forme di fruizione turistica contenute nell'Ottavo Rapporto sul turismo italiano.

Saggi di crescita delle forme di turismo (%)

	1981-1990	1991-2000	2001-2010*
Arte e cultura	2,5	3	4
Affari e congressi	1,5	2	2
Balneare e lacuale	2	1	1,5
Montagna	1,5 inv 0,5 est	0,5 inv 2,0 est	0,5-1 inv 2,5 est
Terme e turismo della salute	-2,5	-7	2
Agriturismo	4	6	5
Turismi alternativi <i>sportivo e ambientale</i>	-	5	10
Turismo di crociera		17	10

* Previsioni in base ad un panel di operatori

Fonte: Mercury-Turistica. Previsioni in base ad un panel di operatori

Il quadro proposto sopra evidenzia come i saggi di crescita maggiori sono previsti per il turismo a sfondo naturalistico –turismo ambientale e sportivo, agriturismo – oppure quello diretto alla fruizione del patrimonio artistico (il turismo di crociera non è una varietà rilevante ai fini di questa indagine). Ne consegue quindi che un aumento dei tassi di crescita del settore può essere perseguito attraverso un ri-orientamento dell'offerta verso queste forme emergenti di turismo, o cercando, ove possibile, di arricchire l'offerta tradizionale valorizzando la fruizione dell'ambiente oltre quella tradizionale.

Fino ad ora è stato posto in evidenza come il turismo ambientale sia destinato ad assumere maggiore rilevanza negli anni a venire e come esso rappresenti uno dei segmenti di mercato con i saggi di crescita più elevata. A questo proposito, i risultati dell'indagine sul turismo nel Parco del Conero consentono ulteriori osservazioni.

1.3 La struttura del settore

La struttura produttiva del settore turistico è, in genere, molto polverizzata, composta cioè, prevalentemente, da piccole e piccolissime imprese. Le statistiche al proposito sono, a livello internazionale, alquanto disomogenee, ma sufficienti a sostenere l'affermazione appena fatta; la ragione di tale situazione dipende dalla necessità di una presenza diffusa sul territorio delle strutture turistiche. A questo tipo di struttura si associa, naturalmente, una certa arretratezza di strutture gestionali.

Tuttavia vi è da segnalare un fenomeno di notevole rilievo, per ora, sembra, più intenso all'estero, ma non assente anche in Italia; si tratta, in poche parole, della tendenza all'aumento delle dimensioni aziendali, fenomeno parallelo alla crescita di aggregazioni di

imprese (gruppi e reti), attraverso vari strumenti, quali i raggruppamenti volontari, gli assorbimenti, il franchising (fenomeno in crescita).

Questa tendenza deve essere anche interpretata alla luce delle caratteristiche e della evoluzione della domanda del settore.

Da più parti si è sottolineato come il turismo costituisca un fenomeno complesso con valenze economiche, sociali, ambientali, antropologiche, giuridiche, culturali.

Nel periodo recente, queste diverse valenze, unite alla diffusione di massa dell'attività turistica, hanno condotto all'affermazione di una crescente frammentazione di motivazioni del consumo turistico. Sono cioè richieste sempre maggiori varietà e duttilità nel bene economico turistico, in modo non dissimile, peraltro, da altri settori dell'economia. Emergono quindi nuovi segmenti (cicloturismo, turismo enologico, turismo salutare, ecc.) che però rimangono fortemente connessi alle forme tradizionali (montagna, mare, arte, ecc.).

In definitiva la domanda del settore sta evolvendo in modo da essere sempre più differenziata e segmentata. In conseguenza di ciò l'offerta deve essere in grado di specializzare i propri servizi, mentre tendono a perdere peso le aziende "generaliste". Se questo è vero a livello di singole imprese, non vale necessariamente, però, a livello di area locale, che invece deve essere in grado di esprimere una ampia gamma di "offerte particolari".

Una conseguenza di ciò sta nella necessità che le imprese (e le località) turistiche si forniscano di personale sempre più specializzato e qualificato, in diversissimi comparti, in modo da poter interpretare e soddisfare richieste sempre più specifiche e "competenti" dei consumatori. Tutto ciò significa un aumento dei costi gestionali, che dunque richiede una "effettiva" riqualificazione del prodotto e una razionalizzazione delle strutture gestionali.

2. IL TURISMO E LA QUESTIONE AMBIENTALE

2.1 Processo economico, turismo e ambiente

2.1.1 *Una lettura del processo di sviluppo della zona di Numana*

La traiettoria del processo di sviluppo della zona del Monte Conero, dagli anni 50 ad oggi è stata certamente guidata ed orientata dalla domanda turistica che aveva come oggetto i tratti di costa attorno al monte.

Per circa 30 anni, fra il 1960 e il 1990 circa, lo sviluppo dell'area si è basato su processi economici che mantenevano e riproducevano l'organizzazione e le articolazioni del sistema locale attraverso un costante "consumo" del territorio che si sono sostanziate nella trasformazione di crescenti porzioni di spazio geografico in territorio urbanizzato. La soddisfazione della domanda residenziale a scopi turistico-ricreativi è quindi alla base di questi processi. Il capovolgimento del rapporto fra elementi naturali e semi-naturali da un lato e urbanizzato dall'altro, rappresenta il loro esito paesaggistico.

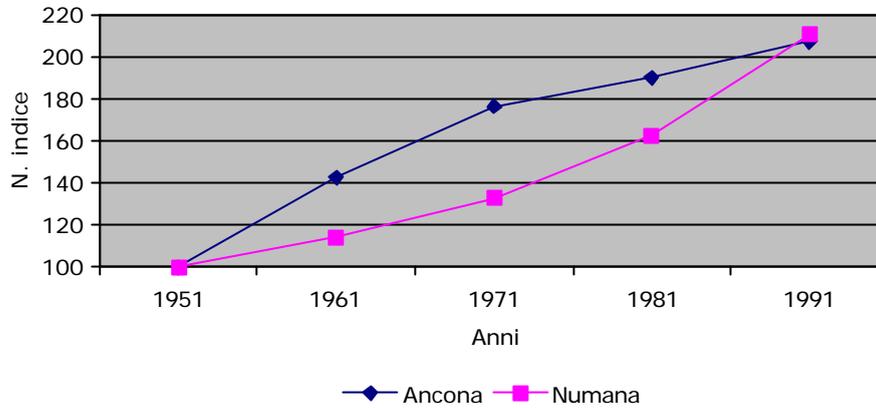
Tuttavia in generale tali processi sono sottoposti ad un vincolo costituito dalla finitezza degli *input*, in questo caso il territorio non ancora urbanizzato. Si tratta di una visione un po' semplificata, che non tiene conto del suolo già edificato e che deve essere trasformato e riqualificato. Si tratta tuttavia di superfici non sufficienti al mantenimento della scala delle attività cresciute nel periodo sopraccitato e che anzi ne impongono un ridimensionamento.

La riconversione/ristrutturazione ha un ruolo importantissimo quando, attraverso l'introduzione di strumenti di regolazione quali i piani regolatori, le aree edificabili vengono poste sotto controllo nell'area in questione ciò è avvenuto negli ottanta- e l'urbanizzazione è stata successivamente rallentata. In presenza di una regolazione dell'uso del suolo, la ristrutturazione è lo strumento attraverso il quale si manifestano gli adeguamenti degli standard paesaggistici e ambientali ed è il cambiamento di tali standard nel tempo che segna anche il cambiamento culturale oltre che quello tecnologico. Questo tema verrà, tuttavia, approfondito più avanti.

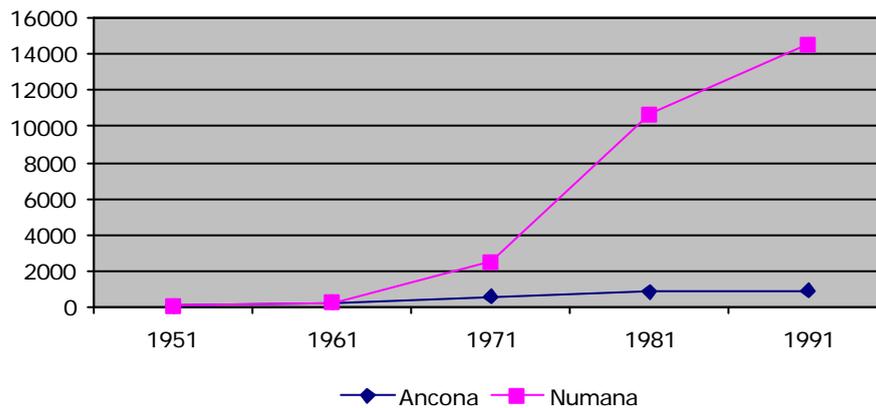
Ecco quindi che il problema della sostenibilità dei processi economici, contestualizzato all'interno dell'area del Conero, riguarda innanzitutto i limiti fisici che ha la trasformazione degli elementi naturali in territorio urbanizzato. La necessità di affrontare questo argomento deriva, dalla ricorrente visione che si ha dell'istituzione del Parco del Conero come vincolo allo "sviluppo" dell'area. Alla luce delle considerazioni appena svolte appare chiaro che il vincolo posto dal Parco precede un limite fisico comunque ineliminabile, anche se il livello di "saturazione" è insieme un fatto oggettivo (che si riflette sui costi delle risorse esauribili, in primo luogo la terra) e soggettivo.

Un'indicazione dello stress a cui la zona di Numana e Marcelli è stata sottoposta la si può dedurre a partire dalla crescita, espressa attraverso i numeri indici, delle abitazioni non occupate nel corso del periodo considerato. La differenza che si riscontra rispetto a quanto accaduto ad Ancona è molto significativa. Considerazioni analoghe si possono trarre se si considera la variazione della superficie edificata che ha interessato l'area di riferimento nel periodo considerato (stime approssimative indicano quasi una triplicazione).

Crescita abitazioni occupate espressa attraverso i numeri indice, 1951/91



Crescita abitazioni non occupate espressa attraverso i numeri indice, 1951/91



Dall'impossibilità di mantenere una tale politica di crescita si deriva quindi la necessità di ri-orientare le strategie di sviluppo. Esiste tuttavia un altro argomento, che discende direttamente da queste considerazioni e che giustifica l'abbandono dello sfruttamento edilizio del territorio attorno al Conero.

2.1.2 Il turismo e la rendita posizionale

Il processo economico, come è stato ricordato in precedenza, comporta l'estrazione, la manipolazione e la degradazione (in termini di energia organizzata) della materia e una delle caratteristiche notevoli sta nella separazione spaziale fra le varie fasi del processo.

Questa separazione spaziale caratterizza tuttavia gran parte dei processi economici ma non tutti. Fra le eccezioni più significative e, ai fini di questo lavoro, certamente più interessanti, vi è quella del settore turistico. In questo settore infatti le relazioni fra processo ed il territorio nel quale esso si articola riuniscono alcune fasi, quelle della produzione e del consumo, cioè il consumatore fruisce del servizio che acquista, là dove questo viene prodotto. La conseguenza più immediata è che gli individui percepiscono gli esiti paesaggistici ed ambientali del processo economico e questi possono diventare quindi rilevanti nel determinare la capacità di estrarre reddito attraverso siffatti processi.

La specificità delle attività turistiche trae origine dal modo in cui il consumatore costruisce la propria scelta.

Lo stato desiderato che il turista vuole raggiungere è infatti principalmente legato alla fruizione del capitale naturale e culturale. Di fronte alla volontà di godimento, il fatto che questo sia possibile solo attraverso l'acquisto di servizi in loco (l'affitto di un'abitazione, di una camera d'albergo, l'acquisto di cibi e bevande *et cetera*) si presenta con la caratteristica dell'accessorietà. In qualche modo, le condizioni d'acquisto di tali servizi sono subordinate alla valutazione della caratteristiche paesaggistiche o ambientali (essendo i primi molto più standardizzati dei secondi).

Data la volontà di fruizione del capitale naturale, gli esiti paesaggistici della produzione turistica, nella misura in cui costruiscono il paesaggio e rappresentano dei valori estetici, influenzano la disponibilità a pagare un dato prezzo.

Ecco quindi che diviene possibile configurare i beni turistici come beni posizionali, dove il prezzo contiene una parte che deriva sostanzialmente dal contesto territoriale nel quale viene erogato. Questa quota nel prezzo di vendita viene normalmente chiamata *rendita posizionale*. Essa può aumentare o diminuire a seconda che le caratteristiche del sito che la genera vengano rafforzate o indebolite. Il valore può cioè diminuire quando lo sfruttamento economico di un sito supera la soglia di resilienza, ovvero vi è un abbassamento degli standard paesaggistici, che rappresenta il momento in cui un aumento della offerta (per esempio di alloggi) causa una percezione di diminuita qualità del sito e genera di conseguenza la volontà di pagare prezzi inferiori per l'acquisto di beni e servizi in quel luogo. Quello che si sta sottolineando qui è il fatto che "il consumo" turistico di un'area con forti valenze ambientali ed estetiche può essere causa dell'esaurimento stesso di quelle valenze, e dunque la traiettoria di reddito e benessere dell'area essere prima spinta e poi frenata dalla logica stessa dello sfruttamento turistico intensivo.

Dal punto di vista analitico è difficile individuare la soglia di svolta tra effetti positivi e negativi, così come è difficile individuare il momento preciso in cui si è percepito il decadimento degli standard architettonici e paesaggistici. Quel che non mettiamo in discussione è che tale decadimento sia avvenuto e con esso il pregio di Numana e Marcelli come destinazioni turistiche, sebbene, per il complesso dell'area, in modo forse non irreparabile.

L'analisi sin qui condotta pone già in maniera aprioristica dei vincoli sulla natura e la traiettoria che lo sviluppo del distretto turistico deve seguire. Al fine di verificare e completare il quadro sin qui descritto la prossima sezione è dedicata all'analisi del movimento turistico e della capacità ricettiva che caratterizza la zona.

3. IL TURISMO NEL PARCO DEL CONERO

3.1 Le caratteristiche del movimento turistico e della capacità ricettiva nell'area del Monte Conero

Al pari di buona parte della costa adriatica il tratto che va da Ancona sino a Numana è interessato da flussi turistici rilevanti. Le caratteristiche morfologiche, la presenza di pareti a strapiombo, e quindi le difficoltà di sfruttamento turistico che ne derivano rendono tali flussi ancor più significativi. Essendo dedicato a questo aspetto una delle sezioni seguenti ci limiteremo, in questa parte, a considerare il movimento turistico nelle strutture ricettive della zona e di proporre, contemporaneamente, un confronto con altre unità territoriali. I dati utilizzati sono stati gentilmente messi a disposizione dal Servizio Informativo e Statistico della Regione Marche.

Gli arrivi ad Ancona, Numana, Sirolo e Camerano rappresentano il 70% degli arrivi registrati dall'APT di Ancona negli esercizi alberghieri, mentre le presenze costituiscono l'80% di quelle complessive. E' interessante notare come gli arrivi di turisti stranieri a Loreto, pari a oltre 15.000, siano più di cinque volte gli arrivi a Numana – 2928 -. Tuttavia, un confronto con le presenze riduce sensibilmente il distacco essendo a Loreto 20.000 circa e a Numana 14.000. La spiegazione giace nella natura differente che contraddistingue i viaggi in queste due località. Essendo la prima un luogo di turismo religioso e la seconda meta del turismo balneare.

Movimento turistico in alcuni comuni del Parco del Conero

(Periodo: gennaio - dicembre 1997)

ALBERGHI

	Italiani		Stranieri		Totale alberghi	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Ancona	77.791	214.575	17.462	37.978	95.253	252.553
Camerano	5.360	10.977	409	778	5.769	11.755
Loreto	42.172	73.325	15.730	20.224	57.902	93.549
Numana	38.268	199.913	2.928	13.745	41.196	213.658
Sirolo	6.637	25.008	1.039	4.202	7.676	29.210
Porto Recanati	17.663	55.105	3.446	10.769	21.109	65.874
APT Ancona	181.400	569.664	30.513	75.191	211.913	644.855
Provincia AN	369.816	1.228.721	69.376	217.087	439.192	1.445.808
Regione	1.077.351	4.182.589	237.253	1.328.315	1.314.604	5.510.904

Per quanto riguarda il movimento turistico nelle altre strutture ricettive – campeggi, villaggi turistici, camere ed appartamenti – il quadro generale si completa di alcune altre osservazioni. Innanzitutto, è opportuno precisare che al contrario dei soggiorni in albergo, che possono avvenire anche per motivi di lavoro, la scelta di un campeggio è strettamente

legata al turismo e alle attività ricreative connesse. Quindi, in un certo senso ci si può immaginare facilmente che la permanenza media in queste strutture ricettive sia sensibilmente più lunga che non in quelle alberghiere. Chiarito questo punto si può notare come gli arrivi in campeggi e appartamenti siano otto volte gli arrivi in strutture analoghe in Ancona, dove a dire il vero è l'offerta ad essere carente, e quasi doppi rispetto a Numana. Ciò che più colpisce è tuttavia il fatto che gli arrivi a Porto Recanati generano una permanenza media di quasi 20 giorni e a livello regionale di circa 17 giorni mentre nella zona del Conero la lunghezza del soggiorno scende a circa 10 gg.

ALTRE STRUTTURE

(campeggi, villaggi turistici, case e appartamenti)

	Italiani		Stranieri		Totale altre strutture	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Ancona	6.736	56.768	1.208	4.234	7.944	61.002
Camerano	0	0	0	0	0	0
Loreto	19.725	69.372	1.895	6.312	21.620	75.684
Numana	28.079	335.877	6.421	59.200	34.500	395.077
Sirolo	7.818	64.729	950	4.527	8.768	69.256
Porto Recanati	50.597	1.123.176	9.394	81.466	59.991	1.204.642
APT Ancona	43.353	482.772	8.629	68.675	51.982	551.447
Provincia AN	110.325	1.294.173	17.146	115.382	127.471	1.409.555
Regione	469.692	8.354.209	73.873	845.028	543.565	9.199.237

Il confronto fra la lunghezza media del soggiorno nelle località in esame consente di rilevare altre caratteristiche. La permanenza media negli alberghi a Numana è superiore a quella che si registra negli altri centri come anche alla media provinciale e regionale. Gli arrivi a Loreto, tanto negli esercizi alberghieri quanto nelle altre strutture sono caratterizzati da una permanenza molto bassa, con medie molto al di sotto rispetto alle altre indicate.

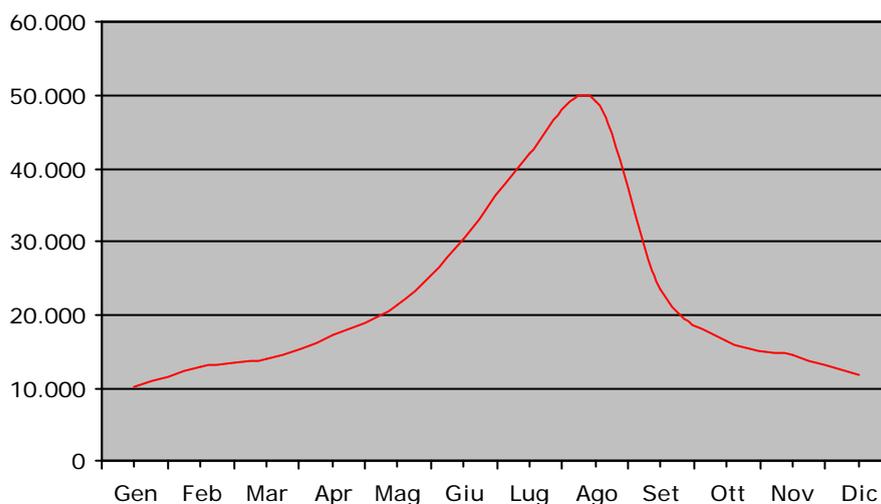
*Lunghezza media del soggiorno (presenze/arrivi)**(Periodo: gennaio - dicembre 1997)*

	ALBERGHI			ALTRE STRUTTURE		
	Italiani	Stranieri	Totale generale	Italiani	Stranieri	Totale generale
Ancona	2,8	2,2	2,7	8,4	3,5	7,7
Camerano	2,0	1,9	2,0	—	—	—
Loreto	1,7	1,3	1,6	3,5	3,3	3,5
Numana	5,2	4,7	5,2	12,0	9,2	11,5
Sirolo	3,8	4,0	3,8	8,3	4,8	7,9
Porto Recanati	3,1	3,1	3,1	22,2	8,7	20,1
APT Ancona	3,1	2,5	3,0	11,1	8,0	10,6
Provincia AN	3,3	3,1	3,3	11,7	6,7	11,1
Regione	3,9	5,6	4,2	17,8	11,4	16,9

3.1.1 La stagionalità

La stagionalità della movimento turistico è un altro carattere che emerge con una certa forza dai dati mensili riguardo gli arrivi e le presenze per quanto riguarda le aree sino ad ora considerate. Esprimendo l'andamento dei flussi mensili attraverso diagrammi la misura di questa stagionalità può essere colta con facilità.

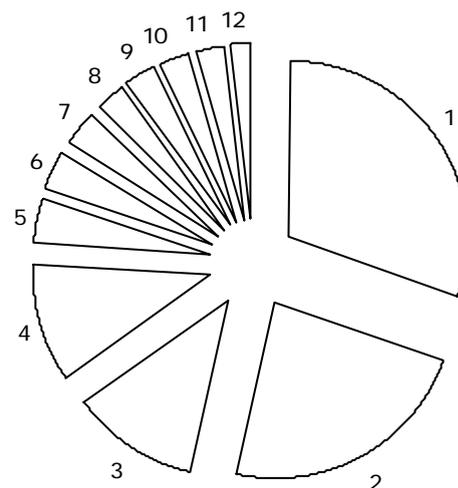
Arrivi registrati dall'APT di Ancona nel 1997



Per quanto riguarda l'APT di Ancona, si può osservare come gli arrivi siano concentrati fortemente all'interno dei mesi di luglio e agosto ed in misura minore giugno e settembre.

Distribuzione delle presenze su base mensile (APT Ancona)

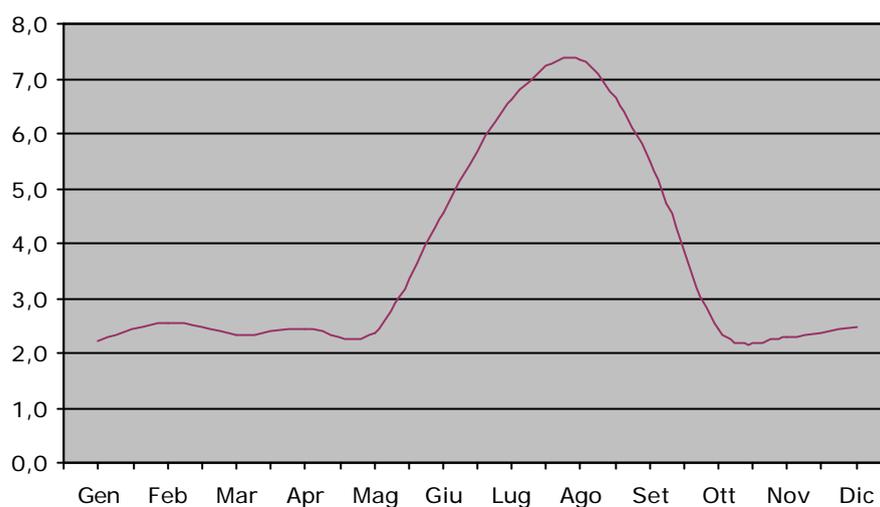
	Presenze	(%)
1 Agosto	362431	30,3
2 Luglio	279772	23,4
3 Giugno	138971	11,6
4 Settembre	129612	10,8
5 Maggio	50922	4,3
6 Aprile	42252	3,5
7 Ottobre	40394	3,4
8 Novembre	33390	2,8
9 Febbraio	33171	2,8
10 Marzo	32911	2,8
11 Dicembre	29405	2,5
12 Gennaio	23071	1,9
Totale	1196302	100



La notevole concentrazione del movimento turistico nei mesi centrali dell'estate è un fenomeno che si riscontra, con intensità analoga anche nelle altre aggregazioni territoriali considerate, sia cioè a livello regionale che anche nei comuni dell'area del Conero.

Contestualmente all'aumentare degli arrivi nei mesi estivi, la permanenza media tende ad allungarsi.

Permanenza media nelle strutture ricettive nel 1997 (APT Ancona)



(Per osservare le distribuzioni relative alle altre aggregazioni si rimanda all'appendice statistica in fondo a questo quaderno)

3.1.2 La capacità ricettiva

L'analisi della capacità ricettiva consente di completare il quadro riguardo le caratteristiche ed i modi della fruizione turistica dell'area oggetto di studio. Alcune differenze già emerse, nelle sezioni precedenti vengono rimarcate. La maggiore consistenza delle presenze turistiche nelle strutture alberghiere a Numana e Ancona rispetto a località come Porto Recanati o Senigallia, si rispecchia in un numero maggiore di queste strutture relativamente alle altre tipologie e rispetto agli altri centri. Proprio dal prevalere di una ricettività di questo tipo si possono derivare delle considerazioni riguardo la redditività degli esercizi turistici. Alcune stime, per quanto approssimative, evidenziano la misura diversa della spesa turistica e quindi la diversa capacità di attivazione dell'economia locale.

Strutture ricettive e posti letto, 1997

ESERCIZI ALBERGHIERI

	N.	Posti letto	Camere	Bagni
Ancona	28	1.696	1.002	839
Camerano	4	139	81	73
Loreto	19	1.111	628	599
Numana	31	3.232	1.512	1.120
Sirolo	11	407	216	206
Porto Recanati	13	667	363	346
APT Ancona	94	6.357	3.201	2.689
Provincia AN	241	15.062	7.859	7.292
Regione	1.124	63.292	33.315	32.131

ESERCIZI COMPLEMENTARI

	Campeggi e villaggi turistici			Camere, case e appartamenti iscr. rec.		Altri esercizi	
	N.	Posti letto	Superf. mq.	N.	Posti letto	N.	Posti letto
Ancona	2	500	15.000	0	0	1	20
Camerano	0	0	0	0	0	0	0
Loreto	0	0	0	31	129	4	675
Numana	3	4.030	20.000	472	5.294	0	0
Sirolo	3	2.590	53.900	0	0	1	30
Porto Recanati	9	5.146	63.000	1.776	8.782	2	160
APT Ancona	10	7.780	—	786	4.217	5	76
Provincia AN	31	12855	—	822	4.448	70	2.703
Regione	119	56.839	—	15.735	68.815	338	13.591

3.2 Alcuni indicatori di pressione

Allo scopo di fornire qualche indicazione riguardo la pressione che il movimento turistico esercita sull'area sono stati elaborati dei rapporti che mettono in relazione alcuni caratteri del territorio e le presenze negli esercizi turistici. E' necessario ricordare che il rapporto fra presenze e, ad esempio, la lunghezza della spiaggia, non esprime la presenza media giornaliera lungo un'unità di superficie. In realtà un rapporto del genere ha la sola utilità di offrire un termine di confronto con altri centri ed esprime solo genericamente la pressione che insiste sul litorale.

Oltre ai comuni il cui territorio ricade all'interno del Parco viene proposto un confronto con altri centri delle Marche, noti per la vocazione turistica. Infine è stato calcolato anche l'indice di utilizzazione lorda, dato dal rapporto fra presenze ed il numero di posti letti/anno, che fornisce un livello medio dell'utilizzazione degli esercizi ricettivi nell'arco di un anno.

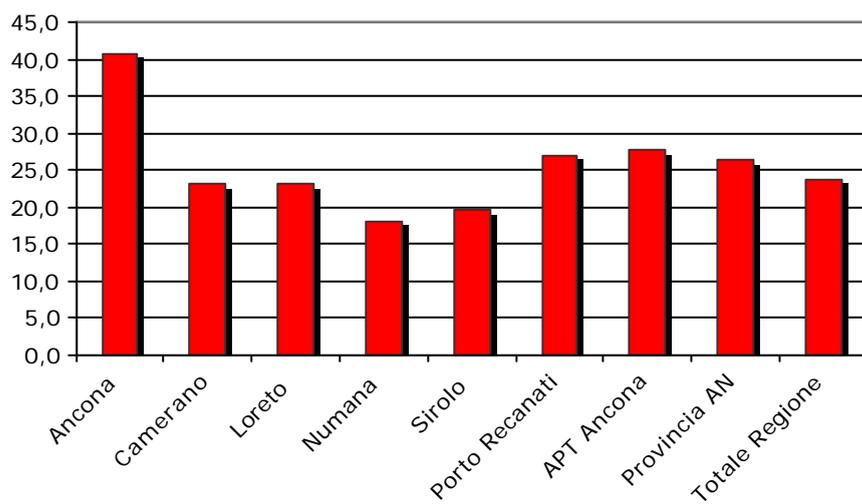
Indici di pressione

Spiaggia

	Lunghezza (m)	Superficie (mq)	Presenze annuali	Presenze/ Lunghezza	Presenze/ Superficie
Numana	4300	270.000	608.735	141,6	2,3
Sirolo	1400	100.000	98.466	70,3	1,0
Senigallia	13400	900.000	1.256.200	93,7	1,4
Porto Recanati	8200	380.000	1.270.516	154,9	3,3

	Sup. comunale	Popolazione	Presenze/ Sup.	Presenze/ Pop.
Numana	10,74	3.273	56.679	186
Sirolo	16,68	3.263	5.903	30
Senigallia	115,77	41.803	10.851	30
Porto Recanati	17,38	8.119	73.102	156

Indice di utilizzazione lorda, 1997



Le tabelle ed i grafici sopra riportati ci consentono di rilevare alcune caratteristiche:

- il rapporto fra le presenze annuali e la lunghezza della spiaggia rivela valori analoghi fra Numana e Porto Recanati e decisamente superiori rispetto a Sirolo e Senigallia pur essendo quest'ultima altrettanto nota come destinazione turistica. Se la lunghezza del tratto balneabile viene sostituita con la sua superficie il quadro cambia leggermente. La differenza fra Numana e Porto Recanati aumenta ma resta quella rispetto gli altri due centri. Questi due rapporti permettono di concludere che al netto delle superficie e della lunghezza del tratto di spiaggia, dove si realizza principalmente la fruizione nel turismo balneare, Numana evidenzia una pressione antropica simile e anche superiore a quella che caratterizza altri centri più comunemente identificati come destinazioni del turismo di massa. Il rapporto fra presenze e la superficie comunale/popolazione accentua le considerazioni svolte al punto precedente. In relazione alla popolazione residente si evince che ogni abitante di Numana si trova di fronte a 186 presenze turistiche ogni anno, circa sei volte il rapporto che si registra a Sirolo o a Senigallia;
- il turismo nella zona del Conero, o meglio, la pressione antropica da esso esercitata non è omogenea. Dal quadro sopra descritto emergono notevoli differenze fra Numana e Sirolo differenze che si colgono anche per quanto riguarda gli esiti paesaggistici dello sfruttamento turistico;
- l'esame dell'indice di utilizzazione lorda rivela come la capacità ricettiva di Numana sia la più bassa fra quelle considerate, questo dato unito alle considerazioni precedenti che evidenziano un'elevata pressione antropica ci inducono a concludere che vi sia un eccesso di capacità ricettiva.

3.3 Alcune osservazione sui risultati dell'indagine sulle caratteristiche del turismo nel Parco del Conero (di Ennio Pattarin)

I turisti che scelgono la riviera del Conero come destinazione turistica sembrano avere una posizione sociale relativamente "elevata". Il termine di paragone suggerito nell'indagine di Pattarin è rappresentato da Senigallia.

La posizione sociale ed il reddito disponibile che ne deriva fanno sì che per questi turisti la vacanza nella riviera non rappresenti l'unica vacanza nel corso dell'anno.

Le classi di età meno rappresentate sono quelle più giovani, fatto questo che fornisce delle indicazioni indirette sui motivi che spingono a scegliere l'area in questione come destinazione turistica.

Il motivo principale che sta alla base della vacanza sono il "mare e la spiaggia". Tuttavia, rilevazioni seguenti indicano la possibilità di effettuare passeggiate ed escursioni fra le attività ricreative, mentre fra i motivi di soddisfazione della vacanza è annoverata la voce, per la verità un po' generica, "buon ambiente".

Infine l'indagine mette in evidenza il rapporto fra presenza turistica ed il parco. Il Parco è conosciuto, ed è percepito in maniera sostanzialmente positiva da parte dei turisti. Essi riconoscono all'istituzione del Parco tre funzioni principali:

- la tutela dell'ambiente,
- il miglioramento della fruizione turistica,
- l'ampliamento della notorietà della zona.

Come è stato brevemente osservato, ciò che emerge dall'indagine è una generale rilevanza della qualità dell'ambiente naturale fra i motivi che inducono la scelta della riviera del Conero come destinazione per le vacanze². La "qualità" dell'ambiente consente un godimento degli elementi naturali che va oltre la fruizione della costa e comprende passeggiate ed escursioni nell'area del Parco ed i turisti vi attribuiscono, pur implicitamente, un valore. Si può affermare, in conclusione che i valori estetico formali e ambientali, influenzano la capacità di estrarre reddito in una determinata destinazione turistica.

² Nell'indagine, alla domanda sui motivi della scelta della località la risposta è stata, come ricordato sopra, la presenza del mare e della spiaggia. Tuttavia è evidente che si tratta di una risposta insufficiente che non rivela come mai il Conero sia stato preferito a tutte le altre località della costa, dove pure vi sono "il mare e la spiaggia".

4. I TEMI PROGETTUALI

Come è stato osservato il territorio attorno al monte Conero è interessato da attività turistiche rilevanti. La pressione antropica che ne deriva, evidenziata più volte, prima con i dati relativi al patrimonio immobiliare, poi con i rapporti fra presenze turistiche rispetto a popolazione, superficie e ampiezza del tratto costiero balneabile, è del tutto notevole e tende ad assomigliare a quelle forme di turismo massificato che caratterizzano altre località dell'adriatico. Certamente lo sfruttamento turistico del territorio non è omogeneo e non è possibile porre sullo stesso piano Sirolo e Portonovo con Numana e Marcelli, tuttavia pur differenziando il quadro generale non muta. Inoltre, il movimento turistico, fortemente concentrato nei mesi di luglio e agosto, genera l'impressione che il distretto turistico sia fortemente legato alla fruizione balneare della costa e che la posizione all'interno di un'area protetta non abbia, sino ad ora, indotto una sperata stagionalizzazione dei flussi o, se si preferisce, una diversificazione dell'offerta.

Dati i vincoli di cui si è parlato all'inizio - limitatezza del fattore suolo, e l'opportunità di conservare ed eventualmente incrementare la rendita posizionale- lo sviluppo, che attraverso il PPES il Parco vuole promuovere, deve comportare importanti cambiamenti nei processi economici che articolano l'area. Anziché continuare ad aumentare la scala di questi processi -costruzione di nuove residenze di villeggiatura, di nuovi alberghi- appare preferibile aumentarne la qualità e cioè, attraverso una riqualificazione dell'offerta, aumentare il valore dei beni e servizi prodotti e venduti localmente e per questa via aumentarne il prezzo.

Infine, il fatto che il distretto ricada all'interno di un'area protetta rende più stringente la necessità che la riqualificazione dell'offerta turistica venga orientata ad un generale criterio di sostenibilità dell'attività economica. Si tratta in questo caso di una necessità che emerge con forza dalla condizione di tutela ma che esiste comunque anche al di fuori di regimi speciali di gestione dell'ambiente cui è soggetta l'area del Monte Conero.

La strategia proposta nelle pagine seguenti riflette nel contenuto e sintetizza le considerazioni e le relative implicazioni sin qui svolte.

La spesa turistica deve:

- attivare la filiera nella misura in cui ciò è possibile ad un sistema locale di produzione moderno, cioè specializzato;
- riqualificare la produzione turistica informandosi a due orientamenti:
 1. attuare una conversione delle imprese turistiche verso una gestione eco-compatibile, l'obiettivo finale è quello di acquisire una eco-label, un'etichetta di eco-turismo, ed intercettare così un flusso crescente del mercato turistico, orientato verso mete naturalistiche, e verso consumatori sensibili ai temi ambientali.
 2. innalzare gli standard di fruizione delle strutture ricettive, la necessità di un miglioramento dei servizi offerti in questo caso nasce dalla loro inadeguatezza. Si tratta certamente di un'opzione che richiede investimenti, come tutte le ristrutturazioni, ma offre nel medio termini la possibilità di guadagni maggiori.

In conclusione è opportuno accennare alle difficoltà che si devono affrontare nell'intraprendere il processo di riqualificazione dell'area. Innanzitutto la riqualificazione deve essere complessiva e non solo limitata alle strutture ricettive. Ancora una volta è bene ricordare che i valori estetico formali espressi in un territorio nascono dalla relazione delle forme dei singoli oggetti (manufatti edilizi ma non solo) in esso presenti. Riqualificare quindi solamente gli alberghi, senza intervenire nei nuclei urbani nel complesso, può non generare gli effetti desiderati.

E' proprio l'ampia portata degli interventi cui Procaccini fa riferimento nel quaderno "Un quadro delle scelte urbanistiche del piano del parco e alcune proposte per la qualificazione economica del Conero" che genera le difficoltà di cui si vuole rendere conto. Infatti, così come la crescita del patrimonio immobiliare ha avuto luogo nell'arco di circa 30 anni, così i progetti di riqualificazione non possono essere realizzati in un arco di tempo molto inferiore. Le difficoltà da parte dei decisori politici di attuare interventi coerenti ad una visione strategica di lungo periodo sono note. Infine, imporre progetti di riqualificazione che in qualche modo incidano sulla sfera dei diritti di proprietà, può costituire, e così è stato sino ad ora, un ostacolo insormontabile.

Infine, un'osservazione sui rapporti tra "mondo del parco" e "mondo agricolo"³. In genere tra questi due mondi esiste un problema di rapporto; invece sembra possibile e opportuno stimolare una integrazione fra questi due comparti, prendendo spunto dai regolamenti (e dai finanziamenti) della U.E. per l'incentivazione dell'agricoltura leggera, il 2078 (colture meno intensive), il 2080 (rimboschimento), il 2092 (produzioni biologiche) (si veda: Settimo Rapporto sul Turismo, 1997, pag. 351).

4.1 Aumento della capacità di attivazione economica

Il turismo ha una ben nota valenza legata sia:

1. alla funzione redistributiva spaziale del reddito dai luoghi in cui esso è prodotto a quelli di destinazione delle vacanze, che
2. alla sua forte capacità di attivazione economica, ovvero alla sua capacità di generare reddito e occupazione aggiuntivi ben oltre i settori strettamente turistici, coinvolgendo direttamente o indirettamente l'intero sistema economico e sociale in cui esso si manifesta.

Questa particolare capacità di attivazione intersettoriale, che differenzia il turismo dagli altri atti di consumo, è legata alle caratteristiche proprie della domanda turistica che è notoriamente complessa e congiunta ovvero simultaneamente rivolta verso un insieme di beni e servizi tra loro legati da un rapporto di complementarità più o meno diretta.

Per effetto delle interdipendenze settoriali di cui è al centro, il turismo può generare tre tipi di attivazione economica:

- *attivazione diretta*, se si considerano gli effetti, in termini di produzione, valore aggiunto e occupazione, generati dalla spesa turistica sui settori direttamente coinvolti dalla domanda turistica (settore ricettivo, dell'intermediazione, dei trasporti, ecc.). Quando la spesa interessa settori non strettamente turistici (attività

³ Questo argomento è trattato in modo più dettagliato nei Quaderni del Parco n.5 (L'agricoltura nel Parco del Conero), n.7 (La politica agricola comunitaria nel Parco del Conero) e n.8 (Strumenti e idee per lo sviluppo rurale del Parco del Conero).

culturali, commerciali, del credito, ecc.) si parla di capacità di attivazione economica a valle della produzione turistica;

- *attivazione indiretta*, se si considerano anche gli effetti interindustriali ovvero tutti gli effetti di sviluppo produttivo che si manifestano a monte della spesa e dell'investimento stessi, per effetto della domanda di input che ogni settore rivolge ai settori fornitori. Il consumo di prodotti alimentari attiva la produzione agricola e le varie imprese di trasformazione alimentare;
- *attivazione indotta*, riferendosi agli effetti generali della domanda di consumo proveniente dai percettori di reddito nell'attività di supporto diretto o indiretto alla domanda turistica (effetto keynesiano).

La capacità di attivazione economica della spesa turistica dipende essenzialmente a) dalle caratteristiche del sistema produttivo locale e b) dal modello organizzativo assunto dalla produzione strettamente turistica locale.

- a) Le caratteristiche del sistema produttivo locale, e più precisamente il relativo grado di diversificazione ed efficienza produttiva, è molto importante per consentire al territorio di internalizzare la maggior parte degli effetti diretti, indiretti ed indotti provocati dagli investimenti e dalla spesa turistica.

L'attivazione *a valle* della produzione si verifica solo se al di fuori dei complessi ricettivi esiste un sistema commerciale e di servizi locali in grado di soddisfare e stimolare un'articolata spesa turistica.

Gli effetti moltiplicativi della domanda turistica sull'ammontare della produzione si verifica se tra i settori del sistema economico locale esiste una spiccata interdipendenza ovvero un elevato grado di integrazione che consente di soddisfare la domanda di input di produzione senza doverli importare dall'esterno.

- b) Il modello organizzativo locale della produzione turistica può essere:

integrato cioè caratterizzato dalla presenza di grandi strutture in grado di fornire al suo interno l'intero prodotto turistico oppure ad ospitalità diffusa, dove per fornire un analogo prodotto turistico ci si basa sull'attività di una molteplicità di imprese operanti in settori differenti.

Abbiamo visto che la spesa turistica è in grado di attivare l'economia locale a vari livelli coinvolgendo più settori e non soltanto quelli strettamente turistici. Abbiamo anche individuato brevemente le condizioni che determinano la capacità di attivazione della spesa turistica. Essa è tanto maggiore quanto più la modalità organizzativa della produzione turistica ha le caratteristiche dell'ospitalità diffusa e il sistema produttivo locale diversificato e caratterizzato da spiccate interdipendenza.

-la proposta-

In relazione a quanto è stato sin qui spiegato si possono formulare le seguenti proposte:
Incentivazione dell'utilizzo da parte degli esercizi alberghieri e della ristorazione di prodotti di origine locale.

Si raggiungono in questo modo due obiettivi:

- Si fornisce un mercato di sbocco, protetto, ai prodotti locali. Oltre a costituire ulteriori possibilità di reddito è possibile in questo modo orientare la produzione verso prodotti di maggiore qualità o a maggiore valore aggiunto. Questo tema si salda naturalmente a quelli proposti per quanto riguarda l'agricoltura.
- Si rafforza l'immagine turistica dell'area del Conero, connotando così la pratica turistica non solo come "consumo" di paesaggio ma anche di prodotti locali. Si rafforza inoltre l'eco-identità dell'area.

Declinando nel distretto turistico del Conero l'analisi teorica alcune considerazioni possono essere tratte. Il modello organizzativo della produzione turistica, caratterizzato dalla presenza di numerose imprese, è certamente quello che consente uno sviluppo più equilibrato per il sistema locale, la spesa turistica viene dispersa a favore di un numero ampio di operatori economici piuttosto che verso pochi soggetti.

Per quanto riguarda invece le caratteristiche del sistema locale di produzione, queste non paiono essere così diversificate quanto sarebbe auspicabile, almeno per alcuni settori, e certamente comporta la dispersione di una parte della spesa turistica all'esterno.

L'esperienza dei parchi italiani, benché in larga parte conseguenza di attività che insistono su aree di valore naturalistico e di dimensioni ben maggiori di quelle del Conero, possono essere utilmente riassunte, per dare un'indicazione di massima del tipo di attività stimolate dalla presenza stessa del parco, oltre, naturalmente, a quelle strettamente ricettive (per un elenco più dettagliato si veda l'Ottavo Rapporto sul Turismo, 1998):

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - escursioni e visite guidate a piedi, a cavallo, in bicicletta - noleggio biciclette, noleggio barche, - educazione ambientale, didattica ambientale - vendita prodotti tipici, vendita prodotti biologici - pubblicazione materiale documentario - attività per ragazzi - palestre |
|--|

4.2 Il turismo congressuale

Le Marche risultano una regione sottodimensionata riguardo al turismo congressuale, ciò in riferimento a due considerazioni: innanzitutto perché il peso della regione sul totale nazionale si è quasi dimezzato nell'ultimo decennio (seppure con una lieve ripresa finale); in secondo luogo perché le regioni centrali sono quelle che attraggono il maggior flusso (probabilmente proprio a causa della loro posizione geograficamente strategica).

I flussi di turismo congressuale privilegiano di gran lunga piccole città tra le localizzazioni urbane (che rappresentano il flusso prevalente di offerta con quasi il 60%), e località di mare nel caso delle località turistiche (che coprono il restante 40% circa dell'offerta); appare persino banale osservare che questi due elementi caratterizzano contemporaneamente l'area specifica del Parco del Conero, ad un tempo parco ed area urbana (confinante), tanto che la proposta del gruppo di studio è di considerare il Conero, appunto, alla stregua di un parco urbano.

L'interesse per il turismo congressuale sta nella sua marcata "aciclicità" rispetto a quello turistico, nel senso che tende a concentrarsi nelle stagioni tipicamente lavorative e dunque al di fuori dei periodi tipici di vacanza.

La presenza del parco, di una funzionale infrastruttura di comunicazioni (aeroporto, autostrada, porto, treno) e quindi di una facile accessibilità dell'area, di tutte le occasioni dirette che potrebbero essere offerte dalla presenza dell'area urbana che circonda il parco, a cominciare dalla città di Ancona (Università, Ospedali, Regione, ecc.), rendono questo tipo di turismo un potenziale interessante. Le strutture ricettive dovrebbero però essere

adeguatamente strutturate, nel senso di essere in grado di offrire tutta l'infrastrutturazione e i servizi necessari a questo tipo di turismo.

4.3 Turismo sostenibile e l'eco label

Una interessante funzione che il turismo può assumere va esattamente nella direzione opposta a quella che, in molti casi concreti, si è effettivamente verificata storicamente: è probabilmente "immagine" comune pensare alle notevoli conurbazioni dovute, in molte aree, allo sviluppo turistico e alla forte incidenza, in senso squilibrante, sugli assetti territoriali. Invece, il turismo può assumere anche una connotazione opposta, nel senso di favorire il riequilibrio del territorio e la difesa delle risorse territoriali; sebbene questa possa essere un'eventualità maggiormente esperibile in aree vaste e a reddito medio più basso, in parte anche un'area come questa può sfruttare la possibilità offerta per diminuire la concentrazione della pressione sui centri urbani. A questo fine sembrano rilevanti la promozione dell'agriturismo, il "peso" (in termini di ricettività ma anche di proposte culturali e ludiche) dei piccoli nuclei abitativi dell'area del parco, ecc.

E' noto che il turismo italiano è "trainato" dalla presenza degli stranieri; la moneta unica europea, come in altri settori, rende non più proponibili "svalutazioni competitive" che hanno avuto notevole ruolo nel passato (anche recente); nel contempo, la concorrenza da parte di altre aree è di molto aumentata.

Se si osserva che:

- per ciò che riguarda la spesa pro-capite giornaliera dei turisti stranieri, le Marche si collocano agli ultimi posti della graduatoria delle regioni italiane.
- la dimensione estremamente ridotta dell'area del Parco e la sua ridotta "wilderness", da un lato non rende proponibili molte possibilità (turismo enologico, turismo nei parchi, ecc..) dall'altro consente di poter sfruttare anche "nicchie" di mercato in modo efficace
- il turismo "ambientale" sta emergendo come un segmento particolarmente dinamico (sul quale è comunque da prevedere una competizione diretta, su questo aspetto specifico, da parte delle località della sponda orientale dell'adriatico)

Si deve concludere che su questa strada è molto importante muoversi bene e presto (per accumulare i vantaggi da "first starter")

Anche se non esistono però dati certi sul turismo nei parchi e nelle aree protette, a causa di stime dai metodi molto diversi. Tuttavia l'impressione generale è di un incremento di questo tipo di turismo

Per tali ragioni sembra importante che l'area si proponga come un'area di turismo "pregiato", innalzando gli standard qualitativi (e dunque i prezzi dell'offerta turistica e i redditi degli operatori).

La sostenibilità del turismo è tema lungamente dibattuto anche al di fuori delle forme che esso assume nei parchi naturali. Pure in programmi d'azione d'ampio respiro quali quelli contenuti in Agenda 21 viene ricordata l'ambivalenza delle attività turistiche rispetto lo sviluppo sostenibile dei sistemi locali. I rischi derivanti dall'assenza di qualche forma di controllo sono stati ben delineati in occasione della Conferenza di Lanzarote (Isole Canarie) nel 1995, dove enti locali e organizzazioni dei governi nazionali discussero della sostenibilità ambientale e sociale di certe pratiche turistiche.

L'emergere di questi temi assume ovviamente particolare rilevanza in luoghi, come appunto i parchi naturali, sorti allo scopo di preservare ecosistemi fragili paesaggi e il

patrimonio culturale cioè dove, in conclusione, la fruizione turistica incontrollata dei luoghi e della cultura può avere effetti negativi. Proprio per fornire una soluzione a queste problematiche la Federazione Parchi Europea, sulla scorta di numerose esperienze registrate anche al di fuori del regime delle aree protette, ha redatto la Carta del Turismo Sostenibile che contiene le indicazioni e gli orientamenti da imprimere alla gestione turistica a livello locale.

L'adozione di tale Carta impone la riconversione delle imprese del settore turistico verso una direzione di minor impatto ambientale ed di maggior sostenibilità.

In appendice è stata inserita la traduzione (a cura dello scrivente) di un protocollo di iniziative e soluzioni da adottare allo scopo di gestire un'impresa turistica in maniera ecologicamente responsabile. Ovviamente il protocollo assume talvolta toni radicali, in altri passi è invece fin troppo generico ed impreciso. Nel complesso, tuttavia, è possibile delineare un numero di azioni concrete che consentono, una volta intraprese di acquisire l'etichetta ecologica. E' questa in conclusione l'obiettivo della proposta:

-la proposta-

acquisire una eco-label e, attraverso questa caratterizzazione, intercettare una parte di quel numero crescente di turisti sempre più interessati ai temi ambientali e sempre più desiderosi di frequentare mete turistiche naturalistiche.

Il protocolli di gestione necessarie per acquisire l'etichetta di eco-turismo si articolano in alcune categorie d'intervento:

- iniziative e comportamenti rivolti a ridurre i consumi energetici,
- a ridurre i consumi d'acqua,
- a ridurre la creazione di rifiuti solidi ed il loro smaltimento,
- a controllare le emissioni di liquidi e gas nell'ambiente,
- a eliminare fonti di contaminazione e prodotti dannosi per l'ambiente,
- alla conservazione del paesaggio,
- ad orientare le scelte del fornitore.

Il TUI, il più grande operatore turistico tedesco, organizza ogni anno un premio da attribuire all'esercizio alberghiero che compie i maggiori sforzi per ridurre l'impatto ambientale che la sua gestione comporta. Sempre il TUI ha dato vita ad una serie di protocolli d'azione con distretti turistici al fine di rendere più sostenibile la fruizione turistica di certe destinazioni. Questa strada è stata seguita dal Tirolo austriaco nel 1998, accordi di questo tipo con destinazioni turistiche sono state inoltre realizzati anche nell'isola di Maiorca, a Creta nella Repubblica Dominicana, e in tempi recenti dall'Emilia Romagna. Più specificamente, un esempio di applicazione pratica può essere trovato nell'isola tedesca di Borkum nel Mare del Nord, che dal 1990 ha una eco-label. Uno delle caratteristiche più notevoli è una guida per gli acquisti combinata al trattamento dei rifiuti per le imprese ed esercizi commerciali che adottano l'etichetta ecologica.

Questa piccola digressione sui casi concreti di acquisizione di etichetta ecologica nel turismo ha il solo scopo di ricordare che queste opzioni possono essere calate nel concreto. Certamente non è impensabile adottare tutte le iniziative elencate nel protocollo, tuttavia è possibile individuarne un numero minimo che, una volta assunte, consentano l'acquisizione della eco-label.

E' opportuno sottolineare che il successo di un'operazione di questo tipo ha successo una volta che altre condizioni si verificano. Data la "relativa" autonomia che esiste fra

forma - valori estetico formali- e ambiente –i livelli d'inquinamento- si può ipotizzare l'esistenza di paesaggi "belli" ma inquinati così come è possibile pensare a luoghi dove la qualità del patrimonio edilizio è molto scarsa ma i livelli d'inquinamento sono bassi . Questa eventuale dis-connessione fa sì che la ristrutturazione dell'offerta turistica riguardi non solo le pratiche di gestione e il miglioramento dei servizi ma anche gli standard paesaggistici e architettonici della destinazione turistica.

Queste considerazioni, che rimarcano la interdipendenza di molte condizioni e il coinvolgimento di molteplici attori, introducono alla consapevolezza che se la determinazione di marchi di qualità-ecologia ad hoc potrebbe avere effetti nel breve periodo, nel lungo periodo è solo un sistema di produzione "della qualità" complessivo e sistematico che può essere vincente. Per tale ragione appare ragionevole affidarsi quanto prima alle pratiche di certificazione ufficiale della qualità che stanno emergendo, muovendosi subito verso una certificazione integrata qualità-ambiente-sicurezza (ISO 9000, ISO 14000, EMAS, normative di legge nazionale) a livello di località. Tutto ciò comporta, ovviamente, un serio impegno, che va concordato e condiviso, di operatori del turismo pubblici e privati.

APPENDICE

Iniziative e soluzioni per la gestione eco-sostenibile delle imprese turistiche

ENERGIA

Azioni

- Minimizzare il consumo di energia
- Massimizzare l'efficienza delle sorgenti di energia utilizzate
- Identificare i vettori più adeguati per il trasporto dell'energia
- Promuovere l'utilizzo di sorgenti rinnovabili d'energia

Idee e soluzioni

Minimizzare il consumo d'energia

Ciò coinvolge tutte le soluzioni di gestione rivolte al risparmio d'energia, l'utilizzo di strumenti e soluzioni costruttive che aiutino la riduzione del consumo.

Soluzioni di risparmio energetico negli edifici saranno ovviamente attuabili solo se introdotte nella fase di progettazione o ristrutturazione dell'edificio. Questo secondo aspetto è molto importante poiché immobili utilizzati per la ricettività turistica vengono riammodernati normalmente ogni 15/20 anni. Studi condotti in altri casi, hanno evidenziato, nell'implementare misure di risparmio energetico, un effetto dei costi fra il 2% ed il 6%, a seconda delle dimensioni coinvolte.

Adottare sistemi passivi negli edifici

- Sistemi di circolazione dell'aria e di isolamento del calore.
- Promuovere una disposizione dei luoghi tale da consentire il massimo sfruttamento della luce naturale.
- Introdurre tecniche costruttive e materiali che consentano l'accumulazione del calore delle radiazioni solari o di correnti d'aria per il raffreddamento.
- Includere linee guida bio-climatiche nel design.

Illuminazione

- Controllo dei livelli eccessivi di illuminazione artificiale.
- Utilizzo di tinte e colori che facilitino il risparmio di illuminazione.
- Utilizzo di lampadine a basso consumo energetico.
- Riduzione dell'impatto dell'illuminazione esterna inutile (cartelloni pubblicitari, illuminazione eccessiva di balconi e facciate).
- Manutenzione adeguata del sistema d'illuminazione.

- Sistema centrale di isolamento per l'illuminazione di ciascuna unità ricettiva, sia attraverso carte magnetiche o interruttori, e informazione dei clienti riguardo la politica di risparmio energetico della società.
- Sistema di spegnimento dell'illuminazione per mezzo di sensori. Ciò previene lo spreco di energia nei corridoi e luoghi di attraversamento quando non utilizzati.

Riscaldamento, aria condizionata e acqua calda

- Ottimizzare le temperature negli spazi comuni all'interno di limiti accettabili che consentano un risparmio energetico.
- Disconnettere il riscaldamento o il condizionamento nelle aree non occupate.
- Impianto di spegnimento centralizzato e riduzione al minimo del riscaldamento e del condizionamento dell'aria nelle unità ricettive, quando non occupate.
- Utilizzo di termostati per regolare l'aria condizionata.
- Utilizzo di sistemi di spegnimento del riscaldamento e condizionamento quando finestre e terrazze sono aperte.
- Evitare l'eccessivo riscaldamento dell'acqua nei bagni al di sopra dei bisogni dei clienti ed informarli invece delle conseguenze di un uso indiscriminato di acqua calda per periodi di tempo eccessivi.
- Tutte le condotte di calore negli edifici, specialmente quelle dell'acqua per i bagni, dovrebbero essere isolate in modo appropriato con materiali adatti. Controllare che questi materiali non contengano amianto e che il processo di produzione non implichi l'utilizzo di sostanze CFC e HCFC.

Lavanderia e Cucina

- Pulire sistematicamente le superfici di scambio di calore nei frigoriferi, evitando la formazione di ghiaccio nell'evaporatore.
- Pulizia e manutenzione sistematica dei forni, delle cappe d'aspirazione etc. per assicurare una buona trasmissione di calore.
- Utilizzo di sistema centrale della gestione dell'acqua calda nelle lavanderie ad alta capacità ed evitare sistemi indipendenti.
- Separare zone calde da quelle raffreddate.
- Garantire una chiusura efficace di congelatori e celle frigorifere.

Altre misure di risparmio energetico

- Monitorare e correggere i tempi di funzionamento di tutte le apparecchiature che consumano energia.
- Nel caso di piscine riscaldate assicurarsi che siano provviste di copertura adeguata per evitare perdite di calore durante la notte.
- Quando le condizioni lo consentono, sostituire apparecchiature obsolete con altre a ridotto consumo energetico.

Miglioramento dell'utilizzo delle sorgenti d'energia

Ogni politica di risparmio e riduzione del consumo d'energia dovrebbe essere accompagnata da soluzioni che consentano un utilizzo più efficiente delle sorgenti energetiche. In molti casi infatti gli sprechi si verificano a causa di problemi d'efficienza. Principalmente per due ragioni:

1. A causa di deficienze nelle apparecchiature o per motivi di design o per obsolescenza.
2. Perché il vettore d'energia non viene adattato allo scopo. Per esempio, se si utilizza elettricità fornita da una centrale elettrica per scaldare l'acqua, l'efficienza della trasformazione è molto bassa e la perdita è di circa il 40%. Per lo stesso scopo, se si utilizza la combustione del gas la perdita è di solo il 10%.

Misure rivolte ad un miglioramento dell'efficienza

- Scegliere la più appropriata sorgente e vettore di energia per ciascun impiego e valutare l'impatto ambientale di ciascuna sorgente.
- Quando le dimensioni lo consentono, installare sistemi di riutilizzo del calore residuo in modo da migliorare l'efficienza generale.
- Il presupposto per l'efficienza ecologica globale giace nell'eliminazione dell'utilizzo di combustibili non rinnovabili e dannosi dal punto di vista ambientale.
- Sostituire macchinari obsoleti ed inefficienti.

ACQUA

Azioni

- Promuovere tutte le iniziative possibile per ridurre il consumo d'acqua.
- Introdurre sistemi per il riutilizzo dell'acqua.
- Indurre cambiamenti nell'attitudine presente nel comportamento dei turisti.

Idee e Soluzioni

- Aggiustare il volume degli scarichi dei bagni al livello minimo necessario alla loro funzione. Molti serbatoi rilasciano molta più acqua di quanta sia necessaria.
- Inserire strumenti di controllo dei flussi d'acqua come congegni di apertura o chiusura automatica delle condutture, limitando i tempi di utilizzo dei servizi comuni della struttura.
- Utilizzare nelle docce diffusori a basso consumo. Garantirne la pulizia per mantenerne l'efficienza.
- Monitorare e mantenere le condutture in buone condizioni allo scopo di evitare perdite.
- Inserire timer per il funzionamento delle docce e degli scarichi dei bagni. Per questi ultimi si può immaginare un funzionamento attraverso fotocellule.
- Regolare l'irrigazione dei giardini al minimo necessario.
- Introdurre sistemi per la raccolta dell'acqua piovana negli edifici, sui tetti o in altre superfici piane.
- Riutilizzare l'acqua degli scarichi per altri scopi. Per esempio, realizzando circuiti indipendenti per i bagni, dove l'acqua degli scarichi delle toilettes è l'acqua recuperata da docce e lavandini, oppure utilizzando la stessa per irrigare i giardini.
- Informare i clienti ed incoraggiarli a risparmiare l'acqua. Suggestire misure che possono essere adottate nelle loro attività.
- Stabilire dei nuovi regolamenti sulla frequenza con cui asciugamani e lenzuola devono essere sostituiti. Per esempio, lasciando gli asciugamani per terra il cliente richiede che essi vengano cambiati, un segnale sul letto può significare invece che le lenzuola non devono essere sostituite. La frequenza con la quale lenzuola e salviette vengono cambiate in molti hotel non possono essere giustificate in termini di igiene e rappresenta invece un ampio consumo di acqua nella lavanderia.

RIFIUTI SOLIDI

Azioni

- Prevenire la generazione di rifiuti all'origine.
- Recuperare e riciclare.
- Ridurre la produzione di rifiuti allo stretto minimo necessario.

Idee e soluzioni

I rifiuti generati da una struttura turistica variano enormemente e le soluzioni dipenderanno principalmente dal tipo di rifiuto che deve essere trattato.

I tipi di rifiuti solidi sono:

- Rifiuti organici generati da avanzi di cibo, cucine e giardinaggio.
- Rifiuti non organici generati dai servizi della struttura: bottiglie, lattine, confezioni, plastiche e pellicole in generale. In questo contesto, è possibile suddividere i rifiuti nelle seguenti partizioni: vetro, plastica, carta, cartone da imballaggio e carta speciale come il tetra-pack.
- Rifiuti e prodotti contaminati o comunque pericolosi: scarti dei magazzini con sostanze chimiche, combustibili, polveri, batterie, pesticidi, insetticidi, solventi, lacche e vernici.
- Materiali da ufficio: carta, toner, plastica, inchiostro e ricambi per computer.
- Scarti da attività di manutenzione: materiale inerte, metalli, cavi, pannelli e vetro.

Ridurre la produzione di rifiuti

- Mettere a disposizione prodotti per il bagno in dispensatori ricaricabili. Esiste già un'ampia gamma di prodotti di questo tipo disponibile sul mercato.
- Eliminare o ridurre l'uso di prodotti monouso in tutti i servizi: posateria, salviette, sottopiatte, tovaglie, bicchieri e vassoi.
- Ridurre nella maggior misura possibile l'utilizzo di piccole porzioni individuali di prodotti, poiché queste rappresentano la maggior fonte di rifiuti solidi.
- Promuovere l'uso di contenitori a rendere, principalmente per bevande: in vetro o in altri materiali riciclabili.
- Ridurre drasticamente volantini e circolari stampate riguardanti informazioni per il cliente e attività varie. Strumenti di comunicazione elettronici ed informatici e pannelli fissi (lavagne) rappresentano buone alternative.
- Ridurre, sia all'interno degli edifici che all'esterno, forme di pubblicità su supporti monouso: volantini, adesivi, etc.
- Utilizzo di sacchetti riutilizzabili (in tessuto o altri materiali) per abiti da inviare nelle lavanderie o da stirare.

- Quando servizi diretti o ausiliari richiedono l'utilizzo di sacchetti, questi dovrebbero essere riutilizzabili.
- Introdurre il calcolo di stime per la preparazione di cibi al fine di evitare sprechi, anche quando il basso prezzo non incentiva a farlo.
- In generale, provare ad aggiustare le stime degli acquisti alla domanda reale, prestando attenzione alle date di scadenza.
- Perseguire una politica di utilizzo completo di tutti i prodotti consumabili, inclusi i materiali per la manutenzione: vernici, prodotti chimici, olii, combustibili, e materiali per l'edilizia.

Riciclaggio

- Politiche di riciclaggio possono essere applicate, in un sito turistico, direttamente o indirettamente. Ad esempio riciclando e facilitando il riciclaggio o utilizzando prodotti riciclati.
- Separazione dei rifiuti organici all'origine o invio ai depositi del locale impianto di trattamento. Trattamento in loco o utilizzo a scopi agricoli precedentemente concordati.
- Raccogliere il vetro ed altri materiali per l'imballaggio o il confezionamento in contenitori separati.
- Raccolta separata degli accumulatori esauriti ed altri prodotti chimici.
- Raccolta degli oli esauriti.
- Recuperare materiali sia internamente che esternamente: pietra, legno o terra.
- Raccolta differenziata dei metalli da utilizzare dopo per nuove fusioni.
- Introdurre pratiche standard che comprendono l'utilizzo di materiale riciclato. Per esempio tutta la carta utilizzata deve essere carta riciclata.
- Le stesse pratiche dovrebbero essere estese ad altri materiali quali il vetro e quelli per l'imballaggio.
- Potrebbe risultare vantaggioso, al fine di ridurre i costi relativi al trasporto dei rifiuti, installare delle macchine compattatrici.

EMISSIONI LIQUIDE ED ATMOSFERICHE

Azioni

- Interruzione totale dell'eliminazione degli oli esausti attraverso i normali scarichi fognari.
- Eliminazione o drastica riduzione dell'utilizzo di macchinari o elettrodomestici il cui funzionamento coinvolga l'utilizzo di gas CFC.
- Monitorare la qualità e la composizione delle acque non trattate e rilasciate nell'ambiente circostante.
- Controllare l'emissione delle caldaie o altri apparecchi a combustione, ed adottare eventuali provvedimenti al fine di ridurre le emissioni inquinanti di CO₂, SO₂ e CO.

Idee e soluzioni

- Controllare che gli aerosol utilizzati non contengano CFC come propellenti e che ciò sia certificato.
- Utilizzare estintori che impieghino componenti ad atmosfera controllata come l'anidride carbonica e l'argon.
- Scegliere impianti di refrigerazione che non utilizzino CFC. Quando vecchie apparecchiature devono essere sostituite, assicurarsi che i residui vengano trattati da imprese specializzate in grado di eliminare i rischi di inquinamento.
- Installare filtri di carbonio attivo negli impianti areazione delle cucine.
- Garantire controlli accurati alle caldaie e a tutte gli impianti che utilizzino bruciatori in genere. Mantenere in buone condizioni tali impianti riduce fortemente le emissioni.
- Installare sistemi di trattamento dei rifiuti.

ELIMINAZIONE DI FONTI DI CONTAMINAZIONE E PRODOTTI DANNOSI ALL'AMBIENTE

Azioni

- Eliminare o restringere al massimo l'utilizzo di prodotti contaminanti o pericolosi.
- Eliminare o restringere al massimo l'utilizzo di quei prodotti il cui processo produttivo abbia un impatto rilevante sull'ambiente.
- Fornire informazioni e consigli riguardo le attività dei turisti che causino gravi alterazioni all'ambiente.
- Collaborare con le associazioni locali per proteggere e correggere la gestione ambientale di aree turistiche potenziali.

Idee e soluzioni

- Redigere una lista di tutti i prodotti usati potenzialmente contaminanti e identificare le alternative disponibili sul mercato innocue o a basso impatto.
- Cercare la collaborazione delle associazioni dei consumatori, autorità locali e ONG che abbiano competenza ed informazioni a proposito.
- Eliminare tutti i prodotti che contengono CFC.
- Interrompere l'acquisto di cibi che contengano conservanti dannosi.
- Minimizzare l'uso di fertilizzanti chimici, diserbanti e pesticidi. Cercare alternative ecologiche e implementare la coltura organica.
- Utilizzare deodoranti naturali o innocui.
- I detersivi e gli ammorbidenti utilizzati nei servizi di lavanderia dovrebbero essere di tipo ecologico, biodegradabili.
- Garantire che gli arredamenti non siano ottenuti da legno proveniente da foreste protette o in pericolo (specialmente quelli contenuti nella convenzione CITES).
- Eliminare la piantumazione di piante che possano alterare l'ecosistema locale.
- Cercare di utilizzare nella massima misura possibile le varietà vegetali locali.
- Informare i clienti riguardo gli effetti negativi di attività turistiche dannose per l'ambiente ed elaborare un codice di condotta per le visite nelle aree protette.
- Evitare e ridurre l'inquinamento acustico: isolare discoteche e bar, limitare i livelli di emissione acustica di telefoni, radi e televisioni ed imporre periodi di silenzio.

CONSERVAZIONE DEL PAESAGGIO

Azioni

Ridurre l'impatto sul paesaggio.
Minimizzare le infrastrutture nell'ambiente.
Restaurare le zone degradate attorno i centri turistici

Idee e soluzioni

Utilizzare schermi di vegetazione per minimizzare l'impatto visuale.
Rispettare gli ecosistemi fragili di interesse naturalistico nelle zone attorno gli impianti turistici.
Utilizzare materiali locali, appurato che ciò non arrechi danni ambientali e non provengano da zone di protezione.
Realizzare un "piano del colore", cioè che vengano definiti un set di colori da utilizzare nelle facciate degli edifici.
Definire dei vincoli stilistici da rispettare nelle nuove costruzioni o nelle ristrutturazioni delle vecchie.
Promuovere elementi decorativi che siano rilevanti per la cultura locale.
Eliminare le insegne pubblicitarie ad alto impatto visivo e sostituirle con altre ad impatto minore.
Realizzare studi d'impatto ambientale prima di ogni nuovo progetto che comporti interventi sul territorio.

FORNITURE

Azioni

Scegliere prodotti e servizi che siano compatibili con le politiche ambientali locali ed individuare eventuali alternative. Un'enfasi speciale dovrebbe essere posta sull'approvvigionamento:

- degli alimenti
- dei prodotti per l'igiene e la pulizia
- cosmetici
- prodotti per ufficio
- servizi turistici di sub-fornitura

Idee e soluzioni

- Individuare un sistema di selezione dei fornitori e dei prodotti da usare
- Informare i fornitori delle decisioni prese in materia di compatibilità ambientale
- Redigere una guida per gli acquisti da seguire in tutti i rami dell'impresa turistica
- Stabili criteri ecologici per le forniture
- Ridurre i prodotti superflui

I criteri che devono informare la selezione sono:

1. Individuare standard per ciascun bene o servizio, assegnando sempre la preferenza a quelli contrassegnati con un'etichetta ecologica riconosciuta.
2. Stabilire l'impegno del fornitore verso l'ecologia, con particolare riguardo al ciclo di vita del bene o servizio che viene offerto.
3. Dare preferenza ai prodotti locali, o quando possibile ai fornitori locali, con speciale enfasi alla riduzione degli imballaggi e alla riduzione dei costi di trasporto.

BREVE BIBLIOGRAFIA

AA.VV. (1997), *Settimo Rapporto sul Turismo*, TURISTICA, Firenze

AA.VV. (1998), *Ottavo Rapporto sul Turismo*, TURISTICA, Firenze

Candela G. (1996), *Manuale di economia del turismo*, CLUEB Bologna

CE European Communities and EUROSTAT (1995), *Tourism in Europe*, EUROSTAT Luxembourg

CEDEFOP (1994), *Le professioni del settore turistico*, Berlino

Costa P., Rispoli M. (1992), *Dimensioni dell'industria italiana dei viaggi e del turismo*, SIPI, Roma

Jafari J. (1987), *Tourism Models: the Socio-cultural aspects*, in *Tourism Management*, 8, 2,

Solinas C. (1995), *Il turismo nel nord Sardegna – Una valutazione dell'impatto economico della spesa turistica*, CIRIEC n. 99

Theobald W.F., (1994), *Global tourism. The next decade*, Butterworth Heineman, Oxford

Ufficio Italiano dei Cambi (1995), *Indagine campionaria sul turismo internazionale dell'Italia*, UIC, numero unico.

World Tourism Organization (1999), *Trends in Market Tourism*