

Una moderna strategia di marketing deve includere il patrimonio ambientale

Uno dei più diffusi luoghi comuni è la rappresentazione del “turista” come un personaggio sciocco, miope, superficiale, assolutamente incapace di rendersi conto dell’ambiente che lo circonda. E in questo modo lo troviamo raffigurato nelle vignette umoristiche, alquanto basso e grassottello, con cappello da esploratore, pantaloncini corti, e armamentario fotografico.

Fino a che si tratta di sopportare una trasfigurazione umoristica, talvolta – dobbiamo ammetterlo – ampiamente meritata, le cose possono risultare accettabili. Ma il problema diventa serio quando i luoghi comuni evolvono verso una direzione pericolosa: escono dalle pagine dei fumetti, ed entrano in un contesto culturale più ampio, condizionando dapprima i giudizi, e poi addirittura le scelte politiche.

Così accade che i “turisti” diventino oggetto di una specie di aggressione verbale via via più violenta. Non possiamo negare di sentire o leggere frequentemente frasi come queste: “orde di turisti invadono le spiagge”, “i turisti assalgono la tale località”, “i turisti sciamano nelle piazze”. Il turista viene paragonato dapprima ai barbari che hanno causato la caduta dell’Impero Romano, poi addirittura agli insetti. Non mi stupirei di leggere fra qualche giorno, nella prossima estate, di “epidemia turistica”, così raggiungeremo l’onore di essere paragonati ai batteri patogeni o ai virus. Eppure i turisti non sono una entità aliena: turisti siamo tutti noi, in periodi (per fortuna) sempre più lunghi della nostra vita.

Il turismo è la realizzazione di due fondamentali diritti dell’uomo: quello di conoscere ciò che è nuovo o diverso, e quello di potersi muovere

liberamente nello spazio. Il turismo è un formidabile strumento di pace, perché segue un itinerario virtuoso, nel quale ciò che è “diverso” genera curiosità, quindi conoscenza, comprensione, apprezzamento, amicizia fra persone prima sconosciute, e spesso fra popoli stranieri. L’esatto contrario di quel pericoloso sentiero in cui la diversità genera paura, quindi avversione, aggressività, e talvolta drammatici conflitti.

Il turismo e il suo indotto rappresentano oggi il più grande mercato del pianeta. Si calcola che nel mondo un lavoratore su sette è occupato in settori direttamente o indirettamente collegati all’attività turistica.

Del resto anche gli stessi Governi riconoscono il ruolo di promozione culturale e umana del turismo, favorendo attività di turismo sociale e di turismo scolastico per permettere anche alle fasce più deboli di usufruirne.

Smettiamo quindi di scomodare classificazioni etiche di “turismo cattivo”, senza peraltro cadere nell’errore opposto di giudicare “buono” il turismo.

Come tutte le attività umane il turismo modifica l’ambiente, e quanto più si diffonde, tanto più lo modifica. Non possiamo impedire il turismo, e non possiamo ingessare l’ambiente. Dobbiamo quindi lavorare per trovare le strade per far convivere i due sistemi, sviluppando un turismo “amico” dell’ambiente.

Se ci pensiamo bene, non esiste una contrapposizione tra essi, ma anzi esiste una stretta correlazione: il Turismo ha bisogno dell’Ambiente, perché quest’ultimo costituisce il suo più importante patrimonio; e l’Ambiente ha bisogno del Turismo per acquisire un qualsiasi valore reale.



In questo quadro i Tour Operators possono svolgere un ruolo importante e positivo, perché sono in una posizione privilegiata: hanno un rapporto diretto con i turisti (che sono i reali protagonisti del fenomeno) e possono interagire con le strutture locali delle varie destinazioni (Alberghi, Corrispondenti, Autorità amministrative, Guide, ecc.). Attenzione, i Tour Operators non hanno alcun potere nel determinare le scelte politiche, e nemmeno quelle del mercato. Essi possono solo limitarsi a mettere in contatto fisicamente le località turistiche già esistenti, con coloro che vogliono andarci. Possono però svolgere un ruolo importante sul piano informativo e formativo:

- contribuendo a una nuova comprensione dei pericoli conseguenti a uno sviluppo anomalo del turismo;

- creando una coscienza ambientale all'interno delle loro strutture, in modo che sia acquisita da tutto il personale operativo;

- cooperando in progetti di monitoraggio e salvaguardia delle località turistiche;

- stimolando nei turisti l'interesse per una più approfondita conoscenza dell'ambiente e del tessuto sociale dei luoghi in cui si recano (che significa aumentare il valore della vacanza);

- sollecitando i partners e gli operatori locali ad agire concretamente stabilendo obiettivi e politiche rispettose dell'ambiente;

- promuovendo incontri di aggiornamento e di studio (e questo meeting ne è un esempio eccellente);

- organizzando escursioni e attività sul campo con l'obiettivo di proteggere l'ambiente.

Questa è una precisa strategia di marketing, contribuisce alla salvaguardia dell'ambiente, ed ha una sostanziale valenza economica, perché tende a conservare nel tempo le caratteristiche che rendono una destinazione appetibile.

Siamo tutti ormai convinti che l'Ambiente è una risorsa finita, con tempi di rinnovamento assai lunghi, quindi è necessario farne uso con saggezza.

Vorrei sollecitare tutti gli attori del fenomeno turistico a un preciso comportamento, che sintetizzo in una semplice esortazione:

“usiamo pure l'ambiente, ma non consumiamolo”.

Per fare questo abbiamo bisogno di aiuto da tutti coloro che possono darcelo:

- dalle Autorità affinché favoriscano le Aziende che mettono in atto iniziative utili alla salvaguardia dell'Ambiente, perché queste attività producono costi supplementari, che potrebbero spingere i più meritevoli fuori mercato, favorendo i concorrenti “parassiti” dell'Ambiente,

- da Voi Giornalisti, che potete informare il pubblico mettendo in giusta evidenza le iniziative che meritano sostegno e apprezzamento,

- e soprattutto abbiamo bisogno di indicazioni tecniche, concrete, attendibili, da Voi Ricercatori, che dedicate la vostra intelligenza allo studio di questo settore. Forniteci le linee guida su cui operare, i migliori vi seguiranno, e fra questi vi permetto di esserci anch'io con PIANETA TERRA.

