

VALENTINA DELLA CORTE E MAURO SCIARELLI

ALLA RICERCA DELLA SOSTENIBILITÀ
DELLE *DESTINATION*: RIFLESSIONI
E PRIMI RISCONTRI EMPIRICI

1. *Il turismo sostenibile: principali definizioni*

Gli studi sull'approccio manageriale allo sviluppo turistico sostenibile rappresentano l'evoluzione di un percorso che nasce dalla consapevolezza di dover gestire i potenziali impatti ambientali, socio-culturali ed economici (Jafari 1989), determinati dal fenomeno turistico in una destinazione.

Le origini del connubio tra sviluppo sostenibile e turismo possono essere rintracciate nel Rapporto Brundtland della Commissione Mondiale sull'Ambiente e lo Sviluppo (Wced), che definisce per la prima volta il concetto di turismo sostenibile, riferendosi in particolar modo alle attività turistiche; infatti «le attività turistiche sono sostenibili quando si sviluppano in modo tale da mantenersi vitali in un'area turistica per un tempo illimitato, non alterano l'ambiente (naturale, sociale e artistico) e non ostacolano o inibiscono lo sviluppo di altre attività sociali ed economiche» (Rapporto Brundtland 1987). In tal senso, lo studio del turismo sostenibile implica l'adozione di differenti prospettive, che rivelano la complessità del fenomeno.

Negli anni successivi, numerosi studiosi si sono cimentati sull'argomento ma la maggior parte di essi non si è discostata dalla definizione originaria, probabilmente perché, seppur acerba, subito individua le caratteristiche essenziali del fenomeno: 1) temporalità, in quanto si ra-

Il presente lavoro è il frutto del lavoro congiunto tra gli autori. Tuttavia, i paragrafi 1, 2, 4 sono stati scritti da Valentina Della Corte; il paragrafo 3 è stato redatto congiuntamente dagli autori. Per il supporto alla raccolta ed elaborazione dei dati, si ringraziano Clelia Cascella e Giovanna Del Gaudio.

giona in termini di «conservazione», sia quantitativa sia qualitativa, delle risorse esistenti («tempo illimitato»); 2) logica *overlapping*, in quanto supera la settorialità della sostenibilità legata all'ecosistema, invocando un equilibrio con altre dimensioni, come quella economica e quella sociale, in termini di integrazione e per certi aspetti sovrapposizione («non ostacolano o inibiscono [...] altre attività sociali ed economiche»).

In un'ottica comparativa possiamo quindi affermare che tutti gli studiosi che hanno affrontato il tema hanno condiviso la definizione della Wced; i pochi che hanno rielaborato la definizione si sono focalizzati in particolar modo sul rapporto turista-residente e sull'importanza di preservare e rispettare quest'ultimo, ossia la comunità locale, dagli impatti dei processi turistici (Swarbrooke 1999; Lim e Cooper 2009).

È interessante notare che nell'evoluzione degli studi e delle riflessioni sul tema, si accentua nel tempo anche la logica sottostante di integrazione e co-progettazione del sistema di offerta, in armonia con il processo di tutela e valorizzazione del patrimonio di un territorio, nelle sue diversi componenti.

Da queste riflessioni nasce e si sviluppa il presente lavoro di ricerca, che intende focalizzarsi sull'approccio manageriale allo sviluppo turistico sostenibile (Buckley 1998; Wight 1998; Page e Connell 2008), rintracciando i principali contributi letterari sul tema. Considerati, infatti, i molteplici aspetti e la complessità di cui si connota questo argomento, è interessante capire se la letteratura sul tema sia esaustiva o se necessiti di ulteriori approfondimenti per colmare eventuali gap che emergono dalla sistematizzazione dei contributi.

2. *Lo sviluppo turistico sostenibile in ottica manageriale*

L'approccio manageriale allo sviluppo turistico sostenibile implica una logica *overlapping* tra la prospettiva da domanda e quella da offerta e l'individuazione di un'unità

di analisi che permetta di stabilire una serie di legami tra le due dimensioni: la destinazione.

Una destinazione (nel linguaggio internazionale, *destination*), infatti, è definibile come un sistema integrato di fattori di attrattiva (risorse naturali, culturali, enogastronomiche, ecc.) e strutture di promozione e gestione dell'ospitalità (accoglienza, istituzioni, trasporti, ristorazione, ecc.) e può essere analizzata secondo il modello delle 6A (Della Corte 2009)¹.

La destinazione, quindi, è il luogo in cui si potrebbe espletare il paradigma della sostenibilità nelle tre dimensioni universalmente note: economica, sociale ed ecologica. Tale condizione si verifica soltanto nel momento in cui si avvia un processo di *destination management*, attuato da una *Destination Management Organization* (Dmo), con la presenza di un soggetto guida dello sviluppo turistico e di governo del territorio (Della Corte e Sciarelli 2012).

Dal lato dell'offerta, l'obiettivo è preservare la destinazione nel lungo periodo, ovvero gestire equamente le risorse presenti sul territorio per ottenere un vantaggio competitivo sostenibile. In tale ottica, è importante considerare le risorse territoriali, gli interessi degli *stakeholders* della destinazione e le capacità nel raggiungimento di obiettivi di efficacia e di efficienza in un'ottica sistemica.

È opportuno chiedersi in che modo gli organi di *governance* e le singole imprese del settore adottino standard di performance che integrano i tre aspetti della so-

¹ Le 6A fanno riferimento (Della Corte 2009; 2012): all'*access*, inteso sia come accessibilità verso la destination che rispetto alla mobilità interna alla stessa; alle *attractions*, riferite ai fattori d'attrattiva locali; all'*accommodation* (imprese ricettive); alle *amenities*, ossia a tutti quei servizi che concorrono alla formazione di formule integrate di offerta (ristoranti, shopping center, locali notturni, ecc.); agli *ancillary services*, che possono far riferimento sia a tour, escursioni e visite della città, che al lavoro degli enti pubblici locali; infine, all'*assemblage*, quell'attività che rivolge l'attenzione verso tutte quelle forme di cooperazione e co-produzione tra gli attori turistici locali per la creazione di prodotti ed esperienze da vivere sul territorio.

stenibilità. Il primo *step* è individuare un efficace strumento di analisi che suggerisca politiche di gestione sostenibili.

La maggior parte della letteratura in materia (Elkington 1997; 2001; Lehtonen 2004a; 2004b; Dwyer 2005) ritiene che la *Triple Bottom Line* (Tbl) sia un utile strumento per rendere il sistema di offerta sostenibile a livello sia macro (destinazione) sia micro (singola impresa), come dimostrano gli indicatori riportati in figura 1². In tal senso, dalla definizione di Liburd e Edwards (2010), emerge che la Tbl è uno strumento di programmazione, reporting e *decision-making* utilizzato dalle organizzazioni pubbliche e private, sia per raggiungere uno sviluppo sostenibile (valenza interna) che per divulgare i risultati raggiunti nell'ambito delle politiche sostenibili adottate (valenza esterna).

La Tbl è un utile *framework* teorico che cattura un *set* di valori, elementi e processi (Elkington 1998) che guidano gli organi di *governance* della destinazione e le aziende che compongono il sistema verso scelte sostenibili. Numerose sono le critiche rivolte a questo strumento, quali: 1) la mancanza di una logica *overlapping* tra le tre dimensioni, in termini di sinergie esistenti; 2) l'esistenza di obiettivi conflittuali appartenenti alle differenti dimensioni della sostenibilità (Upton 2002); 3) l'assenza di una gerarchia tra i tre pilastri della sostenibilità, in quanto alcuni autori affermano il prevalere di una delle tre dimensioni sulle altre (Dubois e Mahieu 2002; Lehtonen 2004); 4) la non sempre nitida differenziazione dei fattori nelle suddette variabili; 5) la soggettività nella parametrizzazione delle variabili, positive e negative, connesse a ciascuna dimensione. Inoltre, nell'ambito dello studio di una destinazione turistica, seppur la Tbl aiuti nella compren-

² Gli indicatori presenti nella *Triple Bottom Line* (fig. 1) elaborata da Liburd e Edwards (2010) si basano, perlopiù, sulle fonti web della *Global Reporting Initiative* (Gri) integrate con altre fonti provenienti dallo studio di operatori del settore, così come il *Tour Operators' Sector Supplement* (Gri 2002) (Liburd e Edwards 2010, 134).

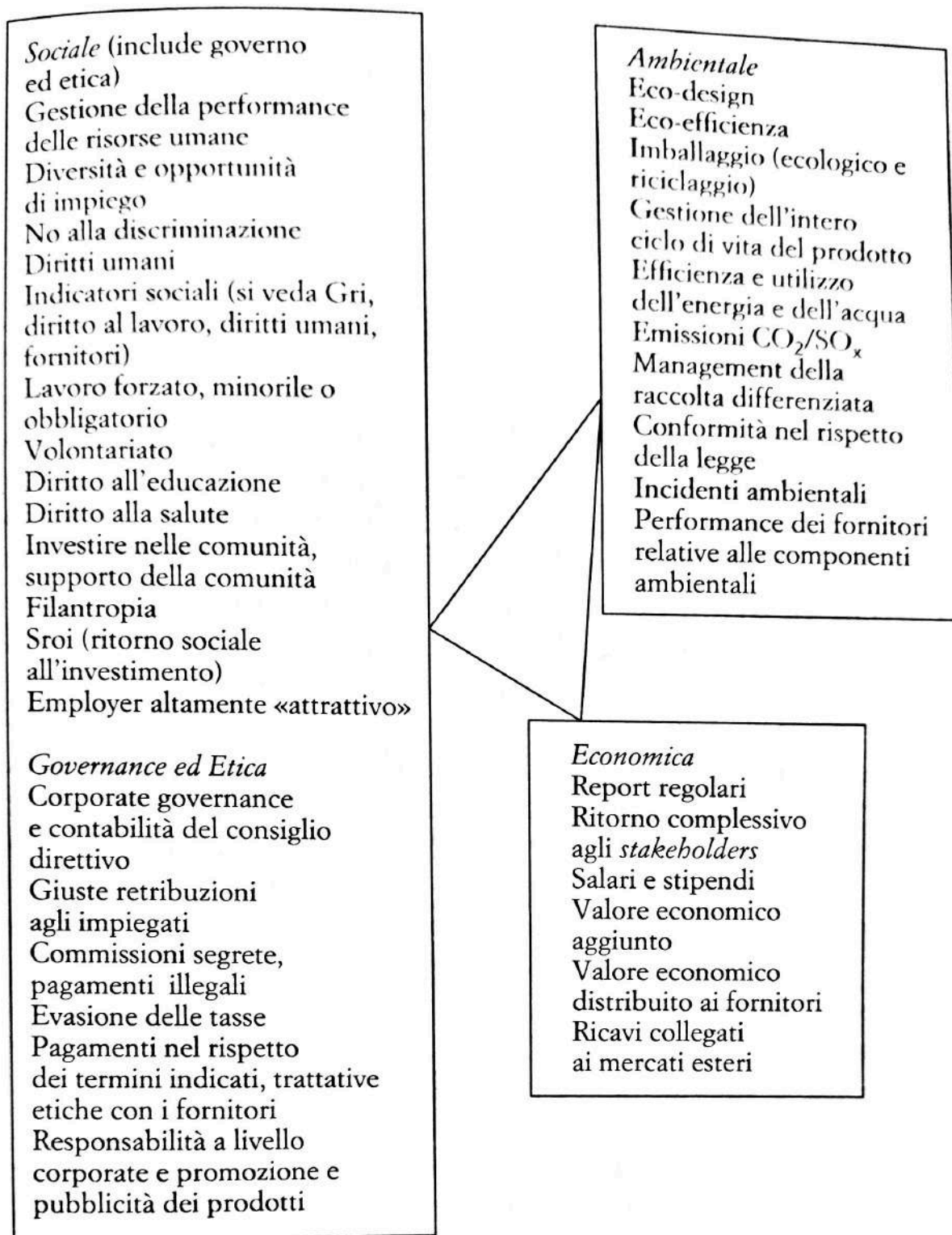


FIG. 1. La *Triple Bottom Line*.

Fonte: Tradotto da Liburd e Edwards (2010).

sione dell'orientamento alle scelte strategiche di fondo, bisogna sottolineare che questo strumento non individua il posizionamento e, quindi, lo *status* della destinazione

(sostenibile o non sostenibile) rispetto alla domanda. Inoltre, è difficile definire le soglie di accettabilità dei parametri e/o effettuare un benchmark tra destinazioni. È in tal senso condivisibile l'impostazione di taluni studiosi (Tae Gyou Ko 2003), che hanno distinto le realtà esaminate in due macro-categorie: sostenibili e non sostenibili, sulla base di una serie di variabili, sottolineando la difficoltà e soggettività nell'attuazione di scale di valutazione, che richiederebbero parametri in termini di *benchmark* altrettanto soggettivi.

Il modello di Weaver (2000), in tal senso, rappresenta un valido *framework* teorico in quanto, attraverso l'incrocio delle due variabili (l'intensità dello sviluppo turistico e la regolamentazione del settore), consente di identificare «i livelli di sviluppo turistico sostenibile di una destinazione» (Franch *et al.* 2011) e quindi di capire quale sia il posizionamento attuale della destinazione e quali siano le azioni manageriali attivate o da attivare³.

Per una corretta applicazione di tale modello bisogna però comprendere in che termini possano essere declinate le sue variabili. Le tabelle 1 e 2 analizzano in che modo alcuni studiosi approfondiscono la regolazione e l'intensità, quali *proxy* della sostenibilità; alcune di queste sono anche utilizzate nel modello di Weaver (tab. 2).

Rispetto all'importanza delle variabili del modello, alcuni autori (Liburd e Edwards 2010, 28) ritengono che l'intensità e la valutazione degli impatti positivi e/o negativi che il fenomeno turistico può determinare dipendono in larga misura dal *framework* di politiche, norme e strumenti adottato dagli organi di guida strategica del territorio.

Dall'analisi delle *proxy*, emerge che, rispetto alla variabile della regolazione, numerosi autori parlano di regolamentazione governativa (Leslie 2012; Mawforth e Munt 2009; MakeMoneur 1995), di autoregolamentazione del settore (Mawforth e Munt 2009; Collin 2002), di norme

³ Il modello di Weaver è ampiamente trattato nell'introduzione.

TAB. 1. Proxy delle variabile «Regolazione»

Autore/i	Anno	Regolazione
Collin*	2002	Autoregolamentazione di settore
Mawforth e Munt*	2009	Legislazione governativa Regolamentazione dettata dalle associazioni professionali Regolazione e controllo internazionale Autoregolamentazione
Franch**	2011	Corporate Social Responsibility (Csr) Interventi di indirizzo della politica turistica (piani urbanistici, piani per la raccolta differenziata, piani per l'interconnessione della mobilità, ecc.) Decisioni operative Incentivi/disincentivi
World Economic Forum*	2011	Norme e regolazioni politiche Sostenibilità ambientale Salute ed igiene Priorità
Franch, Martini e Della Lucia**	2011	Percentuale di superficie protetta Numero di certificazioni ambientali per abitante Grado di diffusione della raccolta differenziata Grado di concentrazione delle seconde case
Leslie*	2012	Regolamentazione governativa (management della raccolta dei rifiuti)

* Studiosi ed organizzazioni che non hanno utilizzato il modello di Weaver.

** *Weaver's followers*.

Fonte: Ns. elaborazione.

e regolazioni politiche (World Economic Forum 2011; Mawforth e Munt 2009), così come di regolamentazione internazionale e di *Corporate Social Responsibility* (Mawforth e Munt 2009)⁴. È interessante sottolineare che le

⁴ Le forme di regolamentazione richiamate differiscono in base alla diversa legittimazione: nel caso della regolamentazione governativa, centrale o locale, la legittimazione è data dalle norme, cioè dalla legge; nel caso delle forme di autoregolamentazione o di *Corporate Social Re-*

TAB. 2. Proxy della variabile «Intensità»

Autore/i	Anno	Intensità
Franch, Martini, Della Lucia**	2011	Grado di turisticità Specializzazione turistica Grado di utilizzo della capacità ricettiva Permanenza media
Avena e Giacalone*	2012	Arrivi turistici nell'area considerata Presenze turistiche nell'area considerata

* Studiosi ed organizzazioni che non hanno utilizzato il modello di Weaver.

** *Weaver's followers*.

Fonte: Ns. elaborazione.

proxy della variabile regolamentazione appena analizzate non sono collegate al modello di Weaver né da un punto di vista teorico né empirico, mentre alcuni studiosi (Franch *et al.* 2011), che definiamo *Weaver's followers*, hanno declinato tale variabile per l'applicazione empirica del modello, utilizzando la percentuale di superficie protetta, il numero di certificazioni ambientali per abitante, il grado di diffusione della raccolta differenziata, il grado di concentrazione delle seconde case, gli interventi di indirizzo della politica turistica, le decisioni politiche e gli incentivi/disincentivi come proxy della regolamentazione.

Per quanto riguarda l'intensità, gli arrivi e le presenze (Avena e Giacalone 2012) così come il grado di turisticità, la specializzazione turistica, il grado di utilizzo della capacità ricettiva e la permanenza media rappresentano utili variabili per misurare l'intensità dei flussi turistici.

È tuttavia opportuno sottolineare alcuni limiti fondamentali di questo modello:

1. alcuni studiosi (Schianetz *et al.* 2007) evidenziano l'assenza di un *framework* teorico che studi contempora-

sponsibility, essendo attività per definizione volontarie e non regolate dalla legge, la legittimazione è legata al sistema di valori dei soggetti che le adottano (Sciarelli 2012).

neamente le tre dimensioni della sostenibilità (ambientale, socio-culturale ed economica). È opportuno chiedersi se la variabile della regolamentazione, attraverso l'utilizzo di determinate *proxy*, sia un'espressione esaustiva dei tre pilastri della sostenibilità;

2. è necessario capire se una distinzione di confini così netta tra destinazione di nicchia e destinazione di massa sia oggi possibile. Infatti, c'è chi sostiene che attualmente si assiste a una «massificazione del turismo di nicchia e a una stratificazione del turismo di massa» (Della Corte 2004). Inoltre, nei processi di differenziazione dell'offerta rispetto ai target di domanda, alcuni segmenti possono essere di massa, altri caratterizzati da elementi e fattori distintivi, fino a divenire anche di nicchia.

Affinché si attivi uno sviluppo turistico sostenibile in chiave manageriale, è necessario che si avvii un processo di *destination management*, basato su un approccio olistico per la pianificazione, per le politiche e per lo sviluppo del territorio, che possano garantire un'equa distribuzione dei benefici tra tutti i soggetti interessati (*stakeholders*), la comunità locale, gli ospiti, gli imprenditori e i *policy makers* (Freeman 1984; Lim e Cooper 2009).

Secondo questa logica, pianificazione, formulazione di politiche e sviluppo in una logica integrata di offerta sono le parole chiave alla base di un corretto approccio manageriale per lo sviluppo turistico sostenibile, dove la sostenibilità è il *fil rouge* per l'attivazione di un processo di pianificazione e controllo.

La fase di pianificazione si riferisce alla formulazione di attività che devono essere (Liburd e Edwards 2010):

– orientate alla realizzazione di alcuni obiettivi fondamentali (*goal-oriented*): in tal senso, deve essere ben chiaro agli organi di *governance* il ruolo che il turismo ricopre all'interno della comunità locale per il raggiungimento di obiettivi che possano soddisfare gli interessi dei differenti *stakeholders* del sistema;

– integrative (*integrative*): una corretta programmazione strategica, secondo un'ottica sostenibile, deve tener

conto di tutti gli elementi che concorrono a formare la destinazione (si veda il modello delle 6A in Della Corte 2009);

– orientate al mercato (*market-driven*): l'attrattività è una caratteristica essenziale per una destinazione. Oggi-giorno, le destinazioni competono su scala globale ed è importante che risultino attrattive per i turisti in target;

– orientate alle risorse (*resource-driven*): le attività degli organi pivot della destinazione devono essere orientate al bilanciamento tra il rafforzamento degli *asset* strategici della destinazione e la protezione delle risorse nella fase di fruizione del territorio. Le risorse sono, infatti, fattori strategici nel processo dello sviluppo turistico sostenibile ma possono generare dei conflitti tra i pilastri della sostenibilità (ad es. tra la dimensione economica e quella sociale ed ecologica);

– di carattere consultivo (*consultive*): la pianificazione di attività sostenibili deve essere necessariamente il risultato di un processo di co-creazione attivato dagli organi di *governance* per la formulazione di offerte di valore. In questo processo, il turista, la comunità locale e gli altri attori della filiera rappresentano degli *input* fondamentali per la comprensione dei differenti interessi che sostengono la costruzione del concetto di sostenibilità;

– sistemiche: per la Dmo è importante formulare *best practices* da condividere con gli organi di *governance* di altre destinazioni; quindi, un'ottica sistemica che supera i confini territoriali per costruire e rafforzare i contenuti dello sviluppo turistico sostenibile.

Naturalmente, le suddette attività devono essere integrate con adeguate politiche di sviluppo territoriale nella direzione della sostenibilità. La Dmo svolge, in tal senso, un ruolo significativo nel processo di coordinamento con gli altri operatori locali, di monitoraggio delle politiche adottate, di definizione della regolamentazione. Di fondamentale importanza risulta, quindi, l'utilizzo di indici statistici per il monitoraggio dei risultati e per un orientamento strategico delle politiche da adottare nell'ambito di uno sviluppo turistico sostenibile.

3. *Un'applicazione empirica, in un'ottica sistemica, di possibili items dello sviluppo sostenibile. Il caso della città di Napoli*

Rispetto a quanto delineato nei precedenti paragrafi, si è operato un test empirico, volto a verificare le tre dimensioni della sostenibilità e cioè quella sociale, economica ed ambientale, con riferimento alla città di Napoli, al fine di:

- comprendere quali siano le potenzialità della città di Napoli;

- definire o ridefinire, in tutto o in parte, l'insieme degli strumenti e delle azioni necessarie per interloquire con specifici segmenti di domanda turistica (turismo culturale, naturalistico, enogastronomico, ecc.);

- consentire all'offerta del territorio di intercettare tali segmenti, costruendo proposte adeguate e coerenti, in una prospettiva di lungo periodo e in un'ottica sistemica.

Allo scopo sono stati utilizzati una serie di indici che, da una parte, sono utili per rilevare lo *status quo* nella città di Napoli e, dall'altra, possono essere validamente e utilmente considerati strumenti di analisi a supporto del processo di *decision making* e di pianificazione dello sviluppo territoriale.

3.1. *Indici per l'analisi dell'offerta turistica*

Nella letteratura sul turismo sostenibile, come visto, sono proposti diversi indici. Se ne riprendono alcuni, opportunamente integrati con altre variabili, con l'obiettivo di pervenire a un unico indice di sintesi in cui tutti gli aspetti considerati partecipano al «livello di sostenibilità globale» della città di Napoli.

Per verificare empiricamente l'attuale configurazione strategica del sistema di offerta nel napoletano e per misurare «in termini quantitativi le due dimensioni del modello di Weaver (regolazione e intensità)» (Franch, Mar-

tini e Della Lucia 2011), sono stati raccolti dati secondari i cui indici sono sintetizzati nella tabella 3.

Date le tipicità del territorio, per quanto concerne la percentuale di superficie protetta, si è deciso di considerare il perimetro che circonda il capoluogo partenopeo, in cui si concentrano le oasi, i parchi naturali e anche le aree marine protette. Tra le prime, si annoverano la Solfatara, il parco metropolitano delle colline di Napoli (la Collina dei Camaldoli, la Selva e la Masseria di Chiaiano, il Vallone di San Rocco, lo Scudillo, la Conca dei Pisani e la Vigna di San Martino), il parco nazionale del Vesuvio, il parco regionale dei Campi Flegrei e la riserva naturale degli Astroni. Tra le seconde, si ricordano invece le aree marine protette di Baia, della Gaiola, quella di Punta Campanella e il regno di Nettuno.

Rispetto agli indici di sensibilità ambientale, dall'analisi dei dati territoriali emerge la situazione indicata in tabella 4, in funzione dell'estensione delle diverse aree esaminate. È opportuno precisare che anche l'indice di sensibilità relativo alla superficie terrestre è stato calcolato prendendo in considerazione un'area più vasta rispetto al solo territorio della città di Napoli perché alcuni dei territori protetti (come, ad esempio, il Parco Regionale dei Campi Flegrei), che ne rappresentano anche rilevanti attrattori, si estendono nell'area perimetrale rispetto alla città di Napoli.

Al di là del valore numerico *strictu sensu*, gli indicatori esprimono e rilevano la sensibilità ambientale delle istituzioni pubbliche verso il territorio in cui operano. Il 15% potrebbe sembrare un valore basso, ma deve essere letto con maggiore attenzione: l'ampiezza della superficie del Golfo di Napoli include, per la maggior parte, zone di mare aperto. Se anche si considerasse il totale della costa del Golfo di Napoli⁵, si avrebbe comunque un dato non

⁵ Il Golfo di Napoli è esteso per 195 km, tra Monte di Procida e Punta Campanella, e comprende il litorale flegreo (Golfo di Pozzuoli), il litorale napoletano e vesuviano (da Portici a Castellammare di Stabia), la costiera Sorrentina ed i litorali delle isole di Ischia, Procida e Capri.

TAB. 3. Sintesi degli indici

Indice	Formula	Descrizione	Fonte
1 Indice per la rilevazione del grado di sensibilità ambientale delle Pubbliche Istituzioni	$100 * \left(\frac{AP_M}{sup} \right)$ <p>AP_M = area superficie marina protetta sup = superficie totale dell'area considerata</p>	Rapporto tra l'area della superficie marina protetta e la superficie totale dell'area considerata.	Adattamento da Franch, Martini e Della Lucia (2011)
2 Indice per la rilevazione del grado di sensibilità ambientale delle Pubbliche Istituzioni	$100 * \left(\frac{AP_T}{sup} \right)$ <p>AP_T = area superficie terrestre protetta (oasi naturali, riserve, ecc.) sup = superficie totale dell'area considerata</p>	Rapporto tra l'area superficie terrestre protetta (oasi naturali, riserve, ecc.) e la superficie totale dell'area considerata.	Adattamento da Franch, Martini e Della Lucia (2011)
3 Indice di rifiuti turistici	$R_{tur} = \frac{(R_{tot})}{P} - \frac{(R_{tot})}{P + PL}$ <p>R_{tur} = rifiuti turistici R_{tot} = rifiuti turistici R_{tot} = rifiuti totali P = popolazione residente nell'area di riferimento PL = numero totale di posti letto nel territorio</p>	Frazione di rifiuti prodotti derivante dal turismo sul totale considerando la popolazione residente nell'area di riferimento e il numero totale di posti letto nell'area di riferimento.	Avena e Giacalone (2011)
4 Indice di turisticità in riferimento agli arrivi sul territorio	$\left(\frac{ARR}{AB} \right)$ <p>ARR = arrivi AB = abitanti</p>	Rapporto tra arrivi e il totale degli abitanti.	Ns. elaborazione
5 Indice di turisticità in riferimento alle presenze sul territorio	$\left(\frac{PRES}{AB} \right)$ <p>PRES = presenze AB = abitanti</p>	Rapporto tra presenze e il totale degli abitanti.	Osservatorio Nazionale del Turismo

TAB. 3. (segue)

Indice	Formula	Descrizione	Fonte
6	Indice relativo al grado di utilizzo della capacità ricettiva $100 * \left(\frac{PRES}{Cr} \right)$ Cr = capacità ricettiva Pres = presenze	Rapporto tra numero delle presenze (su base annuale) e capacità ricettiva del territorio (esprimibile attraverso il numero di posti letto, di camere o di bagni per i giorni dell'anno).	Aica (2011)
7	Indice di densità territoriale del turismo $D = \frac{PL}{S}$ PL = posti letto S = superficie	Rapporto tra il totale dei posti letto e la superficie del territorio.	Avena e Giacalone (2011)
8	Indice di capacità infrastrutturale potenziale $PL = \text{posti letto} \cdot S = \text{superficie} \cdot (PL * 365 \text{gg}) / \text{Num. letto N.}$ AB = abitanti	Rapporto tra i posti letto disponibili sul territorio e il totale della popolazione residente.	Adattamento da Fredella (2009)
9	Indice di capacità infrastrutturale reale $PL_{occ} = \text{posti letto occupati} \cdot N.$ AB = abitanti	Rapporto tra numero di posti letto effettivamente occupato nel periodo e totale della popolazione residente.	Adattamento da Fredella (2009)
10	Tasso di occupazione della popolazione nel settore turistico $\frac{Lav_{tur}}{Lav_{tot}}$ Lav _{tur} = lavoratori impiegati nel turismo Lav _{tot} = numero totale di lavoratori impiegati in tutti i settori	Rapporto tra il numero di lavoratori nel settore turistico e il numero di popolazione occupata.	Adattamento da Fredella 2009

TAB. 3. (segue)

Indice	Formula	Descrizione	Fonte
11 Tasso di occupazione degli abitanti nel settore turistico	$\frac{PL}{N \cdot AB_{\text{sett_tur}}}$ <p>PL = posti letto N. AB_{sett_tur} = numero di abitanti impiegati nel settore turistico</p>	Rapporto tra numero di posti letto e numero di abitanti impiegati nel settore turistico.	Adattamento da Fredella (2009)
12 Contributo del settore turistico alla determinazione del Pil complessivo	$\frac{PIL_{\text{tur}}}{PIL_{\text{tot}}}$ <p>Pil_{tur} = Pil turistico (e cioè il contributo del settore turistico alla determinazione del Pil totale) Pil_{tot} = Pil totale</p>	Rapporto tra Pil turistico e il Pil totale.	Adattamento da Fredella (2009)
13 Indice di preferenza verso luoghi di interesse storico, artistico, culturale e paesaggistico	$100 * \left(\frac{Vis_{\text{tot}}}{Arr_{\text{tot}}} \right)$ <p>Vis_{tot} = numero di visitatori Arr_{tot} = arrivi</p>	Rapporto tra il numero di visitatori registrato e il numero di arrivi totali.	Ministero per i Beni e le Attività Culturali

Nota: Si precisa che per PL, e cioè per posti letto, si fa riferimento, in tutte le formule, soltanto ai dati relativi alle strutture ricettive.

Fonte: Ns. elaborazione.

TAB. 4. Valori degli indici di sensibilità ambientale

Area protetta terrestre	Estensione (in ha)	Fonte dei dati
Solfatara	33	www.solfatara.it/vulcano/it/text.php?id=informazioni&m=informazioni
Parco metropolitano delle Colline di Napoli	2.215	www.parcodellecollinedinapoli.it/parco/territorio.htm
Parco Regionale dei Campi Flegrei	7.350	www.parks.it/parco.campi.flegrei/
Riserva naturale degli Astroni	296	www.comune.napoli.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDP_agina7090
Totale superficie protetta	9.894	
Superficie della Provincia di Napoli	117.113	www.comune.napoli.it
Valore indice di sensibilità ambientale (%)	8,44	
Area marina protetta		
Area marina protetta di Baia	177	www.campaniameteo.it/davedere.php?id=98
Area marina protetta della Gaiola	41	www.areamarinaprotettagaiola.it/amp_gaiola_home.htm
Area marina protetta di Punta Campanella	1.539	www.minambiente.it/home_it/menu.html?mp=/menu/menu_attivita/&m=argomenti.html Mare.html&ree_
Regno di Nettuno	11.256	www.ambiente.rai.it/dl/portali/site/articolo/ContentItem-8t7c5cab-6eb3-4969-b021-d2007d60ef19.html
Totale superficie protetta	13.013	www.iteritalia.it/siti12/19.pdf
Totale superficie del Golfo di Napoli	87.000	
Valore dell'indice di sensibilità ambientale (%)	14,96	

Fonte: Ns. elaborazione.

particolarmente indicativo perché i chilometri di costa relativi alle aree protette rappresentano solo una parte delle aree effettivamente sottoposte a tutela. Tale valore, al pari di quello calcolato per le aree terrestri, esprime quindi una forte sensibilità da parte delle Istituzioni pubbliche.

Seguendo lo schema proposto da Franch, Martini e Della Lucia (2011), è possibile analizzare lo *status quo* relativamente ad alcune aree tematiche tra le otto individuate dal Sistema Agenziale Apat-Arpa-Appa⁶, e cioè aria, acqua, rifiuti, suolo, natura e biodiversità, energia e radiazioni, demografia ed economia, cultura ambientale e sviluppo sostenibile. In particolare, ci si sofferma sui primi tre elementi che rappresentano, a nostro avviso, buoni indicatori, da una parte, dello «stato di salute» attuale del territorio (aria) e, dall'altra, della sensibilità ambientale dei cittadini (consumo dell'acqua e livello di raccolta differenziata).

L'analisi parte dalla considerazione della qualità dell'aria, per il cui monitoraggio vi sono apposite centraline che informano, costantemente, la popolazione sul livello di PM10 raggiunto nelle zone di interesse. Secondo il rapporto Istat 2011, Napoli ha registrato 75 giornate in meno (rispetto all'anno precedente) di superamento dei limiti nei valori di PM10. Sebbene queste rilevazioni risultino incoraggianti, il rapporto Istat chiarisce però che i valori relativamente alla qualità dell'aria restano comunque critici (fig. 2).

Per quanto concerne il consumo dell'acqua (su base annua), si rileva che l'uso domestico nella città di Napoli (59,2) presenta un miglioramento rispetto al passato e risulta al di sotto del consumo medio dell'insieme dei 115 Comuni capoluogo di Provincia in Italia, il che sembrerebbe indicare una nuova sensibilità verso l'uso consapevole delle risorse idriche (fig. 3).

⁶ Apat (Agenzia per la protezione dell'ambiente e per i servizi tecnici), Arpa (Agenzia regionale per la protezione ambientale), Appa (Agenzia provinciale per la protezione ambientale).

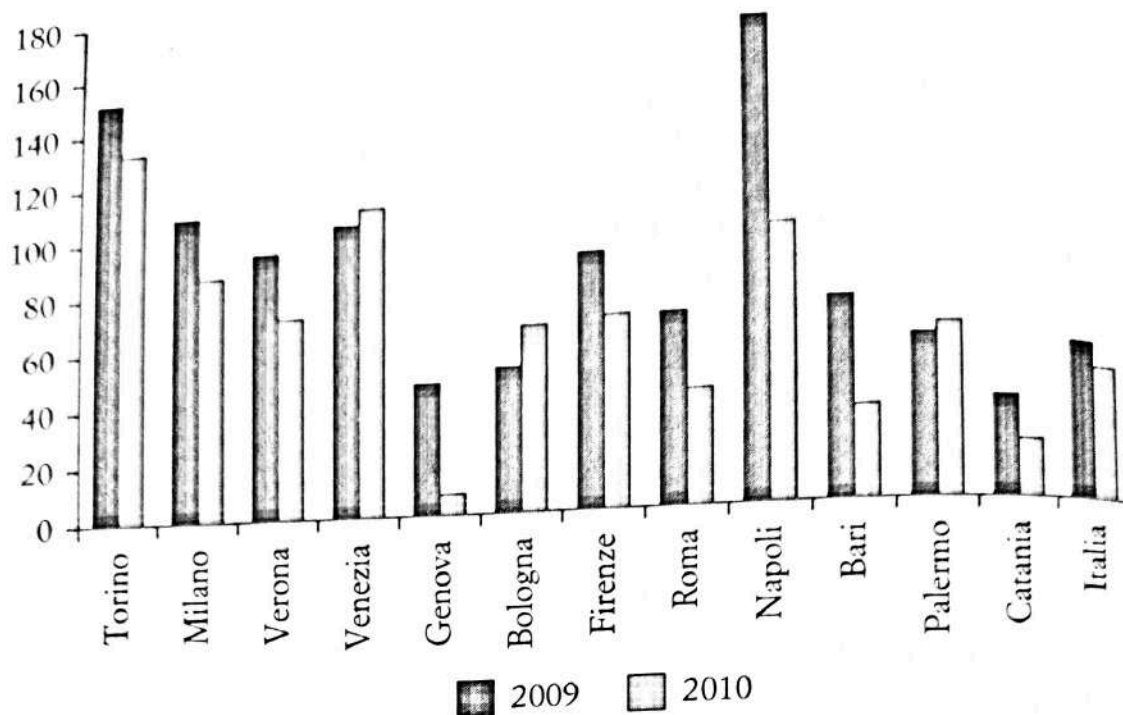


FIG. 2. Numero massimo di giorni di superamento del valore limite per la protezione della salute umana per il PM10 nei Comuni capoluogo di Provincia con popolazione residente superiore a 250.000 abitanti. Anni 2009, 2010, giorni di superamento.

Fonte: Istat, *Rapporto 2011 «Indicatori ambientali urbani»*.

Si riportano, infine, i dati concernenti il livello di raccolta differenziata. Secondo il rapporto Istat pubblicato il 30 luglio 2012, anche se la quota (su base annua) è ancora bassa a livello regionale (18,4%), la raccolta differenziata a Napoli cresce di 0,7 punti percentuali. Il dato è certamente incoraggiante, ma non certo soddisfacente (fig. 4).

Come chiaramente emerge dal grafico, infatti, il livello di raccolta differenziata è mediamente pari a 100 kg per abitante, cioè meno della metà rispetto al livello nazionale. Per leggere correttamente il dato, occorre però sapere che: 1) il miglioramento, per quanto contenuto, è certamente molto apprezzabile in una realtà in cui la gestione e lo smaltimento dei rifiuti è sempre stato un problema quasi cronico; 2) a ciò si aggiunga, inoltre, che Napoli è un grande Comune e nessun grande Comune, a

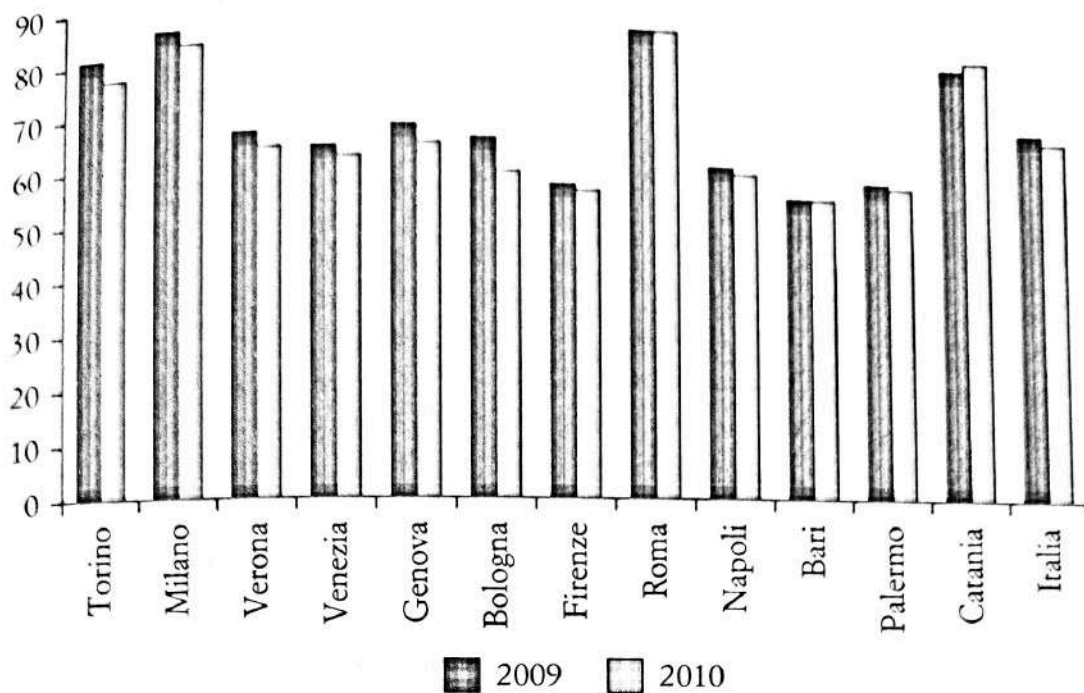


FIG. 3. Consumo di acqua (in m³) per uso domestico nei Comuni capoluogo di Provincia con popolazione residente.

Fonte: Istat, Report «Indicatori ambientali urbani», www.istat.it/it/archivio/34473.

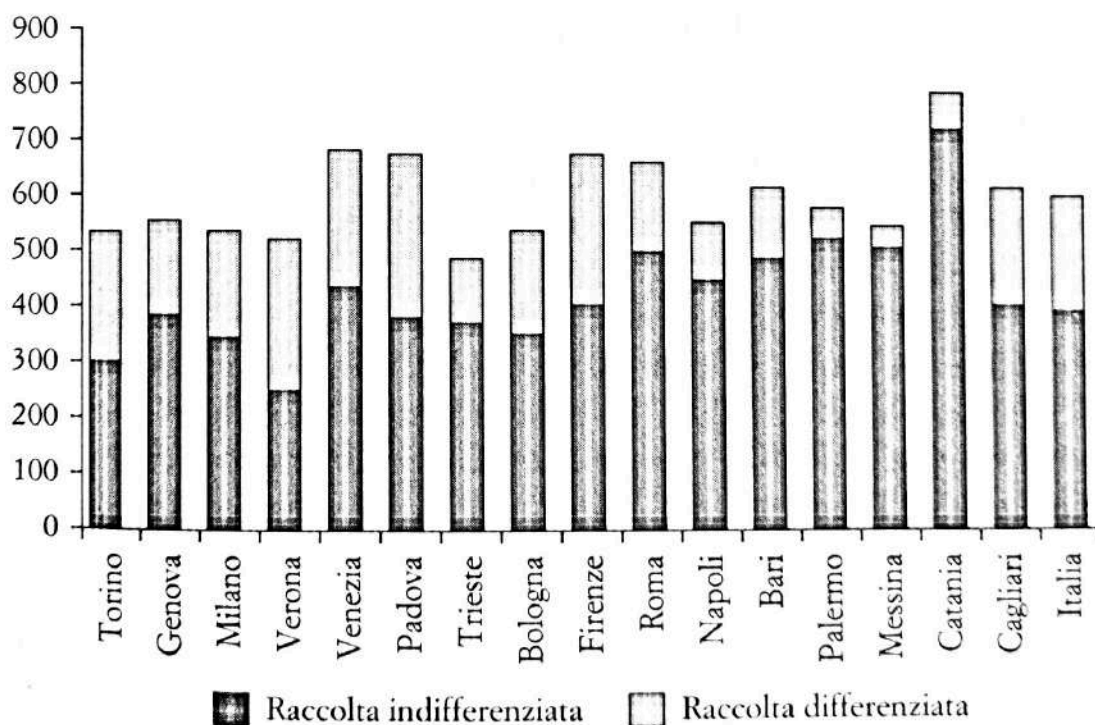


FIG. 4. Raccolta differenziata ed indifferenziata nei Comuni capoluogo di Provincia con popolazione residente superiore ai 200.000 abitanti o centro di area metropolitana.

Fonte: Rapporto Istat 2012.

livello nazionale, ha ancora raggiunto nel 2011 l'obiettivo del 60% di raccolta differenziata.

Al fine di circoscrivere il *focus* dell'analisi al solo settore turistico, relativamente alla produzione di rifiuti (su base annua) è stato utilizzato un indice che considera la relazione tra rifiuti turistici e rifiuti totali relativi ad un territorio (Indice 3 in tab. 3).

In base ai dati pubblicati nel rapporto annuale Istat 2012, il valore dell'indice è pari a 4,28 tonnellate, su base annua. Nella considerazione del fatto che a Napoli la produzione media di rifiuti pro-capite è di circa 571 tonnellate l'anno, è evidente che il valore dell'indice così ottenuto esprime un bassissimo impatto ambientale del turismo. In altre parole, infatti, l'indice ci dice che il delta addizionale di rifiuti prodotto dai turisti è nettamente inferiore (4,28 tonnellate) rispetto alla produzione media pro-capite (571 tonnellate) nella città.

L'indice è quindi in grado di sondare un importante aspetto ricollegabile alla dimensione dell'intensità, così come definita nel modello di Weaver. Per indagare più in profondità questo aspetto, si ripropone l'indice di turisticità (Franch, Martini e Della Lucia 2011) in riferimento agli arrivi (Indice 4) e alle presenze (Indice 5) sul territorio.

In riferimento al grado di utilizzo della capacità ricettiva, secondo il rapporto Aica 2011, il Toc (tasso di occupazione delle camere) nella città di Napoli è pari al 58,6%.

Questo dato suggerisce una riflessione in merito alle capacità di carico della città di Napoli. Rispetto al modello di Weaver (2000), occorre approfondire l'analisi concentrandosi sulle singole capacità di carico della destinazione, cioè quella 1) fisica; 2) ambientale; 3) economica; 4) socio-culturale; 5) infrastrutturale; 6) percepita.

Per *capacità fisica*, ci si riferisce al numero massimo di turisti che una località può ospitare. Si propone quindi un indice relativo al *grado di utilizzo della capacità ricettiva*, calcolato attraverso la relazione tra presenze annue (Indice 6) e capacità ricettiva di un territorio.

TAB. 5. *Indici di turisticità per turisti italiani e stranieri (%)*

	Turisti
Indice di turisticità in riferimento al <i>numero di arrivi</i> Anno, 2011	0,90
Indice di turisticità in riferimento al <i>numero di presenze</i> Anno, 2011	2,13

Fonte: Ns. elaborazione su dati Ept Napoli (2011).

TAB. 6. *Numero di letti, camere e bagni presso le strutture ricettive di ogni genere e grading operanti sul territorio di Napoli città*

Letti	12.358
Camere	6.410
Bagni	6.267

Fonte: Ns. elaborazione su dati Ept Napoli (2011).

La capacità ricettiva rilevata, per l'anno 2011, si presenta come indicata in tabella 6.

Utilizzando l'indice 6 della tabella 3, dai dati emerge che il grado di utilizzo della capacità ricettiva è quello riportato in tabella 8.

Tali risultati confermano, quindi, che nella città di Napoli l'offerta turistica non è valorizzata in modo adeguato, non riuscendo ancora la *destination* ad attirare adeguati circuiti di domanda.

Questo dato risulta particolarmente grave là dove si rifletta sul fatto che, secondo un rapporto 2011 di Confindustria Aica, a fronte di un miglioramento rispetto all'anno precedente relativamente al tasso di occupazione delle camere (Toc), peggiora il Ricavo Medio per Camera Occupata (Rmco), la cui flessione ha caratterizzato i primi otto mesi del 2011 e ha raggiunto punte particolarmente preoccupanti soprattutto nei mesi di luglio (-23,6% rispetto a luglio 2010) e agosto (-40,6% rispetto ad agosto 2010) (fig. 5).

TAB. 7. *Dati relativi alle presenze negli esercizi alberghieri a Napoli*

Tot.	
Presenze	2.130.329

Fonte: Ns. elaborazione su dati Ept Napoli (2011).

TAB. 8. *Tasso occupazione camere (Toc)*

	2010	Var. % su 2009
Napoli	58,6	6,9

Fonte: Ns. elaborazione su Osservatorio Confindustria Aica – Rapporto 14 ottobre 2011.

Questi dati esprimono una tendenza, da parte delle strutture ricettive, a cercare di aumentare il numero di presenze attraverso le politiche di prezzo che, tuttavia, nel medio termine, incidono negativamente sull'immagine della destinazione e non consentono la realizzazione di strategie di qualificazione e riposizionamento.

Certamente la crisi globale ha contribuito a deprimere la capacità di spesa dell'utenza turistica, ma i risultati ottenuti da quest'analisi evidenziano un cortocircuito tra domanda e offerta turistica. *Il disallineamento tra la domanda e l'offerta genera evidentemente una gravissima perdita, in termini di opportunità di business, per gli operatori del settore.*

Per quanto concerne, invece, la *capacità ambientale*, ci si riferisce alla necessità di determinare una misura che esprima il numero massimo di turisti che può essere «sopportato» da una destinazione. A tal fine, si propone un indice di densità territoriale, che valuti la relazione tra posti letto (secondo le percentuali che risultano nel rapporto Aica 2012) e superficie del territorio (Indice 7).

A seconda del valore assunto dall'indice, si può far riferimento ad alcune valutazioni di scala come indicato in tabella 9.

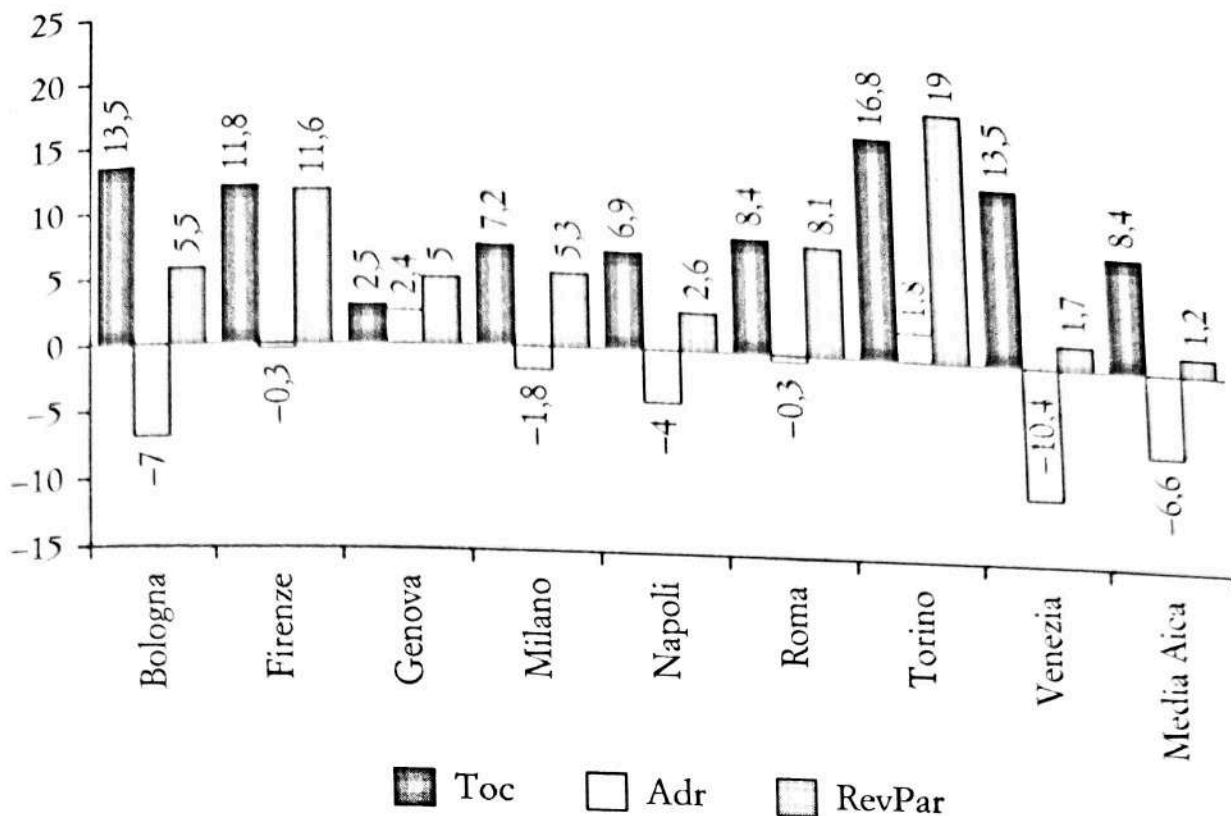


FIG. 5. Andamento delle performance alberghiere nelle principali piazze italiane.

Nota: Nel grafico, in grigio scuro, il tasso di occupazione delle camere (Toc); in bianco, l'average daily room rate (Adr); e in grigio chiaro, il rooms REVENUE Per Available Room (RevPar).

Fonte: Osservatorio Confindustria Aica – Rapporto 14 ottobre 2011.

Per la città di Napoli, D è pari a 1,05 e, quindi, estremamente positivo, in termini di capacità di carico. Ciò significa, infatti, che il livello attuale di densità territoriale è molto contenuto e non comprende quindi alcun elemento di allarme. Esso anzi esprime la possibilità di ampliare l'offerta turistica con un maggiore numero di posti letto, il che potrebbe certamente rispondere in modo più adeguato alla domanda turistica (tab. 7), senza arrecare alcun danno alla capacità di carico ambientale della *destination*. Questo spiega che, con una sana strategia di *destination management*, è possibile puntare ad un aumento della domanda in una logica di differenziazione: dai segmenti di nicchia a quelli di massa.

TAB. 9. Interpretazione dell'indice di densità turistica

$0 \leq D < 8,80$	Pressione territoriale nulla o trascurabile
$8,80 \leq D < 25$	Pressione territoriale medio alta
$25 \leq D < 50$	Centri ad alta intensità turistica
$50 \leq D < 100$	Centri ad altissima intensità turistica
$D \geq 100$	Grande stazione turistica con carico territoriale notevole (da monitorare)

Fonte: Avena e Giacalone (2011).

TAB. 10. Indici di capacità strutturale reale e potenziale per l'anno 2011

Capacità infrastrutturale potenziale	Capacità infrastrutturale reale
1,3%	0,7%

Fonte: Ns. elaborazione su dati Ept Napoli.

Per quanto concerne la *capacità infrastrutturale*, ci si riferisce a due indici di capacità reale e potenziale, dati dagli indici di capacità infrastrutturale potenziale e reale (si vedano indici 8 e indice 9). Dall'applicazione dei suddetti indici emerge la situazione indicata in tabella 10.

Questo risultato va letto congiuntamente a quello ottenuto calcolando l'indice di turisticità e conferma quanto osservato in quella sede: il sistema ricettivo (considerando gli alberghi di ogni *grading* operanti sul territorio) risulta poco potenziato con un impatto sulla popolazione molto basso.

Sotto questo profilo, potrebbe essere interessante approfondire l'analisi calcolando indici relativi ad alcune misure economiche (tasso di occupazione, contributo del settore turistico alla determinazione del Pil locale, ecc., e cioè tutti gli aspetti legati prevalentemente alla dimensione della capacità economica). Tali indici potrebbero essere calcolati così come indicati in tabella 3 (indici 10, 11 e 12).

Purtroppo, però, la difficoltà di trovare dati recenti riconducibili alla sola città di Napoli rende impraticabile

questa strada. L'Istat, ad esempio, fornisce rapporti estremamente dettagliati sia per quanto concerne l'occupazione (ci si riferisce, in particolare, al Rapporto *Noi Italia* del 2012) sia per quanto riguarda il contributo del settore turistico alla determinazione del Pil (si fa riferimento, in questo caso, al Rapporto Istat 2012, *Il primo conto satellite del turismo per l'Italia*). Purtroppo, però, in entrambi i casi, non sembra esserci indicazione alcuna relativamente al dettaglio provinciale.

Per quanto concerne invece la *capacità socio-culturale*, ci si riferisce al rischio di un appiattimento culturale e di una perdita delle tradizioni locali. In questo senso, potrebbe essere utile un'analisi dei consumi culturali, con particolare riferimento alla visita di musei ed aree archeologiche. Dal sito del Ministero, emerge quanto sintetizzato in tabella 11.

Il limite di questa tabella risiede nel fatto che le informazioni in essa contenute non distinguono tra spese per consumi culturali dei residenti e dei turisti. Per questa ragione, l'indice così calcolato (cfr. indice 13 in tab. 3) consente di rilevare, per l'anno 2011, il grado di interesse verso luoghi di interesse storico, artistico, culturale e paesaggistico. Purtroppo, il suo valore (146%) include anche gli abitanti della città di Napoli, non permettendoci quindi di lavorare sul complesso territoriale e non solo sui dati relativi al turismo. Ciononostante, sembra però ugualmente credibile considerare questo valore come una *proxy* ragionevole del fenomeno investigato (tab. 12).

Un ulteriore aspetto della capacità di carico turistica è la *capacità percepita*, data dal numero di turisti che un luogo può accogliere prima che l'esperienza di quest'ultimo divenga negativa, come evidenziato nel paragrafo successivo.

3.2. *Indici per l'analisi della domanda turistica*

Tra le misure di sintesi proposte dal *World Tourism Organization* per la rilevazione della *carrying capacity* di

TAB. 11. *Visitatori e introiti dei musei, monumenti ed aree archeologiche per la provincia di Napoli. Rilevazione 2011*

Province	Musei, monumenti e aree archeologiche						Introiti lordi* (euro)		
	Istituti		Visitatori						
	A Pagam.	Gratuiti	Totale	degli Istituti a Pagamento	degli Istituti Gratuiti	Totale			
Napoli	16	11	27	2.591.307	1.290.103	3.881.410	1.156.592	5.038.002	22.953.383,19

* Al lordo dell'eventuale aggio spettante al Concessionario del servizio di biglietteria, ove presente.

Fonte: Ministero per i Beni e le Attività Culturali (2011).

TAB. 12. Sintesi degli indici utilizzati

Indice	Risultati
Indice per la rilevazione del grado di sensibilità ambientale delle Pubbliche Istituzioni (superficie terrestre)	8,44%
Indice per la rilevazione del grado di sensibilità ambientale delle Pubbliche Istituzioni (superficie marina)	14,96%
Indice di rifiuti turistici (tonnellate)	4,28
Indice di turisticità in riferimento agli arrivi sul territorio	0,90
Indice di turisticità in riferimento alle presenze sul territorio	2,13
Indice relativo al grado di utilizzo della capacità ricettiva (letti)	2,12
Indice di densità territoriale del turismo	1,05
Indice di capacità infrastrutturale potenziale	4,49
Indice di capacità infrastrutturale reale	2,16
Indice di preferenza verso il luogo d'interesse storico, artistico, culturale e paesaggistico	146,00%

Fonte: Ns. elaborazione.

una destinazione vi sono, dal lato della domanda turistica, indicatori di *customer satisfaction*. A questo scopo, è stata condotta un'indagine di tipo *cross-sectional* su campioni equivalenti⁷ (tab. 13).

Sebbene definiti secondo un criterio di campionamento non probabilistico, ciascuno dei campioni a cui si è pervenuti può essere considerato rappresentativo di alcune importanti caratteristiche della popolazione. In particolare, i criteri⁸ seguiti nel processo di selezione dei campioni sono stati i seguenti:

1. secondo le statistiche scaricabili dal sito dell'Ente di promozione del Turismo di Napoli, la popolazione *tar-*

⁷ Si definiscono equivalenti quei campioni che, pur non essendo formati dai medesimi soggetti (nel qual caso si potrebbe parlare di analisi longitudinale *strictu sensu*) sono però composti da unità di analisi con caratteristiche analoghe, la qual cosa garantisce la piena comparabilità dei risultati ottenuti dalle analisi condotte sui campioni a cui si è pervenuti nelle due ondate di rilevazione.

⁸ È bene precisare che, per quanto riguarda gli Info-Point, i criteri di selezione sono stati utilizzati come regole di stratificazione *ex post* e non *ex ante*. In altre parole, dalla totalità dei questionari compilati sono stati estratti campioni composti in modo tale da rispettare le caratteristiche appena esposte.

TAB. 13. *I campioni e le fasi di somministrazione dei questionari*

	Somministrazione	n.
Pre-testing	Dicembre 2010 – Maggio 2011	95
I ondata	Novembre 2011 – Gennaio 2012	180
II ondata	Marzo 2012 – Maggio 2012	200

Fonte: Ns. elaborazione.

TAB. 14. *Percentuale di turisti italiani e stranieri sulle presenze registrate nella città di Napoli dal 2006 al 2010*

	2010	2009	2008	2007	2006
% IT	52	52	55	51	53
% Str.	48	48	45	49	47

Fonte: Ept Napoli (www.eptnapoli.info/).

get risulta composta come indicato in tabella 14. Per questa ragione, i campioni risultano sostanzialmente bipartiti tra italiani e stranieri;

2. sono stati inseriti, nella composizione dei campioni, soggetti che hanno dichiarato di pernottare in strutture di ogni tipo di *grading*, ipotizzando che la scelta della struttura possa essere un indice forte delle preferenze (e quindi delle percezioni) dei turisti⁹;

3. sono state prese in considerazione anche tutte le variabili socio-anagrafiche ed in particolare:

⁹ Questo criterio è stato selezionato sulla base delle analisi condotte sul campione di convenienza utilizzato nella fase del *pre-testing*. Uno degli elementi che maggiormente incide sulla percezione di Napoli (come città e come brand) è stata la percezione relativa a taluni servizi offerti dal Comune di Napoli, dall'«azienda turistica Napoli» e dal sistema pubblico-privato con particolare attenzione all'organizzazione del tempo libero. L'ipotesi da cui ci si muove è che l'importanza percepita dei singoli servizi può variare in modo significativo in funzione delle abitudini di viaggio (e, quindi, anche della capacità di spesa) dei singoli utenti. Per rilevare tale aspetto e per indagare l'influenza esercitata da questa dimensione sull'importanza riconosciuta ai servizi offerti, possiamo utilizzare come indice la categoria dell'hotel.

- l'età;
- lo status professionale;
- il livello di istruzione;
- la posizione lavorativa;
- lo status familiare.

Infine, sono state considerate le ragioni del viaggio, analizzando cioè non soltanto le risposte di coloro che si sono recati a Napoli per vacanza, ma anche quelle di chi vi si è recato per un'altra ragione principale, quale il lavoro, lo studio, la visita a parenti e ad amici, ecc.

Per la raccolta dei dati, sono stati somministrati questionari *ad hoc*, grazie alla collaborazione di alcuni importanti attori locali. In particolare, nella fase del *pre-testing*¹⁰, ci si è avvalsi della collaborazione di alcuni dei più importanti alberghi operanti nel napoletano. Nelle successive fasi di rilevazione, sono stati invece coinvolti gli Info-Point, strutture messe a disposizione dal Comune di Napoli, presso cui l'utenza può recarsi per ottenere ogni tipo d'informazione turistica.

Allo scopo di monitorare l'andamento delle percezioni e di fornire anche uno strumento di controllo delle politiche e degli interventi posti in essere sul territorio, proponiamo un'analisi della *customer satisfaction* relativamente ai servizi messi a disposizione sul territorio. In particolare, sono stati considerati: 1) comodità e frequenza dei voli aerei; 2) soddisfazione dell'alloggio; 3) qualità del cibo; 4) divertimento; 5) rapporto qualità/prezzo del viaggio; 6) qualità delle strade e della segnaletica stradale; 7) accessibilità alle informazioni turistiche; 8) eventi culturali; 9) trasporto pubblico; 10) sicurezza percepita; 11) infrastrutture per handicap; 12) tutela e conservazione ambientale; 13) disponibilità degli abitanti (tab. 15).

L'analisi dell'interdipendenza ci consente di correlare gli indici di soddisfazione parziale (rilevati come gradi-

¹⁰ Durante la fase del *pre-testing*, si è quindi pervenuti a un campione di convenienza composto da: turisti italiani e stranieri (*target business, leisure*, individuale o gruppo) e crocieristi (di due navi da crociera, di cui una italiana e una straniera).

TAB. 15. *Analisi dell'interdipendenza con l'indice di correlazione policorica*

Correlazione policorica $[-1 \leq Cp \leq +1]$	item	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
	Pre-testing	+80	+89	+79	+66	+71	-12	+20	-36	-76	-88	-88	-94	+89
	I ondata	+82	+83	+81	+65	+78	+08	+40	-12	-50	-76	-89	-45	+68
	II ondata	+81	+90	+80	+64	+80	+13	+36	+25	-55	-12	-80	-02	+66

Fonte: Ns. elaborazione.

mento espresso dagli intervistati relativamente ai singoli servizi presi in considerazione) con la percezione *ex-post* della città di Napoli da parte dell'utenza turistica.

Dall'analisi emerge che i «servizi pubblici» (qualità delle strade e della segnaletica stradale, trasporto pubblico, accessibilità alle informazioni turistiche, sicurezza percepita, infrastrutture per handicap e conservazione e pulizia dell'ambiente) incidono negativamente sulla percezione *ex-post* dell'utenza (e cioè sulla *customer satisfaction*). Gli altri servizi, invece, incidono positivamente.

L'incidenza negativa dei primi sembra però essere più alta soltanto nella prima ondata di rilevazione. In quelle successive, infatti, sebbene i valori dell'indice non siano mai pienamente positivi, risultano però certamente migliorati, come ad esempio, la qualità delle strade e della segnaletica, la conservazione e la pulizia dell'ambiente così come la sicurezza percepita. In questo senso, va probabilmente interpretato anche il risultato relativo all'ultimo item (ospitalità degli abitanti): sebbene infatti esso risulti sempre positivamente correlato alla soddisfazione globale, il suo peso relativo risulta meno importante nelle ultime ondate di rilevazione. Questo risultato potrebbe indicare che tale aspetto (fondamentale nella definizione della soddisfazione globale nella prima ondata) perde un po' della sua importanza relativa quando la soddisfazione dell'utente relativamente agli altri item migliora.

A conferma di quanto detto, proponiamo un'analisi grafica degli scostamenti tra le attese *ex-ante* e percezioni *ex-post* (fig. 6).

L'ultimo valore di ciascuna linea nel grafico (fig. 5) sovrastante esprime il delta tra attese e percezioni. Poiché la soddisfazione dell'utenza è data dal confronto tra questi due elementi, possiamo concludere che il livello di soddisfazione globale raggiunto dall'utenza turistica è andato migliorando nel corso del tempo e che risulta attualmente strettamente positivo.

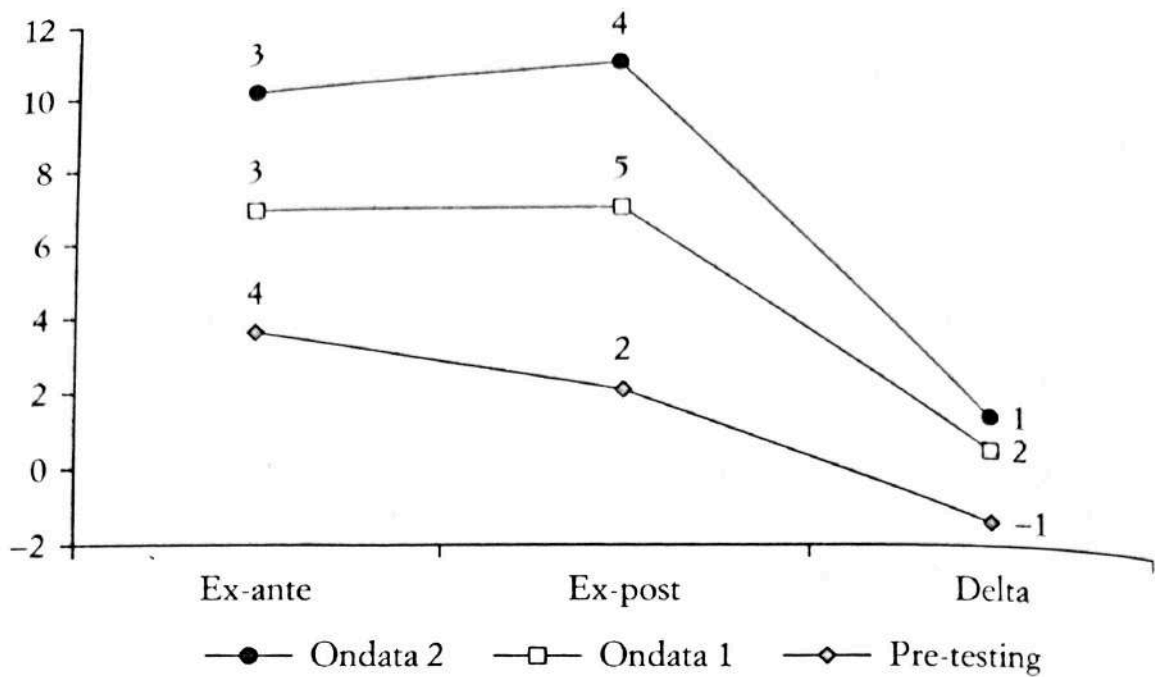


FIG. 6. Indagine *cross-sectional* delle percezioni *ex ante* ed *ex post* dell'utenza turistica.

Fonte: Ns. elaborazione.

4. Conclusioni

In riferimento al lavoro svolto, si è considerato l'impatto dei suddetti indici rispetto alla città di Napoli, operando una relativa ponderazione attraverso l'applicazione di un panel di esperti: studiosi e operatori del mondo del turismo e della sostenibilità. È stato interessante notare la profonda convergenza delle vedute rispetto ai valori di ponderazione degli indici, considerati importanti e critici ai fini dello sviluppo sostenibile del territorio. I risultati della ponderazione sono quindi indicati in tabella 16, evidenziando anche la relativa motivazione condivisa rispetto al valore stesso di ponderazione (tab. 16).

Alcuni indici risultano particolarmente critici e rilevanti rispetto al tema, conducendo al posizionamento della città di Napoli come indicato in figura 7.

La città di Napoli è quindi un ibrido sotto il profilo dello sviluppo sostenibile, sia perché non ha avuto un reale sviluppo turistico, senza alcuna chiarezza sul pro-

prio stadio evolutivo, sia perché non appaiono indicazioni di una pianificazione in ottica sostenibile: è sempre stata una città di fatto non valorizzata in termini turistici, restando ad un livello di inespressa capacità dell'offerta di attirare domanda. Questo è avvenuto e ancora avviene sia rispetto ai parametri di intensità che di regolamentazione. Ciò significa, da un lato, una scarsa chiarezza delle politiche del turismo negli obiettivi e nelle metodologie di azione; dall'altro, il fatto che eventi devastanti (come il problema dell'igiene urbana negli anni precedenti) hanno compromesso l'immagine cittadina nel suo complesso, facendone conseguentemente crollare il posizionamento. Pur isolando le dinamiche congiunturali ed il relativo impatto sull'immagine, va comunque detto che Napoli come *destination* appare caratterizzata da un brand contraddittorio: grandi bellezze (molte delle quali potenziali) e scarsa organizzazione e programmazione.

In secondo luogo, si è ritenuto opportuno inserire una prospettiva *overlapping* tra domanda ed offerta, integrando gli indicatori con un'indagine sulla domanda, per verificare la percezione effettiva dell'utenza circa il livello qualitativo del sistema di offerta, come sistema integrato. Alcuni risultati appaiono sotto questo profilo incoraggianti, in quanto durante la visita le percezioni superano le aspettative, scoprendo una serie di risorse e capacità sul territorio, non adeguatamente promosse in termini di marketing. D'altronde, i periodi scelti per le indagini sul campo rispetto alla domanda non sono casuali e dimostrano come, nel tempo, sia migliorata la percezione dei servizi ricevuti da parte dei turisti. Ciò dimostra che, avviando interventi drastici di uscita dallo stato di emergenza si sono poste delle serie basi per l'attuazione di più sane politiche di sostenibilità nel medio termine.

Il modello di Weaver, quindi, sebbene sia particolarmente valido in ipotesi di confronto tra destinazioni, rappresenta un utile strumento di supporto alle decisioni nella valutazione della sostenibilità delle scelte di *destination management*. Come tuttavia evidenziato anche in sede teorica, presenta una serie di limiti, primo fra tutti

TAB. 16. *Ponderazione degli indici*

	Nome indice	Valore indice	Fattore di ponderazione	Valutazione dell'indice	Approfondimento motivazione
Regolamentazione	Sensibilità ambientale (area marina protetta)	8,44	5	Incide negativamente sul posizionamento perché il valore indica che la quota parte di sup. protetta risulta essere una percentuale molto piccola sul totale.	In un territorio a cui nell'immaginario collettivo sono state associate per anni l'immagine della disorganizzazione, della sporcizie e dell'incuria, l'atteggiamento e la sensibilità istituzionale sono fattori fondamentali nel posizionamento strategico della città.
	Sensibilità ambientale (area terrestre protetta)	14,96	5	Incide positivamente sul posizionamento perché il valore indica che la quota parte di superficie protetta risulta essere una percentuale non troppo piccola, considerando che l'ampiezza della superficie del Golfo di Napoli include, per la maggior parte, zone di mare aperto.	
Intensità	Rifiuti turistici	4,28	5	Incide molto positivamente sul posizionamento perché il valore dell'indice ci dice che il delta addizionale di rifiuti prodotto dai turisti è nettamente inferiore (4,28 tonnellate) rispetto alla produzione media pro-capite (571 tonnellate).	Dopo anni di emergenza, il tema della produzione dei rifiuti è uno dei più delicati per la città di Napoli. Nello studio della capacità di carico della destination Napoli questo risulta quindi essere un elemento di prioritaria importanza.

TAB. 16. (segue)

Nome indice	Valore indice	Fattore di ponderazione	Valutazione dell'indice	Approfondimento motivazione
Indice di turisticità in riferimento al <i>numero di arrivi</i>	0,91	4	Influisce positivamente sul posizionamento perché il numero di arrivi è relativamente contenuto rispetto al totale della popolazione e quindi non sembra rappresentare un fattore di «stress» per il territorio.	Attribuiamo un fattore di ponderazione alto, ma meno importante di altri che sembrano definire meglio ed in modo più diretto la dimensione della intensità (si veda, ad esempio, l'indice di densità turistica o di produzione dei rifiuti).
Indice di turisticità in riferimento al <i>numero di presenze</i>	2,13	4	Incide negativamente sul posizionamento perché il valore dell'indice ci dice che in città permotta un numero all'incirca 5 volte superiore alla popolazione locale. Questo potrebbe costituire un significativo fattore di «stress» per il territorio.	
Tasso di occupazione camere (Toc)	58,6	5	Indica che la disponibilità di posti letto risulta superiore al numero di presenze sul territorio.	Ciò significa che il sistema di offerta locale potrebbe, anzi dovrebbe potenziarsi senza per questo gravare negativamente sulla capacità di carico della città. Per una conferma in questo senso, si rinvia alla lettura dell'indice di densità territoriale.

TAB. 16. (segue)

Nome indice	Valore indice	Fattore di ponderazione	Valutazione dell'indice	Approfondimento motivazione
Indice di densità turistica	1,05	5	Incide molto positivamente sul posizionamento perché, nel nostro caso, è molto basso (si veda cella a destra per approfondimenti).	La densità può essere considerata una buona proxy dell'intensità. Essendo questo un elemento fondamentale della matrice di Weaver, attribuiamo un fattore di ponderazione alto. Inoltre, il valore 1,05 è molto positivo ed indica un bassissimo impatto della densità turistica. Secondo la letteratura, infatti, l'indice di densità turistica può assumere i valori indicati nel box giallo. Il valore numerico dell'indice assume una grandissima importanza in una destination molto critica quale è la città di Napoli.
Capacità socio-culturale	146%	4	Incide positivamente sul posizionamento. L'indice è stato costruito facendo riferimento all'interesse verso luoghi di interesse culturale, storico ed artistico, che sono evidente espressione dell'identità territoriale.	La capacità socio-culturale è probabilmente uno degli elementi più difficili da rilevare. I consumi culturali dei visitatori risultano però essere una delle poche proxy attendibili. Il punteggio deve essere quindi alto (abbiamo infatti dato 4) ma non può essere 5 perché da solo non riesce a rappresentare completamente la complessità del fenomeno.

TAB. 16. (segue)

Nome indice	Valore indice	Fattore di ponderazione	Valutazione dell'indice	Approfondimento motivazione
Capacità infrastrutturale potenziale	4,49	4	Incide negativamente sul modello. L'indice di capacità infrastrutturale indica la capacità delle strutture ricettive di rispondere alla domanda turistica. I valori di questo indice sono prossimi allo zero sia per la capacità reale che per quella potenziale.	La differenza nei pesi per la ponderazione è dovuta al modo in cui l'indice è stato costruito. Per quanto concerne la capacità potenziale, è stato utilizzato il totale dei posti letto disponibili sul territorio. Per la capacità reale, il numero di posti letto occupati. Dal momento che anche il turismo risente della forte crisi economica di questo periodo, la capacità potenziale riesce a svincolare il risultato ottenuto dalla situazione economica contingente e garantire, pare, un più giusto posizionamento in matrice.
Capacità infrastrutturale reale	2,16	3		

Fonte: Ns. Elaborazione.

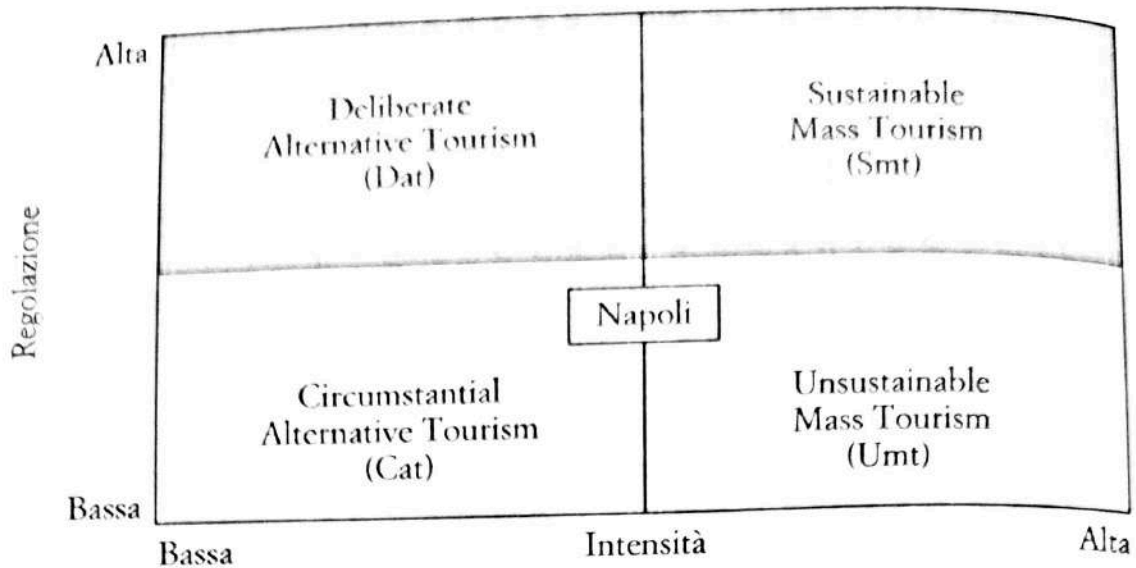


FIG. 7. Il posizionamento della città di Napoli nel modello di Weaver.

Fonte: Ns. elaborazione.

quello dell'assenza di considerazione di una prospettiva *overlapping* tra domanda ed offerta. In questo contributo, invece, si è tentato di dimostrare quanto sia importante l'integrazione ai fini di una corretta valutazione del livello di sostenibilità attuale e potenziale di una *destination*.

Riferimenti bibliografici

Avena, G. e Giacalone, M.

2011 *Un'analisi statistica del turismo sostenibile in Calabria*, in «Rivista di Scienze del Turismo», vol. 3, pp. 27-35, www.ledonline.it/Rivista-Scienze-Turismo/Allegati/RST-II-3-Avena.pdf.

Beech, J. e Chadwick, S. (a cura di)

2005 *The Business of Tourism Management*, London, Pearson Education.

Buckley, W.

1998 *Society – A Complex Adaptive System*, Amsterdam, Opa.

Butler, R.W.

1980 *The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources*, in «Canadian Geographer», vol. 24, n. 1, pp. 4-12.

- Carta di Lanzarote
 1995 *Carta per un Turismo Sostenibile. Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile*, Lanzarote, 27-28 aprile.
- Colin, H.
 2002 *Sustainable tourism and the touristic ecological footprint*, in «*Environment, Development and Sustainability*», vol. 4, pp. 7-20.
- Della Corte, V.
 2004 *La gestione strategica e la scelte di governo di un'impresa Tour Operator*, Padova, Cedam.
 2009 *Imprese e Sistemi Turistici. Il management*, Milano, Egea.
- Della Corte, V. e Sciarelli, M.
 2012 *Destination management e logica sistemica: un confronto internazionale*, Torino, Giappichelli.
- Dubois, J.L. e Mahieu, F.R.
 2002 *La dimension sociale du développement durable: lutte contre la pauvreté ou durabilité sociale?*, in *Développement durable? Doctrines, pratiques, évaluations*, a cura di J-Y. Martin, Paris, Ird, pp. 73-94.
- Dwyer, L.
 2005 *Relevance of Triple Bottom Line reporting to achievement of sustainable tourism: a scoping study*, in «*Tourism Review International*», vol. 9, n. 1, pp. 79-94.
- Elkington, J.
 1997 *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Oxford, Capstone.
 1998 *Cannibals with forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, BC Canada, New Society Publishers.
 2001 *The chrysalis economy: How citizen CEOs and corporations can fuse values and value creation*, Oxford, Capstone.
- Franch, M.
 2011 *Sviluppo turistico sostenibile. Un'opportunità per conservare innovando*, 4° Workshop Nazionale Mobilità: pianificazione integrata e sostenibile, Arezzo, 14 settembre.
- Franch, M., Martini, U. e Della Lucia, M.
 2011 *La sostenibilità dello sviluppo turistico: il caso delle Dolomiti patrimonio naturale*, in «*Impresa Progetto*», vol. 2, pp. 1-8, www.impresaprogetto.it/servlets/resources?contentId=19464&resourceName=Allegato&border=false.
- Fredella, F.L.
 2009 *Il concetto di capacità di carico applicato alle destinazioni turistiche*, Università degli Studi di Foggia, Facoltà di

- Economia, Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali,
Giuridiche, Merceologiche e Geografiche.
- Freeman, R.E.
1984 *Strategic management: A stakeholder approach*, Boston,
Pitman.
- Icomos – International Cultural Tourism Charter
2002 *Principles And Guidelines For Managing Tourism At Pla-
ces Of Cultural And Heritage Significance*, Icomos Inter-
national Cultural Tourism Committee.
- Istat
2011 *Indicatori ambientali urbani*, Rapporto 2011.
- Jafari, J.
1989 *An English language literature review*, in *Tourism as
a factor of change: A sociocultural study*, a cura di J.
Bystrzanowski, Vienna, Centre for Research and Docu-
mentation in Social Sciences.
- Lehtonen, M.
2004a *Impacts of de-coupling agricultural support on dairy in-
vestments and milk production volume in Finland*, Acta
Agriculturae Scandinavica, Section C: Food Economics,
Oxford, Routledge.
2004b *The Environmental–social Interface of Sustainable Devel-
opment: Capabilities, Social Capital, Institutions*, in «Eco-
logical Economics», vol. 49, pp. 199-214.
- Leslie, D.
2012 *Tourism Enterprises and the Sustainability Agenda across
Europe*, Farnham, Ashgate Publishing Ltd.
- Liburd, J. e Edwards, D.
2010 *Understanding the Sustainable Development of Tourism*,
London, Goodfellows Publisher.
- Lim, C. e Cooper, C.
2009 *Beyond Sustainability: Optimising Island Tourism Deve-
lopment*, in «International Journal of Tourism Research»,
vol. 11, pp. 89-103.
- Mowforth, M. e Munt, I.
2009 *Tourism and Sustainability: Development, globalization
and new tourism in the third world*, Oxford-New York,
Routledge.
- Page, S.J. e Connell, J. (a cura di)
2008 *Sustainable Tourism (Critical Concepts in the Social Scien-
ces)*, London, Routledge.

- Plog, S.C.
 1973 *Why destinations areas rise and fall in popularity*, in «Cornell Hotel and Restaurant Association Quarterly», vol. 13, pp. 6-13.
- 2001 *Why Destination Areas rise and Fall in Popularity: An Update of a Cornell Quarterly Classic*, in «Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly», vol. 42, n. 3, pp. 13-24.
- Romei, P.
 2009 *Turismo sostenibile e sviluppo locale*, Padova, Wolters Kluwer Italia.
- Sánchez, M. e Pulido, J.I.
 2008 *Medida de la sostenibilidad turística. Propuesta de un índice sintético*, Madrid, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.
- Schianetz, K., Kavanagh, L. e Lockington, D.
 2007 *Concepts and Tools for Comprehensive Sustainability Assessments for Tourism Destinations: A Comparative Review*, in «Journal of Sustainable Tourism», vol. 15, n. 4, pp. 369-389.
- Sciarelli, M.
 2012 *La Corporate Social Performance*, Padova, Cedam.
- Swarbrooke, J.
 1999 *Sustainable tourism management*, Wallingford, Cabi.
- Upton, S.D.
 2002 *Challenges for international governance on sustainable development on the road ahead*, Stockholm Thirty Years On Proceedings from an International Conference, 17-18 June, pp. 57-58.
- Weaver, D.B.
 1993 *Ecotourism: ethics or eco-sell?*, in «Journal of Travel Research», vol. 31, n. 3, pp. 3-9.
 2000 *A broad context model of destination development scenarios*, in «Tourism Management», vol. 21, pp. 217-224.
 2006 *Sustainable Tourism: Theory and Practice*, Oxford, Routledge.
- Wight, A.
 1998 *Tools for sustainability analysis in planning and managing tourism and recreation in the destination*, in *Sustainable Tourism: A Geographical Perspective*, a cura di C.M. Hall e A.A. Lew, Harlow, Longman.

- World Commission on Environment and Development (Wced)
1987 *Our Common Future*, Oxford, Oxford University Press.
- World Economic Forum
2011 *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. Beyond the Downturn*, in «The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011», World Economic Forum.
- Wto
2002 *World tourism stalls in 2001*, www.world-tourism.org/.