

8 Turismo

- La domanda e l'offerta di turismo
- Pressioni ambientali
- Turismo e sostenibilità





**Margherita
Machiorlatti**
Arpa Piemonte

Il Piemonte nel 2007 si colloca all'undicesimo posto per numero di presenze turistiche tra le regioni italiane, mentre risulta al primo posto per tasso di crescita delle stesse, che dal 2000 a oggi sono quasi triplicate, superando i dieci milioni e 300 mila. Tendenza alla crescita che sembra confermata anche per il 2008: le stime delle presenze relative al primo trimestre sono pari a circa +3% rispetto allo stesso periodo del 2007.

Analogamente risulta in aumento la ricaduta economica del settore sull'economia della regione. Il Piemonte, che tra l'altro, si colloca al secondo posto dopo la Toscana fra le mete del turismo enologico, realizza attraverso il turismo una percentuale del Pil stimabile intorno al 2,2%.

Indicatore/Indice	DPSIR	Fonte dei dati	Unità di misura	Copertura geografica	Anno di riferimento	Disponibilità dei dati
Strutture ricettive per tipologia	D	Regione Piemonte	numero	Provincia Regione	2007	+++
Posti letto	D	Regione Piemonte	numero per 100 abitanti numero per km ²	Provincia Regione	2007	+++
Movimenti turistici (arrivi e presenze)	D	Regione Piemonte	numero	Provincia Comune	2007	++
Durata media della permanenza turistica	D	Regione Piemonte	giorni	Provincia Comune	2007	+++
Pressione turistica rispetto alla popolazione	P	Regione Piemonte	numero per 100 abitanti	Provincia Comune	2007	++
Pressione turistica rispetto alla superficie	P	Regione Piemonte	numero per km ²	Provincia Comune	2007	++

La disponibilità dei dati media anziché buona per alcuni indicatori è imputabile non a una reale minore disponibilità nei dati, bensì all'impossibilità di utilizzare alcune informazioni nel rispetto del DLgs 322/89.

 www.arpa.piemonte.it → reporting ambientale → indicatori

8.1 LA DOMANDA E L'OFFERTA DI TURISMO

Nel 2007 si è raggiunta quota 4.719 esercizi attivi, circa il 4% in più rispetto ai 4.535 del 2006. Tuttavia, dopo l'evento delle Olimpiadi invernali 2006, lo sviluppo dell'offerta ricettiva, sia in termini di strutture sia di posti letto, ha rallentato il suo tasso di crescita, che dal 2000 si attestava su valori di un ordine di grandezza più alti.

I dati ufficiali sui movimenti nelle strutture ricettive rilevano per il 2007 il più alto valore in termini di arrivi dal 2000 ad oggi, con 3.351.621 arrivi (1,2% rispetto al 2006), di cui un terzo dall'estero, e un valore di presenze pari a 10.316.710, secondo solo al risultato del 2006, anno delle Olimpiadi, con una riduzione del 7% circa.

Si segnala inoltre il buon risultato relativo al trimestre estivo (maggio-luglio) 2007, ascrivibile all'aumentata attrattiva esercitata dalla montagna, dopo una stagione invernale 2006-2007 caratterizzata dalla mancanza di neve.

Tabella 8.1 - Offerta ricettiva e movimenti turistici (numero) - anno 2007

Province	Strutture	Camere	Letti	Arrivi	Presenze
AL	486	5.356	10.684	239.095	550.385
AT	392	2.548	5.840	95.443	228.357
BI	159	2.179	5.681	73.813	219.504
CN	1.236	13.998	33.670	457.882	1.363.890
NO	226	6.498	16.071	373.512	1.053.423
TO	1.477	29.511	66.191	1.362.130	3.921.802
VB	548	13.903	37.111	677.099	2.653.859
VC	195	2.587	6.065	72.647	325.490
Piemonte	4.719	76.580	181.313	3.351.621	10.316.710

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

Tabella 8.2 - Confronto dati 2007 con gli anni precedenti (%)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Esercizi	68,60	59,75	49,24	40,45	31,41	17,04	4,06
Posti letto	28,72	25,93	23,95	22,51	19,13	12,00	3,25
Presenze	27,49	17,63	20,07	15,34	10,44	1,05	-7,01

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale del Piemonte - Regione Piemonte, Assessorato Turismo

8.1.1 L'offerta ricettiva

Rallenta nel 2007, senza tuttavia fermarsi, la crescita complessiva del numero di esercizi partita nel 2000 in vista dell'evento olimpico 2006. L'andamento risulta abbastanza omogeneo nelle varie province, che hanno incrementato l'offerta in modo proporzionale in risposta alle aspettative legate al richiamo internazionale della manifestazione. Nonostante la fisiologica caduta post-olimpica, il numero di imprese turistiche è molto rilevante. L'offerta ricettiva tradizionale è ora accompagnata da nuove forme di *accomodation* come *Bed & Breakfast* o campeggi. La formula di accoglienza di più recente sviluppo sul territorio piemontese è rappresentata dai *Bed & Breakfast*, che, diffusi all'estero e soprattutto nei paesi anglosassoni, dove vantano una tradizione consolidata, stanno aumentando anche in Italia, conquistando turisti stranieri e italiani. Ad esempio, in provincia di Torino sono passati da 153 a 306 nel giro di quattro anni, nella città di Torino da 50 nel 2004 a 89 nel 2007 e diventano un punto di riferimento soprattutto nelle aree povere di offerta ricettiva (Pinerolese, Val Pellice, Valli Chisone e Germanasca). La Provincia di Torino ha anche istituito un «Marchio di qualità» per i *Bed & Breakfast*, certificati sulla base di precisi requisiti.

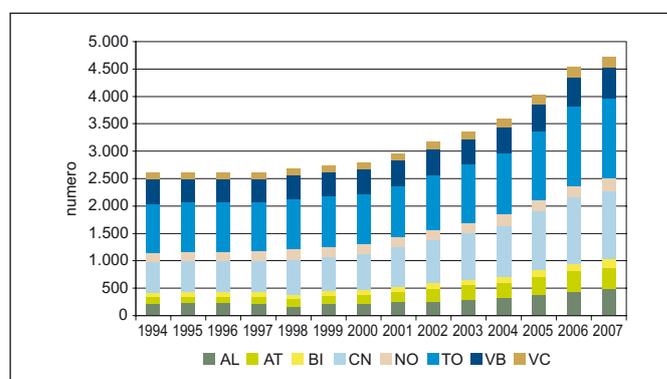
Il cardine, su cui si basa l'impulso allo sviluppo dell'offerta in Piemonte è la ricerca dell'eccellenza, insieme al raggiungimento di *standard* di accessibilità e sostenibilità (la Regione ha infatti intrapreso progetti come "Turismabile", rivolto alle persone con esigenze speciali). Un altro aspetto sul quale si investe molto è il potenziamento del sistema congressuale, che funge da richiamo per una crescente percentuale dei visitatori, attraverso l'ampliamento dello spazio fieristico del Lingotto, il riadattamento del Palalozzaky (grazie alle sue strutture mobili) per eventi medio-grandi, la dotazione nel centro storico di un centro congressi di medie dimensioni, in modo da sfruttare al meglio le tante strutture ricettive di qualità presenti nel cuore di Torino.

Nel 2007, il numero di posti letto, calcolato sia in relazione alla popolazione residente sia alla superficie territoriale, è sostanzialmente invariato rispetto al 2006.

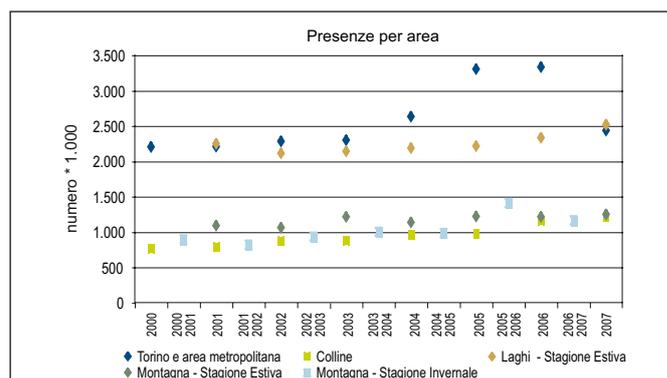
8.1.2 I movimenti turistici

Nel complesso, i movimenti sul territorio regionale mostrano un andamento positivo e le elaborazioni effettuate da Sviluppo Piemonte Turismo (organismo regionale preposto all'attività di ricerca e sviluppo nel settore) - sulla base delle informazioni raccolte dalle Province e dei dati ufficiali di Istat, Isnart, Ires, Politecnico e gruppo di ricerca Omero dell'Università di Torino - forniscono una interessante analisi delle diverse aree di destinazione.

Le *zone montane* beneficiano di una tendenza alla crescita dei movimenti turistici, con i valori più alti degli ultimi anni, fatta eccezione per l'anno delle Olimpiadi, in termini di arrivi (279.880) e di presenze (1.278.658). Tendenza confermata dalle stime delle presenze nel primo trimestre 2008 che aumentano di +6,4% rispetto allo stesso periodo del 2007 per le Montagne Olimpiche e +3,5% per gli altri territori piemontesi della montagna invernale. Secondo l'Osservatorio Nazionale della Montagna (gennaio 2008), il Piemonte è risultato la seconda destinazione alpina dopo il Trentino. La stagione invernale 2006-2007, malgrado la

Figura 8.1 - Esercizi turistici - anni 1994-2007

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

Figura 8.2 - Presenze per area - anni 2000-2007

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

manca di neve, e nonostante il prevedibile calo di visite rispetto all'anno delle Olimpiadi, ha registrato oltre 1.160.000 presenze. Positiva l'aumentata frequentazione estiva della montagna (1.248.038 presenze nel corso dell'estate 2007), nell'ottica di sfruttare la visibilità delle Olimpiadi perseguendo al contempo la sostenibilità nel settore turistico attraverso la destagionalizzazione dei flussi.

Le *destinazioni lacustri* continuano ad attrarre un gran numero di turisti soprattutto in estate: nel 2007 le presenze sono state oltre 2.500.000 con oltre 600.000 arrivi, +8% e +3,8% rispettivamente in confronto con la stagione 2006. I frequentatori delle località lacuali provengono in gran parte dai mercati esteri, che rappresentano circa il 79,5% delle presenze complessive. Nel 2007 rispetto al 2006 aumentano in particolare le presenze ascrivibili ai Paesi Bassi (+9,4% e 434.080 presenze) e alla Francia (+4,7% e 175.711 presenze).

Le *colline*, coniugando la bellezza dei paesaggi con l'offerta enogastronomica, costituiscono la destinazione a maggior tasso di crescita di tutto il territorio regionale. Nel 2007 hanno infatti riportato i seguenti valori, calcolati rispetto al 2006: +7,2% arrivi (529.953) e +4,6% presenze (1.221.741). Anche in queste località sono gli stranieri a prevalere, in particolare i tedeschi, gli svizzeri e i francesi. In aumento il gradimento dei mercati di Regno Unito (+28,8%) e Paesi Bassi e Belgio (+10,4%). Non a caso quindi, da un'indagine *www.winenews.it*, il Piemonte si colloca al secondo posto della classifica delle destinazioni enoturistiche italiane e le Langhe ottengono un riconoscimento per i distretti del vino, mentre tra i vini ricondotti direttamente al territorio è il Barolo a ottenere la medaglia d'oro.

Torino sta cambiando negli ultimi anni la sua immagine: da città industriale a *leisure*, al punto da risultare addirittura emergente nel panorama italiano delle città d'arte. L'Associazione delle Catene Alberghiere, che segnala una ripresa positiva del mercato italiano dopo un periodo di stasi, mostra un calo nelle città d'arte con le sole eccezioni di Torino, Milano e Bologna. Nel capoluogo piemontese, dalle stime sul primo trimestre 2008, il tasso di occupazione delle camere negli alberghi risulta incrementato del +22% rispetto allo stesso periodo del 2007.



Nel 2011 i riflettori si accenderanno di nuovo su Torino, prima capitale dello Stato unitario.

Box 1 - Piano Strategico Regionale per il Turismo

La Giunta Regionale del Piemonte ha predisposto il "Piano Strategico Regionale per il Turismo" (DGR 4-1831 del 19/12/2005), con l'obiettivo generale di incrementare in misura significativa l'incidenza del comparto turistico sul PIL regionale.

Il processo di sviluppo del comparto turistico richiede strategie che favoriscano la commercializzazione finale dei prodotti turistici piemontesi, in grado di generare le attese ricadute economiche e di dare impulso allo sviluppo socioeconomico anche nelle aree sotto utilizzate. Il PSRT, pubblicato nella sua prima stesura ad aprile 2008, assegna al turismo un ruolo trainante nei processi di sviluppo e di riorganizzazione regionale, quale promotore dell'immagine di qualità territoriale, vettore di integrazione sociale, agente di riqualificazione ambientale e paesistica, stimolo alla riorganizzazione urbana e dei rapporti territoriali.

Il documento sottoscrive gli obiettivi del turismo sostenibile, come l'interdipendenza

tra successo imprenditoriale ed economico e tutela dell'ambiente, la responsabilità nei confronti della società e dei valori culturali, la necessità di promuovere modelli di consumo e di offerta sostenibili, al fine di ottenere uno sviluppo sostenibile delle destinazioni turistiche: conservazione della diversità regionale quale fattore di competitività, garanzia della qualità e considerazione del benessere delle comunità nelle destinazioni turistiche, salvaguardia e ripristino delle zone montane, delle aree protette e dei siti del patrimonio culturale come elementi fondamentali per l'attrattiva delle destinazioni, tutela dell'ambiente e delle risorse del patrimonio ambientale.

Il Piano si basa sul consolidamento della specializzazione turistica delle aree che contraddistinguono geograficamente e turisticamente il Piemonte: l'area dei laghi, la rete delle stazioni invernali più rinomate, Torino con il distretto olimpico, i territori collinari della Langa e del Monferrato, in cui i valori paesistici, culturali e simbolici sono ormai associati alla filiera vitivinicola e enogastronomia.

Esso inoltre definisce prodotti da potenziare

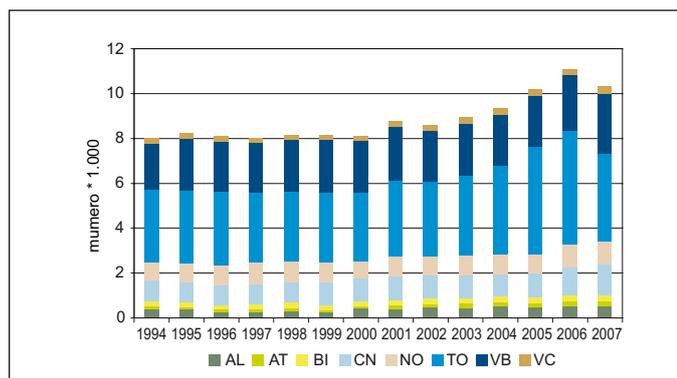
o da sviluppare ex novo con lo scopo di "destagionalizzare" i flussi e incrementare il turismo lungo tutto l'arco dell'anno: montagna estiva e invernale, enogastronomia, relax e benessere, golf, vacanze o weekend in bicicletta, organizzazione di ricevimenti, pesca. Inoltre vengono identificati come segmenti trainanti il turismo d'affari e congressuale, eventi speciali, vacanze brevi, turismo scolastico, escursionistico e il turismo accessibile.

Alcuni interventi con importanti risvolti sul settore turistico sono stati inseriti nel Documento Unico di Programmazione all'interno dei "progetti strategici", che, per complessità e per estensione geografica, richiedono una attenta regia regionale:

- paesaggi turistico-culturali: iniziative destinate a potenziare e a valorizzare il turismo lacuale; il rafforzamento della competitività del turismo invernale delle valli olimpiche, del sistema montano del Monte Rosa (Val Sesia/Alagna e Macugnaga) e delle Alpi Cuneesi (in particolare Limone Piemonte/Prato Nevoso-Artesina); il potenziamento e l'integrazione del sistema regionale dei

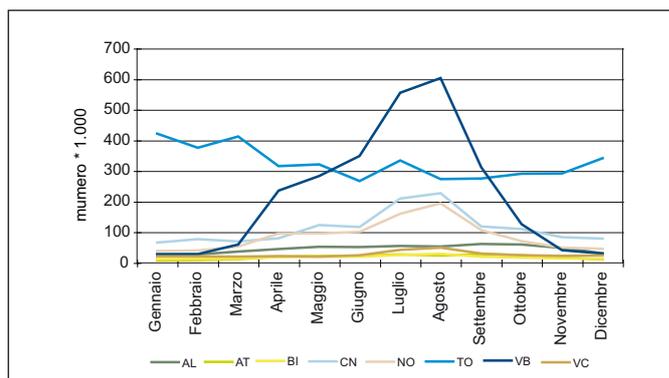
Il sistema museale, secondo uno studio dell'Osservatorio Culturale Piemonte, si configura sempre più come il cardine dell'attrattività turistica di tipo culturale non solo torinese, ma di tutto il territorio regionale. I visitatori dei musei sono per il 56% donne, hanno un'età media di 40 anni, ad eccezione del Museo del Cinema che ha un pubblico sensibilmente più giovane (età media di 34 anni), provengono per il 38% da altre regioni italiane (Lombardia, Emilia-Romagna, Toscana e Lazio) e per il 9% dall'estero. Le presenze extraregionali più rilevanti si riscontrano al Museo Egizio (61%) e al Museo del Cinema (58%), ma molti turisti vengono in Piemonte da Lombardia, Emilia-Romagna e Veneto anche per visitare la Reggia di Venaria. Queste sono le mete più conosciute e frequentate, ma sul territorio regionale emergono altri beni culturali in grado di attirare quote significative di utenza extraregionale: il Filatoio Rosso di Caraglio, il Castello di Racconigi e l'Arca di Vercelli.

Figura 8.3 - Presenze - anni 1994-2007



Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

Figura 8.4 - Stagionalità del turismo - anno 2007



Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

castelli, delle ville d'epoca e delle dimore storiche

- reti e circuiti turistico-culturali: iniziative connesse con la valorizzazione in circuiti regionali dei patrimoni che rappresentano l'identità storica e culturale della regione o che prefigurano una domanda in crescita come le residenze sabaude, gli ecomusei e il sistema regionale delle terme

- sviluppo sostenibile del sistema montano: iniziative sui prodotti turistici alpini per sottrarre al degrado il patrimonio ambientale, storico-culturale e paesistico locale o per attenuare i fenomeni del malessere demografico e della marginalità socio-economica. Valorizzazione dei prodotti estivi e invernali della montagna definita "periferica", iniziative volte a favorire l'escursionismo

a piedi, in bicicletta e a cavallo sui sentieri delle alte vie anche transfrontaliere, iniziative destinate alla creazione di "filieri corte" nelle produzioni agroalimentari dei territori montani.

Il Piano contiene, inoltre, un'attenta analisi delle possibili iniziative e progetti rivolti a favorire lo sviluppo e la valorizzazione dei prodotti turistici.

Box 2 - Il turismo accessibile

Il turismo accessibile si rivolge a persone diversamente abili o appartenenti a categorie con esigenze speciali (anziani autosufficienti, famiglie con bambini molto piccoli, persone colpite da allergie o infortuni temporanei) al fine di permettere loro la fruizione senza ostacoli e difficoltà del servizio turistico.

Si stima che in Italia i diversamente abili siano oltre 2.800.000, quasi il 5% della popolazione; risulta perciò necessario adeguare le strutture esistenti e predisporre di nuove per consentire la fruizione turistica anche a questi cittadini.

In tale ambito, il Piemonte ha avviato alcuni progetti specifici, come ad esempio "Turismo per tutti" della Consulta per le Persone in Difficoltà, con iniziative per ora localizzate e gestite da associazioni di volontariato e di promozione sociale, con l'auspicio di un aumento della qualità dell'offerta, con vantaggi attrattivi e di immagine per la regione. I parchi e le riserve delle Alpi Cozie hanno realizzato "Parchi per tutti. Acque e Parchi accessibili nelle Alpi Cozie", un documento realizzato grazie al contributo di persone disabili, con la loro esperienza diretta, che guida alla scoperta di luoghi naturali accessibili e fruibili da tutti.

Anche il Parco La Mandria ha realizzato alcune iniziative rivolte a visitatori con difficoltà motorie, quali la predisposizione di un pulmino e di mezzi a due ruote con pedalata assistita, la sistemazione di percorsi attrezzati specifici o, ancora, il servizio treno interparco.

Innovativo anche il percorso multisensoriale realizzato per i non vedenti dal Parco naturale dei Laghi d'Avigliana nell'ambito del programma "Una montagna per tutti", un sistema volto al potenziamento dell'accoglienza turistica per estendere anche alle categorie deboli la disponibilità di esperienze culturali e sportive.

Le nuove iniziative (residenze sabaude, golf, turismo femminile, *wedding*, itinerari su due ruote, turismo verde, turismo accessibile ecc.) sembrano aver contribuito, almeno in parte, a contrastare il prevedibile calo di visitatori post-olimpico e a diversificare l'offerta.

La strategia regionale ha identificato la Reggia di Venaria, i festeggiamenti per il 150 dell'Unità d'Italia e la prossima ostensione della Sindone quali principali catalizzatori dell'auspicata ulteriore crescita del settore nei prossimi anni.

La durata media dei tempi di permanenza, dopo una lieve crescita nel 2006, si attesta nuovamente al valore di 3,1 giornate. La provincia di Torino, che grazie all'evento olimpico aveva raggiunto un valore di 3,5, torna a 2,9 giorni, mentre le province di Verbania e Vercelli superano come di consueto il valore medio regionale.

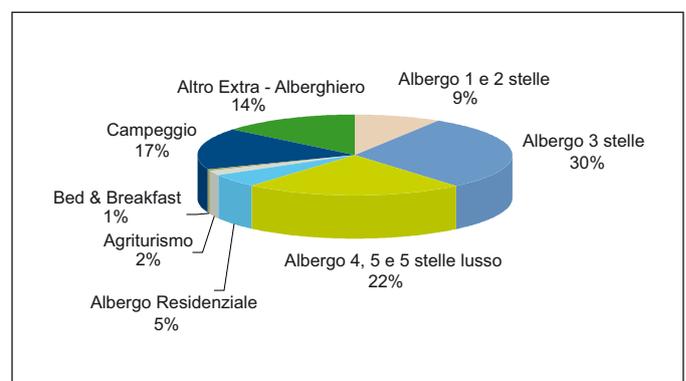
I turisti in visita in Piemonte continuano a privilegiare le strutture di tipo alberghiero, anche se nel 2007, in confronto con gli anni precedenti, la scelta pare spostarsi in lieve misura verso soluzioni alternative quali gli agriturismi e i *Bed&Breakfast*.

Tabella 8.3 - Tempi medi di permanenza - anno 2007

Province	Presenze/arrivi - giorni
AL	2,3
AT	2,4
BI	3,0
CN	3,0
NO	2,8
TO	2,9
VB	3,9
VC	4,5
Piemonte	3,1

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

Figura 8.5 - Presenze per tipologia di struttura ricettiva - anno 2007



Fonte: Osservatorio Turismo

Tabella 8.4 - Presenze in base alla provenienza - anno 2007

Germania	Paesi Bassi	Regno Unito	Francia	Svizzera	USA	Russia	Italia	TOTALE
1.119.961	502.707	466.578	374.415	299.954	200.813	173.411	5.974.210	10.316.710

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

Le presenze straniere hanno un peso sempre maggiore per il settore turistico piemontese. Il mercato straniero più importante è la Germania (presenze cresciute del +4,1% rispetto al 2006) seguito da Paesi Bassi e Regno Unito, e, per tasso di crescita, dalla Svizzera (+3,4% rispetto al 2006).

Un importante mercato emergente sembra rappresentato dalla Russia, le cui presenze, triplicate nel 2007 rispetto al 2006 (da 59.088 a 173.411), vedono come meta prediletta le montagne olimpiche, scelte dalla metà dei turisti russi.

Box 3 - Sviluppo di metodologie di Accoglienza e gestione dei visitatori

Il Politecnico di Torino e il SiTI (Istituto Superiore sui sistemi Territoriali per l'Innovazione), in accordo con la Regione Piemonte, hanno sviluppato un progetto volto allo sviluppo di una metodologia per la gestione dei flussi turistici attraverso la valorizzazione del territorio, sul modello della teoria del visitor management utilizzato nei paesi anglosassoni. I casi studio sono stati sele-

zionati tra aree eterogenee caratterizzate da tipologie di turismo diverse: il Lago d'Orta, la Valle di Susa e la Reggia di Venaria Reale. Tale metodologia prevede che vengano identificate le aspettative dei turisti, per poter valutare gli impatti e predisporre piani di gestione delle destinazioni, attraverso il coinvolgimento degli stakeholders. Il fine del lavoro è quello di fornire alle amministrazioni locali le linee di indirizzo necessarie a garantire una qualità elevata per l'esperienza dell'ospite, la redditività per la comunità locale, nel rispetto e nella

valorizzazione dell'ambiente.

Punto di partenza per lo svolgimento del progetto è stata la distribuzione di un questionario che ha permesso di identificare il profilo dei visitatori del complesso della Reggia di Venaria in termini socio-demografici: essi hanno età compresa tra i 31 e i 60 anni, titolo di studio medio-alto, di provenienza prevalentemente italiana (85%, piemontesi 50%). Sono turisti informati, che pianificano il viaggio e ricercano una esperienza ampia, spesso collettiva per una fruizione di tempo e luoghi.

Box 4 - Aspetti economici del turismo in Piemonte

Da alcuni anni a questa parte, il turismo in Piemonte si va affermando come una risorsa economica non più marginale, bensì emergente e dinamica. In questo senso vanno letti i valori relativi alle imprese turistiche registrate alle Camere di Commercio e l'elevata quota femminile in tale categoria imprenditoriale. L'Ires ha svolto uno studio per quantificare

Imprese Turistiche e donne imprenditrici - anno 2007

Province	Imprese registrate	Imprenditrici
Alessandria	2.094	1.852
Asti	1.003	955
Biella	930	776
Cuneo	3.128	2.627
Novara	1.749	1.471
Torino	11.271	8.450
Verbania	1.444	1.131
Vercelli	985	772
Piemonte	22.604	18.034

Fonte: Unioncamere Piemonte su dati InfoCamere

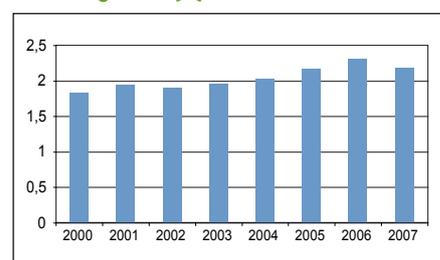
il peso economico del settore in confronto agli altri comparti produttivi. Per il calcolo del valore aggiunto del turismo sono stati elaborati valori medi relativi alla spesa diretta dei turisti, tenendo conto delle diverse tipologie del turismo locale per i vari segmenti turistici: dalla montagna ai laghi e alle città d'arte, dal turismo di lavoro a quello enogastronomico. Una prima metodologia, basata sulla domanda turistica, ha fornito per il 2007 una stima del valore aggiunto del settore turistico sull'economia regionale pari al 2% dei consumi della regione. Una seconda metodologia, che tiene conto di una quota parte (detta *spillover*) del valore aggiunto generata dalla vendita di beni e servizi ricollegati al turismo, ha fornito una stima pari al 2,2% del PIL regionale.

L'andamento della spesa turistica in rapporto al PIL mostra un andamento in crescita, con un valore massimo in corrispondenza all'anno delle Olimpiadi invernali.

Secondo l'IRES, inoltre, queste valutazioni non corrispondono al reale valore economi-

co generato dal settore, in quanto le stime non tengono in considerazione la spesa generata dal turismo giornaliero connesso con i movimenti di tipo escursionistico, che sfuggono alla rilevazione ufficiale delle presenze. Ad esempio, uno studio riferito alle valli coinvolte dall'evento olimpico ha calcolato un fattore moltiplicativo da applicare al numero delle presenze per ottenere un valore complessivo anche delle visite giornaliere, a partire dal quale le ricadute economiche del solo turismo montano raggiungerebbero i 3,2 miliardi di euro, pari al 2,5% del PIL regionale.

Andamento del Valore Aggiunto del turismo sul PIL regionale (%)



Fonte: Ires

8.2 PRESSIONI AMBIENTALI IN RELAZIONE AL TURISMO E ALLE ATTIVITÀ RICREATIVE

L'analisi delle pressioni (tabella 8.5), calcolate come rapporto tra il numero di presenze turistiche e il numero di residenti o la superficie del territorio, non mostra, a livello provinciale, differenze sostanziali tra il 2007 e gli anni precedenti. Il divario tra la provincia di Verbania, con elevati valori di pressione rispetto alla popolazione e rispetto alla superficie, nei confronti delle altre province, continua a crescere, mentre sono rientrati i valori relativamente più elevati che si riscontravano negli ultimi anni per la provincia di Torino.

Tabella 8.5 - Pressione turistica in rapporto alla popolazione e alla superficie - anno 2007

Province	Presenze numero	Residenti* numero	Superficie km ²	Presenze/Residenti*	Presenze/Superficie
AL	550.385	432.215	3.562,25	1,27	154,50
AT	228.357	215.074	1.510,46	1,06	151,18
BI	219.504	186.938	913,83	1,17	240,20
CN	1.363.890	573.613	6.895,99	2,38	197,78
NO	1.053.423	357.688	1.338,09	2,95	787,26
TO	3.921.802	2.248.955	6.830,21	1,74	574,18
VB	2.653.859	161.640	2.261,47	16,42	1.173,51
VC	325.490	176.705	2.083,05	1,84	156,26

* al 31.12.2006

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo. Elaborazione Arpa Piemonte

La distribuzione delle pressioni nei quattro trimestri mostra come nel 2007 il territorio piemontese sia stato sfruttato ai fini turistici più intensamente nella stagione estiva.

Tabella 8.6 - Pressione turistica in rapporto alla popolazione e alla superficie - trimestri 2007

Province	Pressione su abitanti				Pressione su superficie			
	Gen-Mar	Apr-Giu	Lug-Set	Ott-Dic	Gen-Mar	Apr-Giu	Lug-Set	Ott-Dic
AL	0,21	0,35	0,39	0,32	25	42	48	39
AT	0,14	0,30	0,37	0,25	19	43	53	35
BI	0,21	0,32	0,41	0,24	42	66	83	49
CN	0,37	0,56	0,97	0,48	31	47	81	40
NO	0,37	0,82	1,29	0,47	99	218	345	125
TO	0,54	0,40	0,39	0,41	177	132	129	135
VB	0,72	5,38	9,10	1,22	51	384	650	87
VC	0,35	0,38	0,70	0,41	30	32	59	35
Piemonte	0,43	0,63	0,88	0,43	75	107	150	74

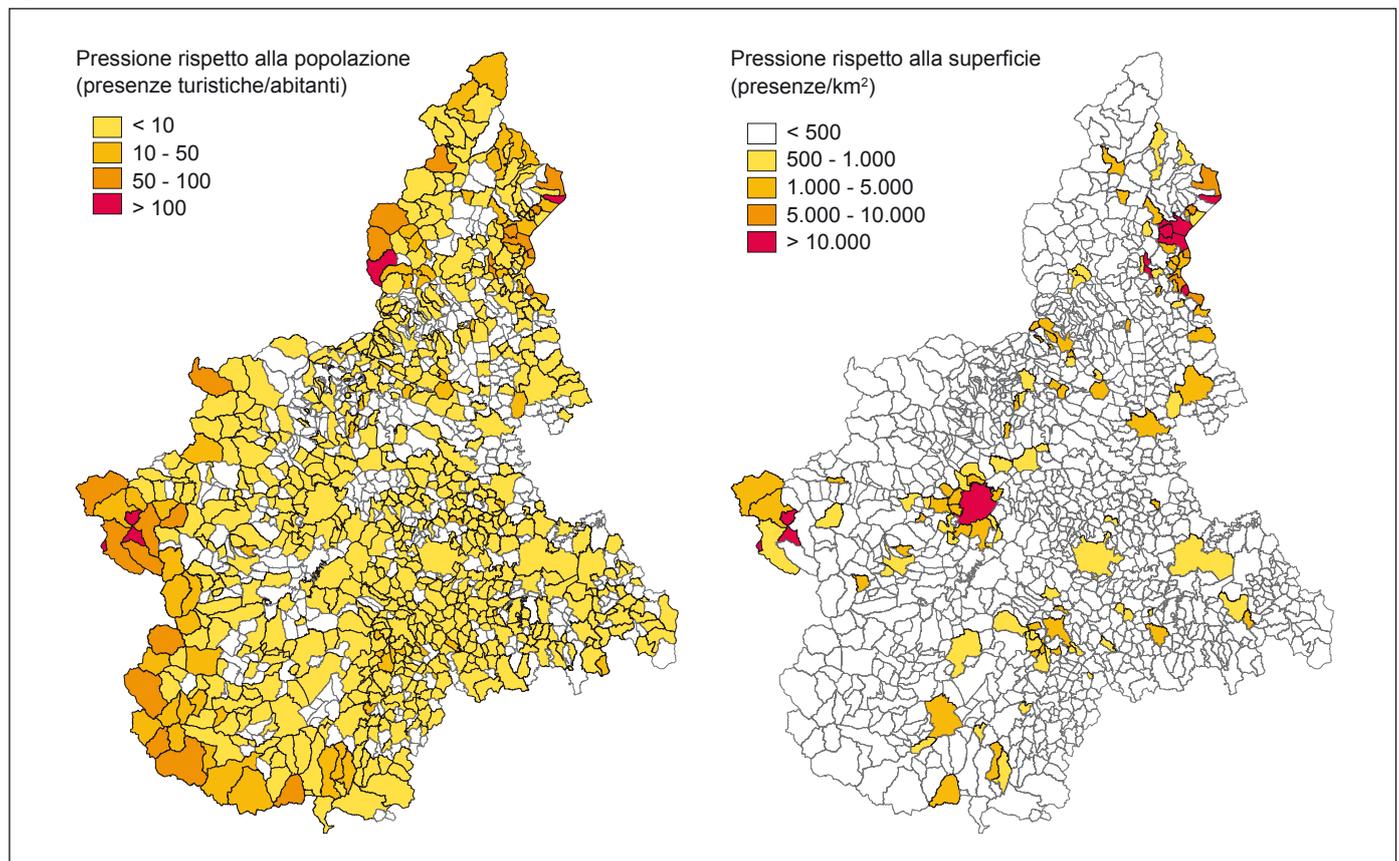
Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo. Elaborazione Arpa Piemonte

Anche a scala comunale (figura 8.6) resta invariata la tendenza secondo la quale i livelli di pressione in rapporto alla popolazione residente risultano in genere più elevati nelle località montane e lacuali (a causa dell'intrinseca bassa densità di popolazione), in particolare nelle valli olimpiche e nelle altre principali località sciistiche. I livelli di pressione in rapporto alla superficie sono alti in alcune località montane e lacuali, nell'area metropolitana torinese e in altri capoluoghi di provincia.



*Siglato un protocollo d'intesa
CAI - Regione Piemonte per
lo sviluppo eco-compatibile
del turismo montano.*

Tra i comuni, che nel 2007 hanno registrato i più alti numeri di visitatori turistici, solo alcuni presentano valori di pressione elevati rispetto alla popolazione residente. Sestriere e Sauze d'Oulx nel primo trimestre, come ci si attende per via della loro vocazione sciistica; Baveno e Cannero Riviera nei trimestri primaverile ed estivo, come compete tipicamente alle località lacuali.

Figura 8.6 - Pressioni turistiche a livello comunale - 2007

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo. Elaborazione Arpa Piemonte

Tabella 8.7 - Pressione turistica in rapporto alla popolazione dei primi 10 comuni per presenze - anno 2007

	Comune	Presenze 2007	Residenti 2006	Gen-Mar		Apr-Giu		Lug-Set		Ott-Dic	
				Presenze	Pressione	Presenze	Pressione	Presenze	Pressione	Presenze	Pressione
1	Torino	1.939.360	900.569	481.656	0,53	543.504	0,60	425.279	0,47	488.921	0,54
2	Verbania	819.828	30.794	28.769	0,93	264.266	8,58	490.888	15,94	35.905	1,17
3	Baveno	464.643	4.777	9.633	2,02	161.064	33,72	268.263	56,16	25.683	5,38
4	Stresa	437.483	5.097	15.063	2,96	174.107	34,16	204.397	40,10	43.916	8,62
5	Cannobio	279.890	5.113	3.558	0,70	85.177	16,66	180.849	35,37	10.306	2,02
6	Sestriere	272.858	907	174.629	192,53	32.239	35,54	29.749	32,80	36.241	39,96
7	Sauze D'oulx	197.447	1.161	144.945	124,84	11.990	10,33	18.964	16,33	21.548	18,56
8	Novara	194.917	102.595	50.611	0,49	44.299	0,43	45.985	0,45	54.022	0,53
9	Bardonecchia	187.094	3.063	71.338	23,29	10.571	3,45	32.767	10,70	72.418	23,64
10	Cannero Riviera	184.766	1.068	8.709	8,15	63.147	59,13	82.539	77,28	30.371	28,44

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo. Elaborazione Arpa Piemonte

Quanto alla pressione esercitata dal turismo in rapporto alla superficie, i valori più alti si riscontrano tra luglio e settembre nei comuni di Verbania e Baveno, mentre Torino, che continua a posizionarsi al primo posto per il numero assoluto di presenze fra tutti i comuni piemontesi, registra valori di pressione piuttosto alti, a differenza del rapporto con la popolazione, durante tutto l'arco dell'anno.

Tabella 8.8 - Pressione turistica in rapporto alla superficie dei primi 10 comuni per presenze - anno 2007

	Comune	Presenze 2007	Superfici e km ²	Gen-Mar		Apr-Giu		Lug-Set		Ott-Dic	
				Presenze	Pressione	Presenze	Pressione	Presenze	Pressione	Presenze	Pressione
1	Torino	1.939.360	130,183	481.656	3.700	543.504	4.175	425.279	3.267	488.921	3.756
2	Verbania	819,828	37,7345	28.769	762	264.266	7.003	490.888	13.009	35.905	952
3	Baveno	464,643	16,6836	9.633	577	161.064	9.654	268.263	16.079	25.683	1.539
4	Stresa	437,483	34,0147	15.063	443	174.107	5.119	204.397	6.009	43.916	1.291
5	Cannobio	279,89	49,5988	3.558	72	85.177	1.717	180.849	3.646	10.306	208
6	Sestriere	272,858	25,9183	174.629	6.738	32.239	1.244	29.749	1.148	36.241	1.398
7	Sauze D'oulx	197,447	17,3145	144.945	8.371	11.990	692	18.964	1.095	21.548	1.245
8	Novara	194,917	103,0895	50.611	491	44.299	430	45.985	446	54.022	524
9	Bardonecchia	187,094	132,107	71.338	540	10.571	80	32.767	248	72.418	548
10	Cannero Riviera	184,766	15,4807	8.709	563	63.147	4.079	82.539	5.332	30.371	1.962

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo. Elaborazione Arpa Piemonte

8.3 TURISMO E SOSTENIBILITA'

Azione per un turismo più sostenibile

Il turismo, se mal pianificato o eccessivamente sviluppato, può distruggere le caratteristiche speciali di un territorio che sono essenziali per lo sviluppo sostenibile. Dall'altro lato, può fornire impulso alla loro conservazione e promozione; in modo diretto, tramite la promozione della consapevolezza e la creazione del reddito necessari a sostenerle, e, in modo indiretto, fornendo una giustificazione economica al supporto da parte di terzi.

A livello internazionale, sono state attivate numerose iniziative per un turismo più sostenibile.

La Commissione Europea nel 2004 ha istituito un Gruppo per la Sostenibilità del Turismo (GST) - composto da rappresentanti di enti internazionali, governi degli Stati membri, autorità locali e regionali, rappresentanti dell'industria del turismo, di organismi professionali, organizzazioni ambientali, sindacati e organi di ricerca e istruzione, con competenza ed esperienza nel campo del turismo sostenibile - che ha redatto un rapporto come base per l'emissione di un'Agenda per la Sostenibilità del Turismo Europeo.

Nel 2005, l'Organizzazione Mondiale per il Turismo (UNWTO) e il Programma Ambiente delle Nazioni Unite (UNEP) hanno identificato un'agenda in 12 obiettivi¹ per il turismo sostenibile.

La **Commissione Europea** nella Comunicazione COM(2007) 621 del 19.10.2007 ha presentato l'Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo individuando tre obiettivi chiave: prosperità economica per le imprese e le destinazioni turistiche, equità e coesione sociale delle comunità locali, protezione dell'ambiente per minimizzare il degrado dell'ambiente e gli impatti connessi allo sfruttamento delle risorse da parte delle attività turistiche e per rafforzare la ricchezza culturale e conservare la biodiversità.

Il raggiungimento di tali obiettivi richiede l'applicazione di principi di sostenibilità quali una programmazione integrata (che tenga conto degli impatti del turismo sulla società e sull'ambiente), a lungo termine (attenta alle esigenze delle generazioni future), volta al raggiungimento di un ritmo di sviluppo rispettoso delle risorse e delle comunità delle destinazioni ospiti, con il coinvolgimento di tutte le parti, fondata sulle migliori conoscenze disponibili. Deve essere accettata la necessità di limitare, se opportuno, il livello di sviluppo turistico e il volume dei flussi turistici. Si deve infine effettuare un monitoraggio continuo degli impatti attraverso l'impiego di indicatori di sostenibilità del turismo quali quelli proposti nel Rapporto del Gruppo per la Sostenibilità del Turismo, sviluppati a livello nazionale o regionale, tra i quali sono identificati gli indicatori da utilizzare a livello di destinazione turistica.

Si ringrazia Giorgio Benci della Regione Piemonte, Direzione Turismo, commercio e sport.

Bibliografia

CARTA DEL TURISMO SOSTENIBILE, 1995. Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile, Lanzarote.

CARTA DI RIMINI, 2001. Conferenza Internazionale per il Turismo Sostenibile.

LEGGE 29 marzo 2001, n.135. *Riforma della legislazione nazionale del turismo.*

GRUPPO PER LA SOSTENIBILITÀ DEL TURISMO (GST), Febbraio 2007. *Azione per un turismo europeo più sostenibile.*

IRES, 2008. *Informaires, n.34.*

IRES, 2008. *Piemonte Economico Sociale 2007.*

OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE DEL PIEMONTE, 2008. *Dati statistici sul turismo in Piemonte Anno 2007.*

RAPPORTO DEL GRUPPO PER LA SOSTENIBILITÀ DEL TURISMO, 2007. *Azione per un turismo europeo più sostenibile.*

REGIONE PIEMONTE - Direzione Turismo, Commercio e Sport, 2008. *Imprenditoria e turismo. Informazioni - opportunità - esperienze.*

REGIONE PIEMONTE, Aprile 2008. *Valutazione Ambientale Strategica "Piano Strategico Regionale Per Il Turismo". Rapporto Ambientale.*

<http://www.regione.piemonte.it/turismo/index.htm>

<http://www.handicapincifre.it/descrizioni/turismoaccessibile.asp>

¹¹² Obiettivi per il turismo sostenibile (UNWTO/UNEP):

1) Fattibilità economica, 2) Prosperità locale, 3) Qualità dell'occupazione, 4) Equità sociale, 5) Soddisfazione dei visitatori, 6) Controllo locale, 7) Benessere della comunità, 8) Ricchezza culturale, 9) Integrità fisica, 10) Diversità biologica, 11) Rendimento delle risorse, 12) Purezza ambientale.