



VITA E MORTE NEL TURISMO: IL CASO MACHU PICCHU E L'IMPORTANZA DELLA SOSTENIBILITÀ

Publicato: Mercoledì, 22 Ottobre 2014 13:16



Twitter

La capacità di capienza sostenibile è il nuovo valore fondamentale dello sviluppo turistico, come dimostra il caso della Città perduta degli Incas, in Perù. Da "Risorse culturali e sviluppo del turismo: il caso Machu Picchu" di Juan Ignacio Paulido Fernandez e Yaiza Lopez Sanchez, in "Esperienze e casi di turismo sostenibile" a cura di Vito Roberto Santamato e Salvatore Messina, Franco Angeli, 2012

L'analisi del cosiddetto "caso Machu Picchu" è emblematica per quanto concerne la dimostrazione della necessità dell'individuazione di una "capienza sostenibile". I due ricercatori hanno preso in esame il Santuario storico di Machu Picchu noto come "la città perduta degli Incas", scoperto dall'archeologo americano Hiram Bingham il 24 luglio 1911 in Perù, riconosciuta Patrimonio Culturale e Naturale dell'Umanità dall'Unesco nel 1983. Ovviamente l'erosione naturale al quale il sito è sottoposto aumenta esponenzialmente con il passare del tempo a causa del surriscaldamento terrestre, dell'acidità delle piogge e dell'aumento dell'instabilità del suolo.

A tutto questo va ad aggiungersi la "pressione turistica" esercitata da un crescente numero di visitatori estremamente interessati a questo sito archeologico e che vengono richiamati costantemente da tutto il mondo. Proprio in questi contesti risulta necessario stabilire dei criteri di preservazione, conservazione e pianificazione dello sviluppo, al fine di evitare quello che nel 2004 l'UNWTO ha definito come "un sito in via di congestione turistica".

Il Perù ha visto una crescita turistica tra 2004 e 2011 dell'83%, e per quanto riguarda le entrate in valuta estera generate dal turismo nel Paese andino si è passati da 837 a 2.741 milioni di dollari l'anno fra 2002 e 2010 (dati Micetur, Ufficio di studi turismo e artigianato).

Questi dati riflettono un andamento più che positivo per questo settore che può sembrare una soluzione di sviluppo per un determinato territorio, quindi può passare l'idea sbagliata che aumentare i turisti sia l'unico obiettivo di sviluppo; ma non è così. Questa evoluzione nasconde al suo interno anche insidie economiche e naturali molto pericolose.

La "congestione turistica" può essere un gravissimo deterrente per i nuovi turisti, in quanto l'esperienza di visita può essere considerata negativa rispetto alle aspettative del turista. Questa eventualità può essere causata da problemi organizzativi e di accessibilità dovuti a un aumento incontrollato degli arrivi. Le ripercussioni di questo fenomeno negativo possono andare ovviamente oltre l'esperienza turistica, arrivando a intaccare tutto il settore turistico di una destinazione, provocando problemi alle comunità locali, eccessiva pressione sulle infrastrutture, scarse risorse, concorrenza non costruttiva, così fino alla generazione di danni materiali agli attrattori che non beneficiano di una adeguata sorveglianza e salvaguardia.

Al fine di evitare questo problema gestionale esistono diverse misure da prendere a discrezione degli organi organizzativi della destinazione. Principalmente si tratta di stabilire una adeguata strutturazione delle responsabilità all'interno della catena di comando e della categoria gestionale, aumentare la comunicazione tra gli organi, creare un sistema di licenze per gli operatori, controllare le fasi di arrivo e diversificare l'offerta di ingresso al sito in modo da incanalare il flusso. Tutto questo deve partire da un miglioramento delle strutture esistenti, con un adeguamento delle infrastrutture e della gestione del traffico, ma anche migliorare il sistema informativo e la segnaletica, migliorare gli accessi ai siti e ampliare le zone di stazionamento e ingresso (UNWTO, 2004).

In sostanza, come ha sostenuto Jean-Didier Urbain nel 1997, il turismo può essere "sia un principio di vita e di sviluppo che un principio di morte e distruzione". Per questo è

ULTIMI ARTICOLI

Vita e morte nel turismo: il caso Machu Picchu e l'importanza della sostenibilità

Artigianato, alimentare e turismo: le PMI motore dello sviluppo al Sud

Arte e cultura, domina il Lazio, Sud troppo indietro

Umbria, il turismo nel 2014 è iniziato bene (ma non benissimo)

Turismo digitale, il Piano Strategico TDLAB arriva in anticipo

SEGUICI SU...

Marketing del territorio by Mailander

Mi piace

Marketing del territorio by Mailander piace a 1.379 persone.



importante calibrare l'amalgama in ottica sostenibile e sistemica al fine di indirizzare tutto il settore verso la collaborazione e la proliferazione economica di sviluppo nel medio e lungo termine senza mettere in pericolo l'attrattore stesso.

Flavio Roberto Albano - Autore di **Turismo & Management d'Impresa**

Twitter [@FlavioRobAlbano](#)

LEGGI ANCHE: [Machu Picchu, solo l'ecoturismo può salvarlo](#)

[La Giornata Mondiale dell'Ambiente per un turismo ecosostenibile](#)

[Se il turismo di massa fa più danni della guerra](#)

Fonte foto Machu Picchu: [flocutus.de](#)

[turismo](#) [leggi](#) [ecosostenibilità](#) [turismo sostenibile](#) [Perù](#) [flussi internazionali](#) [Flavio Roberto Albano](#)

[Mailander](#) | [Marketing Del Territorio](#) | [Privacy](#)

Testata giornalistica regolarmente autorizzata al protocollo n. 26 del 17/09/2013 presso il Tribunale Ordinario di Torino

Copyright © 2013. All Rights Reserved.

P.IVA 05237020010 - Capitale sociale Euro 10.400 i.v.

Designed by RD Srl.