

# Briciole

## Sociale viaggiando Esperienze di turismo sociale

di  
Barbara Bennati

In collaborazione con associazione  
Socialnet - Arezzo

## **Briciole**

Trimestrale del Cesvot - Centro Servizi Volontariato Toscana  
n. 26, Ottobre 2010  
Reg. Tribunale di Firenze n. 5355 del 21/07/2004

*Direttore responsabile*  
Cristiana Guccinelli

*Redazione*  
Cristina Galasso

Prodotto realizzato nell'ambito di un sistema di gestione certificato  
alle norme Iso 9001:2008 da Ciscert con certificato n. 04.1035

**Briciole** è il nome che abbiamo dato alle pubblicazioni dedicate agli Atti dei Corsi di Formazione. I volumi nascono da percorsi formativi svolti per conto del Cesvot dalle associazioni di volontariato della nostra regione i cui atti sono stati da loro stesse redatti e curati.

*Un modo per lasciare memoria delle migliori esperienze e per contribuire alla divulgazione delle tematiche di maggiore interesse e attualità.*

---

## INTRODUZIONE

Questa pubblicazione intende fornire un quadro conoscitivo del turismo sociale. Nonostante il turismo sociale abbia contribuito alla diffusione del turismo come fenomeno di massa, esistono delle difficoltà oggettive che oggi ne impediscono una descrizione qualitativa e quantitativa completa ed esaustiva.

Il turismo sociale, infatti, si presenta come un fenomeno trasversale che interessa in vario modo molti soggetti diversi: l'associazionismo non profit, il mondo dell'imprenditoria turistica e la sfera pubblica.

Pertanto la pubblicazione si propone di colmare il vuoto di ricerche e dati sul turismo sociale, che impediscono di dimensionare complessivamente il fenomeno, di analizzarne le dinamiche intertemporali e di prefigurarne gli sviluppi futuri.

Non solo, i responsabili e gli operatori delle numerosissime organizzazioni di volontariato, che da decenni operano nel settore del turismo sociale, si interrogano sulla necessità di verificare l'adeguatezza e la qualità delle loro attività, dei loro modi di organizzarsi, dei modelli di riferimento che ispirano la loro azione. Abbiamo infatti percepito una profonda esigenza di interpretare le nuove esigenze espresse dai tradizionali fruitori e dai nuovi possibili utenti. Non solo, dal corso che abbiamo realizzato e dagli incontri precedenti la stesura del progetto definitivo è emersa l'esigenza di disporre di uno strumento utile a navigare in questo mare magnum che è il turismo sociale.

Con questa pubblicazione vogliamo sottolineare l'utilità del turismo sociale e cioè la sua capacità di produrre valore per le persone e la società.

Del resto oggi viviamo in una fase di cambiamento molto "critica".

Da un lato sembra prevalere la logica dell'individualismo e del consumo, con l'affermazione di modelli di riferimento lontani dall'esperienza tendenzialmente socializzante del turismo sociale. Dall'altra parte si registrano sempre maggiori richieste di "risocializzazione" della società e dell'economia, come "risposta ai problemi" della società e dell'economia. Oggi è sempre più frequente l'affermazione che occorre "collaborare per competere". Anche tra le persone si nota una sempre più spiccata voglia di relazione, che probabilmente non è soddisfatta dal dilagare dei mass media, dalla televisione in particolare, e dalla comunicazione da essi rappresentata.

Si può sinteticamente affermare che forse è necessario il passaggio dalla "società della comunicazione" alla "società della relazione". Dove per relazione si intende interazione, interscambio emotivo, profondità del rapporto, ricchezza di elaborazione culturale e di capacità operativa. La dimensione della risocializzazione è ora fortemente evidente nei nuovi movimenti che pongono con forza l'esigenza di un mondo più risocializzato, più equilibrato e quindi fondato su nuove modalità relazionali tra le istituzioni e le persone.

Il turismo sociale, anche attraverso questa pubblicazione, può riuscire a rispondere a questa grande sfida.



---

## CAPITOLO I

### Genesi del corso “Sociale viaggiando”

#### 1. Socialnet e la rete dei partner

Socialnet è un'associazione di volontariato nata nel novembre del 2004, costituita da anziani e giovani sensibili ai temi del disagio sociale. Opera sul territorio della provincia di Arezzo. Socialnet, che significa rete sociale, è un laboratorio per la promozione di iniziative in quei settori che, connessi al sistema delle piccole e medie imprese (Pmi), presentano criticità o disagio sociale.

Nel dettaglio le attività promosse da Socialnet vanno dal sostegno alle persone anziane all'inclusione sociale, dalle politiche familiari all'immigrazione, dal contrasto alle povertà, alle pari opportunità, dalla promozione dell'intercultura a progetti di cooperazione internazionale. Dalla constatazione che nella provincia di Arezzo è alta la percentuale di anziani e diversamente abili a cui è interdetto l'accesso al turismo è nata l'idea di organizzare un corso “Sociale viaggiando”. Le numerose associazioni di volontariato attive in questo settore, desiderano estendere l'offerta turistica a quel gran numero di persone con disabilità e bisogni “speciali” che rimangono escluse.

Date queste premesse, il turismo sociale, quale fattore di coesione sociale e di promozione della cittadinanza, offre delle interessanti risposte. Se, infatti, il turismo “tradizionale” è un fenomeno essenzialmente commerciale, quello sociale si caratterizza per qualità, difesa dell'ambiente, accessibilità dei costi e delle strutture. Il corso nasce dall'esigenza, sentita dalle diverse associazioni che nel territorio della provincia di Arezzo sono impegnate nell'organizzazione di soggiorni e gite sociali, di sviluppare competenze per saper dar vita a programmi di accompagnamento responsabile come quelli che il turismo sociale promuove. Spesso infatti il personale volontario non è aggiornato, e potenziare la qualità di questa offerta turistica socialmente responsabile diventa una priorità.

Oggi si possono trovare diffuse informazioni su strutture ricettive e servizi turistici correlati, accessibili e fruibili da cittadini con bisogni ‘speciali’. Queste informazioni sono disponibili in innumerevoli siti internet, in pubblicazioni e periodici di categoria. Tuttavia, la frammentarietà delle offerte e il loro aggiornamento, spesso carente, rendono complessa una ricerca agile e sicura da parte dei volontari delle associazioni attive in questo settore. Raramente, infatti, le tante opportunità già presenti trovano visibilità nei circuiti turistici promossi dalle associazioni di volontariato.

I soggetti coinvolti nella rete operano come attori e beneficiari nell'ambito del turismo sociale e della sua promozione. Alcuni di loro in occasione di collaborazioni nate proprio in questo settore hanno manifestato l'esigenza di migliorare qualitativamente la propria offerta al fine di caratterizzarla ancora di più per la sua valenza sociale. Nel dettaglio, le associazioni Auser, Acli Solidarietà, Oasi e le strutture Cna Pensionati e Centro di Aggregazione Sociale

---

Fiorentina hanno collaborato nella fase di analisi dei bisogni formativi e sono impegnate a coinvolgere i propri volontari e cittadini nella partecipazione al corso. Gli altri partner come Legambiente, la cooperativa sociale Beta e la Provincia di Arezzo hanno pubblicizzato il corso Socialeviaggiando e fornito gli esperti per le docenze.

## **2. I bisogni rilevati**

Socialnet ha nel corso degli ultimi tre anni sviluppato le sue attività di promozione e collaborazione nell'organizzazione di soggiorni estivi e gite sociali. In particolare è stato registrato un incremento della domanda da parte di categorie "deboli" quali anziani e diversamente abili. Ma a causa delle limitate competenze e conoscenze, Socialnet non ha potuto dare una sufficiente ed esaustiva risposta. Le esigenze di questi viaggiatori con bisogni "speciali" vengono generalmente ignorate dalle proposte turistiche tradizionali, mentre all'interno delle associazioni di volontariato possono essere prese in carico. Le associazioni di volontariato coinvolte in questo progetto, in occasione di alcune iniziative turistiche, hanno evidenziato la necessità di colmare la lacuna di conoscenze in materia di turismo sociale e sottolineato l'opportunità di promuovere maggiormente sotto il profilo sociale la propria offerta turistica e rendere più consapevoli i volontari di operare per lo sviluppo di principi quali la sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Il turismo sociale ha trovato infatti nuovo vigore attraverso il riconoscimento del proprio ruolo nel favorire l'accesso alla vacanza, ma resta ancora, tra le associazioni di volontariato della provincia di Arezzo, un fenomeno poco conosciuto e di cui si sottovaluta le potenzialità.

Il turismo sociale è attore dell'assetto territoriale e dello sviluppo locale il turismo ha un certo impatto sul territorio che oltre ad essere positivo, spesse volte è negativo. Perciò è necessario intraprendere comportamenti responsabili, rispettando l'identità della popolazione e l'ambiente attuale, ma anche quello futuro, così da salvaguardarlo per le generazioni future.

---

## CAPITOLO II

### Il turismo sociale

#### 1. Cosa è il turismo sociale?

Ormai tutti sono stati dappertutto, indipendentemente o quasi dalle loro possibilità economiche. Il turismo è diventato, nel tempo, un bene di consumo come ce ne sono tanti altri, e questa trasformazione subito lo ha reso del tutto diverso dalle sue precedenti manifestazioni. Basta guardare il nascere di un infinito numero di compagnie aeree *low-cost* e di viaggi *last-minute*, il continuo aumento di quelle strutture di ogni tipo preposte alla ricezione del turista (*bed and breakfast*, ostelli della gioventù, alberghi, ristoranti, ecc.). Tutto ciò è la dimostrazione molto spesso delle nostre disponibilità materiali, ma, contemporaneamente, anche del senso di profondo malessere che più o meno tutti noi avvertiamo a causa dell'eccessivo stress e dell'esagerata ripetitività delle nostre giornate tipo. Tuttavia la riflessione attorno al mondo in evoluzione del turismo sociale non può che partire dall'idea del viaggiare come dimensione fondamentale, nutritiva dell'essere umano. Infatti il significato archetipo del viaggio ha a che fare con la vita e con la morte, è gioco eterno tra estraneazione e riconoscimento, radici e movimento, sosta e cammino, andata e ritorno. Non solo, nell'idea di viaggio superare la frontiera resta un'esperienza fondamentale. Franco La Cecla ha detto "le frontiere sono il faccia a faccia tra due compagini, due culture, due passi; luogo dove il confronto dovrebbe sostituire lo scontro".

Il turismo sociale si pone proprio in questa direzione. Purtroppo i guasti della trasformazione delle tradizioni in folklore fasullo, dei residenti in camerieri, delle cattedrali in luna park di fede, dei monumenti in oggetti di solo consumo fotografico sono sempre più evidenti. Ma la prospettiva del turismo sociale è invece quella di restituire autenticità ad un'esperienza d'incontro, crescita, scoperta, cambiamento squisitamente umana. Inoltre accanto all'interesse per i viaggi nei luoghi lontani, va riscoperto anche quello per il nostro territorio. Una nuova cultura cioè di turismo di comunità centrato ad esempio sull'accoglienza nei piccoli alberghi aperti alla dimensione relazionale, agli agriturismi.

Per collocare correttamente il turismo sociale (Ts) all'interno dell'universo turistico è necessario partire da un'analisi della sua stessa definizione.

Una delle classificazioni più usate nel turismo è quella che s'ispira all'attività o all'interesse prevalente che motiva le persone nella scelta della vacanza. Partendo dall'abbinamento tra la motivazione presunta e l'attrattore prevalente di una certa destinazione, si distinguono varie tipologie di turismo (balneare, sportivo, termale, culturale ecc.), come modalità diverse di un'unica grande realtà. Rispetto a questo criterio di classificazione, il Ts si configura come un fenomeno trasversale, nel quale confluiscono tutti quei flussi motivati soprattutto dal desiderio di socializzazione, prima ancora che dal tipo di esperienza turistica ricercata. Il Ts prescinde dalla risorsa che caratterizza la vacanza e si concentra sulla soddisfazione di bisogni

---

di socialità e condivisione di gruppo, interpretando l'attività balneare, piuttosto che quella sportiva, termale o culturale, non come un'attività della vacanza, quanto come una modalità dello stare insieme agli altri.

Occorre sottolineare come l'accezione odierna di Ts sia l'ultimo esito di un processo evolutivo non breve, durante il quale alcune caratteristiche sono mutate, soprattutto in rapporto ai cambiamenti che più in generale hanno interessato il turismo, quale fenomeno economico-sociale complessivo. Per comprendere meglio la situazione si ripercorrono brevemente le tappe più importanti dell'evoluzione del Ts, fino ad oggi.

In Italia, le prime iniziative di Ts vanno fatte risalire all'inizio del Novecento, quando lungo la riviera adriatica (ma anche in montagna) cominciava l'attività delle colonie, istituite per curare i bambini malati delle famiglie più disagiate e successivamente volute per educare e fortificare l'infanzia nel primo dopoguerra. Per ospitare questi flussi di bambini vennero costruiti nuovi edifici idonei allo svolgimento delle attività di gruppo grazie ai quali prese avvio una frequentazione assidua della riviera, soprattutto in Romagna (alcune colonie sono state attualmente ristrutturare per altri usi, mentre altre sono ancora visibili, soprattutto lungo il litorale adriatico). Alcune colonie del periodo fascista lasciarono pian piano il campo a quelle delle prime grandi aziende italiane (in Romagna, Toscana e Liguria), che rimasero in funzione fino agli anni Settanta per ospitare i figli degli operai e che poi furono progressivamente abbandonate, fino ad essere definitivamente chiuse tra gli anni Ottanta e Novanta. Contemporaneamente, soprattutto dopo il riconoscimento del diritto alle ferie retribuite e lo sviluppo delle organizzazioni religiose, sono nate nuove forme di sostegno al godimento del diritto al riposo e alla vacanza che hanno avvicinato al Ts nuovi gruppi, in particolare le famiglie dei lavoratori, ma anche i giovani, gli studenti e gli anziani, rispetto ai quali si è organizzata un'offerta sempre più ricca e personalizzata. Oggi sta crescendo anche l'attenzione nei confronti delle persone con esigenze speciali (diversamente abili, persone con problemi di accessibilità, allergie, ecc.), destinatarie di progetti e strumenti appositamente pensati per l'orientamento e la soddisfazione dei loro bisogni (e delle loro famiglie) all'interno di un contesto di viaggio e/o vacanza.

È evidente che il Ts ha operato all'interno di cornici storiche diverse, abbracciando via via ambiti più vasti e articolati. Dal primo scopo terapeutico si è passati al "dovere" ricreativo, quindi alla villeggiatura intesa come diritto godibile da tutti e solo oggi a vacanza come momento di nuova socialità e incontro con gli altri. Il passaggio da un turismo di tipo assistenzialistico ad uno "di relazione" è stato inevitabile nel momento in cui la vacanza è diventata un bene economicamente accessibile alla maggior parte delle persone, conquista che ha determinato la necessità di un ripensamento di tutto il "sistema del Ts".

Nonostante l'evoluzione fin qui descritta, continuano a permanere degli elementi di continuità con il passato, insieme ad altri fattori di caratterizzazione che connotano con diversa intensità il Ts. Alcuni degli aspetti più rilevanti che si riscontrano e che possono essere considerati diversamente ricorrenti sono:

- *l'organizzazione*, cioè la presenza costante di un organismo di raccordo tra i turisti e gli operatori dell'offerta. Il Ts è stato ed è, ancora oggi, un turismo essenzialmente organizza-

zato che, diversamente da altri, non prevede formule di vacanza *self made* e che si basa sempre sulla intermediazione che le organizzazioni di turismo sociale svolgono tra i fornitori di beni e servizi turistici (qualora non siano essi stessi) ed i turisti, sia individuali che costituiti in gruppi;

- *il pubblico*, ossia le persone alle quali sono rivolte le iniziative di Ts. Molto spesso si tratta di categorie omogenee, unite dalla comune appartenenza ad un gruppo sociale (per esempio una stessa azienda, una scuola, un'associazione di volontariato, ecc.);
- *la socialità*, ossia l'importanza data alle relazioni umane e alla condivisione di esperienze comuni, espressa attraverso la scelta di condizioni e servizi specifici (propensione alla vita di gruppo; utilizzo di ricettività condivisa, come gli ostelli; impiego di mezzi di trasporto collettivi ecc.);
- *la tutela di categorie più deboli*, ossia il compito (non necessariamente prevalente) di rendere accessibile la vacanza alle persone con difficoltà di carattere fisico e/o sanitario o che si trovano in condizioni economiche disagiati ovvero che sono anziane o non autosufficienti.

La presenza di soggetti organizzatori rappresenta la condizione che ricorre in maniera pressoché costante in tutte le iniziative di Ts: in assenza di forme di intermediazione (o in presenza di un turismo non organizzato), il Ts non può configurarsi. Al contrario, la tutela di categorie deboli è un fattore che ricorre con minore frequenza rispetto al passato, non essendo più determinante per l'esistenza del Ts.

È importante infine fare un accenno ai tanti turismi, tutti sociali.

Il *turismo sostenibile*, ad esempio, che in occasione del Summit della Terra di Rio (1992) è il termine che è stato usato soprattutto in chiave ambientale. Nella Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile (Lanzarote, 1995) è stata approvata la *Carta del turismo sostenibile*:

la sostenibilità del turismo richiede per definizione che esso integri l'ambiente naturale, culturale e umano; che rispetti il fragile equilibrio che caratterizza molte località turistiche, in particolare le piccole isole e aree ambientali a rischio. Il turismo dovrebbe assicurare un'evoluzione accettabile per quanto riguarda l'influenza delle attività sulle risorse naturali, sulla biodiversità e sulla capacità di assorbimento dell'impatto e dei residui prodotti.

Mentre per *turismo accessibile* si intende

l'insieme di servizi e strutture in grado di permettere a persone con esigenze speciali - anziani, disabili, persone con esigenze dietetiche e allergie - la fruizione della vacanza e del tempo libero senza ostacoli e difficoltà (fonte: ItaliaPerTutti).

Trattasi di un settore importante perché in base ad una recente indagine dell'Enea sono 31 milioni le persone che hanno effettuato almeno un viaggio (il 54,6% degli italiani), di questi il

---

2,9% pari a 889.330 persone ha esigenze speciali. L'indagine ha anche cercato di approfondire la domanda di turismo inespressa (turisti potenziali a condizioni specifiche) rilevando che il 61% delle persone avrebbe bisogno di un accompagnatore il 25% di assistenza medica, il 7% di superare barriere architettoniche.

Per il *turismo responsabile* riprendiamo la definizione dell'Aitr (Associazione italiana turismo responsabile):

con la scelta della definizione di responsabile le associazioni e le agenzie che hanno aderito ad Aitr hanno voluto sottolineare l'aspetto di presa in carico di una responsabilità - per l'operatore turistico, per il turista stesso e per la comunità locale - che va oltre la sostenibilità. Il turismo responsabile è un turismo che soddisfa i turisti, mantiene o migliora l'ambiente dei luoghi di destinazione e offre benefici ai residenti (<http://www.aitr.org>).

L'*ecoturismo*, invece, è nato e diffuso negli Usa alla metà degli anni '80 come risposta ecologica alle pressioni del turismo di massa. Nel 1990 si è costituita la Società internazionale d'ecoturismo ([www.ecotourism.org](http://www.ecotourism.org)), nel maggio 2002 si è tenuto il Summit mondiale dell'ecoturismo in Quebec in occasione dell'Anno Internazionale dell'Ecoturismo.

Il *turismo solidale*, infine, rappresenta un modo di viaggiare che consente al turista di immergersi totalmente nella vita e nella cultura del luogo visitato contribuendo, con del volontariato, al miglioramento della comunità visitata. Con questa forma di turismo si sostengono le comunità locali ed il loro sviluppo anche partecipando attivamente alla vita comunitaria *in loco*.

## **2. Il quadro normativo di riferimento**

Dal punto di vista normativo, la promozione del diritto sociale, in Italia, è avvenuta soprattutto ad opera delle Regioni in virtù del trasferimento delle competenze legislative in materia di turismo avvenuto nel 1972. Alcune leggi regionali sono volte a estendere la pratica turistica a tutti i cittadini ed in particolare ai giovani, ai lavoratori e agli anziani, attraverso la concessione di finanziamenti e contributi agli enti e alle associazioni operanti nel settore nel turismo sociale.

Le più recenti tendenze, con l'emergere di nuovi turismi e con la frammentazione delle proposte turistiche, hanno posto la necessità di una politica globale per il settore che comprenda tanto la qualificazione e il rispetto del territorio delle destinazioni turistiche in tutte le sue componenti, quanto la soddisfazione dei turisti. Parallelamente, il numero crescente della popolazione anziana così come quella dei disabili, rappresenta una potenziale domanda turistica portatrice di esigenze speciali che può essere colta dal mercato.

Una prima risposta a tali esigenze è rappresentata in Italia dalla nuova legge quadro n.135 del 2001 "Riforma della legislazione nazionale del turismo" che istituisce i Sistemi turistici locali per il miglioramento e l'accessibilità dei territori ed elabora una politica di sostegno

alla domanda attraverso la previsione del “Fondo di rotazione per il prestito ed il risparmio turistico” e del sistema dei “Buoni Vacanza”. Passando ad analizzare i tratti salienti di questa normativa possiamo notare che all’art.1, essa affida alla Repubblica – soggetto complesso costituito da, e non diviso in, Stato, Regioni ed Enti locali – il compito di fare del turismo il fattore strategico per lo sviluppo economico e sociale del Paese nel contesto internazionale, per il superamento degli squilibri regionali, per la tutela e la valorizzazione delle risorse ambientali e culturali, per la crescita competitiva dell’offerta. È riconosciuto altresì “l’apporto dei soggetti privati per la promozione e lo sviluppo dell’offerta turistica”.

La legge quadro 217 si proponeva più modestamente di porre fine a un decennio di contrasti fra Stato e Regioni sulla materia legislativa, stabilendo i compiti regionali all’interno di un quadro di riferimento statale. Viene sancita la “regionalità” della materia turistica: l’applicazione del principio di sussidiarietà introdotto dalla riforma Bassanini, d’altronde, implica che la Regione sia l’istituzione più adatta a legiferare nel settore, mentre allo Stato (art. 2 comma 3) sono attribuiti solo alcuni compiti ben individuati, quali la cura dei rapporti internazionali, la rappresentanza unitaria in sede Ue, l’indirizzo e il coordinamento intersettoriale degli interventi statali e delle attività promozionali di rilievo nazionale svolte all’estero.

A questo proposito si segnala che, secondo alcuni studiosi, la nuova formulazione dell’art. 117 della Costituzione approvata e confermata recentemente, impedirebbe allo Stato di legiferare in materia turistica: il turismo infatti non appare né nella legislazione esclusivamente affidata allo Stato (mentre vi appaiono i rapporti internazionali, la tutela dell’ambiente e dei beni culturali), né nella legislazione concorrente (che comprende invece il commercio con l’estero, le grandi reti di trasporto, porti e aeroporti). La conseguenza potrebbe essere che, in assenza di norme statali adeguate, e allorché gli interessi da tutelare coinvolgano la dimensione comunitaria, sia chiamata a intervenire l’Unione Europea, ultimo anello della catena della sussidiarietà. L’art. 2 comma 4, ribadendo quanto già stabilito nel d.lgs. 112/1998 e nel d.p.r. 175/2001, attribuisce allo Stato il potere di dettare le linee guida del comparto turistico, con decreto del Presidente del consiglio dei ministri, che deve essere adottato d’intesa con la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano (brevemente indicata come Conferenza Stato-Regioni) e dopo aver sentito le associazioni di categoria degli operatori e dei consumatori.

Quindi, se da un lato si dà ampio spazio alle autonomie locali politiche e funzionali, nel pieno rispetto del principio di sussidiarietà e della libertà d’impresa, dall’altro vengono salvaguardati l’unitarietà del comparto e la tutela dei consumatori. Infatti il dpcm, che a oggi, come si diceva, ha ampiamente superato la scadenza del 4 agosto 2001 (tre mesi dall’entrata in vigore della legge), dovrà individuare gli elementi e i requisiti da trattare in maniera uniforme per garantire al settore standard minimi di qualità dei servizi offerti e di tutte le attività svolte. Inoltre, dovrà coordinare gli obiettivi delle politiche del turismo nell’ambito della programmazione economica nazionale e dell’utilizzo di fondi nazionali e comunitari per la realizzazione di infrastrutture e lo sviluppo di attività economiche nel settore.

Le Regioni dovrebbero poi, entro nove mesi dalla data di emanazione del dpcm – na-

---

turalmente anche questa scadenza risulterà di fatto spostata – dare attuazione ai principi e agli obiettivi contenuti nel decreto stesso; se esse non rispettassero i termini verrebbero intanto applicate, per salvaguardare gli “interessi unitari non frazionabili in materia di libertà d’impresa e di tutela del consumatore”, le disposizioni contenute nel decreto stesso. All’art. 3 viene istituita la Conferenza nazionale del turismo, da riunirsi almeno ogni 2 anni a cura della Presidenza del consiglio dei ministri d’intesa con la Conferenza Stato-Regioni, per favorire periodiche occasioni di incontro e confronto fra istituzioni pubbliche e private e sottoporre a costante verifica, aggiornamento e controllo il documento contenente le linee guida.

Il carattere biennale della convocazione e la composizione mista della Conferenza nazionale differenziano questa dalla Conferenza Stato-Regioni e dalle altre due Conferenze permanenti introdotte dal d.lgs. 281/1997: mentre le Conferenze permanenti possono essere considerate organi di governo, la Conferenza nazionale è essenzialmente un organo misto di propulsione e controllo. Anche la legge 217 aveva previsto la convocazione, a cura del Comitato di coordinamento per la programmazione turistica (soppresso con d.lgs. 418/1989) di una Conferenza nazionale con scadenza triennale.

La stessa legge aveva istituito inoltre un Comitato consultivo, la cui composizione e le cui funzioni si possono cogliere oggi nella Conferenza nazionale, così come è prevista dalla nuova legge. Una novità è invece l’introduzione, con l’art. 4, della *Carta dei diritti del turista*, uno strumento che si sta diffondendo nel settore da alcuni anni (numerose gli esempi di Carte rivolte a governi, a organizzazioni internazionali o a singoli utenti, per favorire il turismo in alcune aree del mondo o per conciliare problemi di sviluppo con il rispetto ambientale e umano).

La *Carta dei diritti del turista* introduce un sistema di regole a tutela del consumatore come persona e come fruitore di servizi turistici, fornendogli dettagliatamente le informazioni necessarie su tutti gli aspetti dell’offerta turistica, anche relativamente alle norme di tutela dei beni artistici e culturali. Tramite la Carta, vengono inoltre rafforzate le garanzie in materia di multiproprietà (già regolata dal d.lgs. 427/1998), estendendo l’obbligo di fideiussione, gravante sul venditore durante i lavori di costruzione dell’immobile, anche alla fase di esecuzione del contratto.

L’obiettivo è, evidentemente, la realizzazione di un mercato turistico regolamentato in cui i rapporti contrattuali siano chiari, a tutto vantaggio di un sistema quale quello turistico, aperto agli scambi internazionali. Il compito di risolvere le controversie è affidato a commissioni arbitrali costituite presso le Camere di commercio o, su richiesta degli utenti, alle associazioni dei consumatori. Un’altra importante innovazione è contenuta nell’art. 5 che disciplina i sistemi turistici locali come

contesti turistici omogenei o integrati, comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a regioni diverse, caratterizzati dall’offerta integrata di beni culturali, ambientali e di attrazioni turistiche, compresi i prodotti tipici dell’agricoltura e dell’artigianato locale, o dalla presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate.

È chiaro il proposito di superare logiche amministrative e burocratiche nell’individuare real-

tà turistiche che si sviluppano sul territorio, tenendo conto delle caratteristiche storico-aturalistiche dello stesso e degli apporti significativi determinati dalle attività – agricole, artigianali, industriali – che vi vengono svolte. Risulta inoltre esplicito l'intento di superare da un lato la frammentazione insita nel settore, dall'altro la concentrazione su poche aree già troppo aggredite dalla pressione turistica, coinvolgendo soggetti privati, singoli o associati, accanto a enti pubblici locali e funzionali, nella promozione di sistemi turistici "a rete", nei quali la gestione del prodotto turistico viene collegata all'ambito nel quale esso nasce e viene definito.

L'istituzione dei sistemi turistici locali garantisce nuovi spazi alle autonomie locali, soprattutto ai Comuni, chiamati a svolgere un ruolo significativo nelle politiche di valorizzazione del turismo, in particolare di un turismo di qualità che possa determinare ricadute positive sul territorio e sul patrimonio di tradizioni e di cultura che rischia altrimenti di scomparire. In questa direzione si può leggere la *Carta di Firenze*, approvata dall'Anci il 9 marzo 2001, che impegna i Comuni a garantire la qualità delle funzioni ospitali dei sistemi turistici locali. Alle Regioni è affidato il compito di riconoscere i sistemi turistici locali, sulla base del "Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli Enti locali" 267/2000 e del d.lgs. 112/1998. Al contrario, nella legge 217 era previsto che le Regioni dovessero individuare con legge gli "ambiti turisticamente rilevanti" nei quali costituire le aziende di promozione turistica, organismi tecnico-operativi e strumentali dotati di autonomia amministrativa e di gestione.

La nuova legge chiama, inoltre, le Regioni a sostenere, attingendo alle risorse del Fondo di cofinanziamento dell'offerta turistica, i progetti di sviluppo dei sistemi locali che favoriscano i processi di aggregazione e di integrazione di imprese e la loro riqualificazione (sicurezza, certificazione di qualità, commercializzazione in via telematica), gli interventi intersettoriali e infrastrutturali mirati alla qualificazione di insediamenti turistici, i progetti di innovazione tecnologica per l'informazione e l'accoglienza dei turisti (art. 5 comma 4). L'art. 7 regola le imprese turistiche, le associazioni senza scopo di lucro e le attività professionali.

La nuova definizione di impresa turistica risulta ampia e onnicomprensiva in quanto include ogni attività economica, organizzata per la produzione, la commercializzazione, l'intermediazione e la gestione di prodotti, servizi, infrastrutture ed esercizi, rientranti nei sistemi turistici locali e quindi concorrenti a formare l'offerta turistica. Saranno poi le linee guida, di cui al citato art. 2, che individueranno le tipologie di imprese turistiche. Come si vede, in un unico articolo si comprendono le attività che la vecchia legge disseminava fra gli articoli 5, 6 e 9: ne può risultare un appesantimento della definizione, ma risulta almeno chiaro che il turismo è un fenomeno poliedrico al quale molte attività umane sono funzionali.

La nuova norma si rivela quindi flessibile in confronto alla rigidità della vecchia legge quadro, che attribuiva la categoria di impresa turistica solo ai comparti della ricettività, delle agenzie di viaggio e dei *tour operator*. L'esercizio dell'attività turistica viene, nel comma 3, subordinato all'iscrizione nel Registro delle imprese (diventato operativo presso le Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura a seguito dell'emanazione della legge 580/1993 e dei regolamenti attuativi d.p.r. 581/1995 e 559/1996), mentre non è più richiesta l'iscrizione presso la sezione speciale del Registro esercenti il commercio (Rec), che viene comunque sop-

---

pressa. Si suppone quindi che il Registro delle imprese debba svolgere sia la propria naturale funzione di tutelare coloro che hanno rapporti con l'impresa, mediante la pubblicità degli elementi utili a identificarla, sia quella di garantire agli utenti la professionalità degli operatori, che era assicurata dal Rec. Il comma 4 dello stesso art. 7 è poi quello che estende all'impresa turistica le agevolazioni, i contributi, le sovvenzioni, gli incentivi e i benefici previsti dalle norme vigenti per l'industria (art. 17, d.lgs. 112/1998), consentendo di rendere ordinari i finanziamenti al settore. L'art. 7, inoltre, ai commi 5 e 6, definisce le professioni turistiche come quelle che organizzano e forniscono servizi di promozione dell'attività turistica, servizi di assistenza, accoglienza, accompagnamento e guida dei turisti e affida alle Regioni il compito di verificare i requisiti necessari e conseguentemente di autorizzare all'esercizio della professione; tutto questo, non prima che le attese linee guida abbiano fissato requisiti e modalità di esercizio su tutto il territorio nazionale, profili omogenei (soprattutto in vista di professionalità emergenti nel settore) e criteri uniformi per l'espletamento degli esami di abilitazione.

Le norme citate riguardano anche i cittadini di Paesi membri dell'Unione europea, mentre cittadini di Paesi non membri, se in possesso dei requisiti richiesti, possono essere autorizzati a stabilirsi e a esercitare la loro attività in Italia, se viene concordato il criterio di reciprocità con il Paese di origine. Il comma 9 dello stesso articolo colloca le associazioni senza scopo di lucro fra le imprese e le attività professionali, allargando la loro sfera di azione a tutte le attività svolte dalle imprese ed eliminando la distinzione, presente nella vecchia legge, fra associazioni che operano a livello nazionale e quelle che operano a livello regionale. Resta sottinteso che anche le associazioni senza scopo di lucro sono sottoposte alla fissazione di criteri uniformi e standard minimi previsti nelle linee guida. Per concludere, la riforma della legislazione italiana sul turismo, esaminata qui limitatamente alle linee fondamentali, non manca di affrontare alcuni nodi di carattere istituzionale e funzionale del settore, che si erano accumulati anche per il ritardo con cui si è provveduto a legiferare, indicando soluzioni interessanti e innovative.

### *2.1. La risoluzione del Parlamento europeo*

La risoluzione del Parlamento europeo del 18 febbraio 2000 afferma che Il turismo europeo deve far leva, in particolare, sullo sviluppo "sostenibile". In risposta alle esigenze della società, sempre più alla ricerca di migliori condizioni di qualità della vita e nel rispetto delle popolazioni locali. Non solo, il turismo è considerato come una conquista sociale irreversibile e che pertanto dovrebbero essere promosse tutte le iniziative volte a soddisfare la domanda sociale. Il turismo sociale inteso come risorsa economica, deve essere destagionalizzata soprattutto attraverso l'incentivazione del turismo della terza età, familiare e giovanile, e la Commissione e gli Stati membri devono raccogliere e coordinare iniziative volte ad agevolare il turismo per i gruppi sociali organizzati, sviluppare forme nuove di turismo in nuove località e soprattutto incoraggiare la scoperta di destinazioni europee ultraperiferiche da parte degli europei del continente per esplorare le potenzialità occupazionali, al fine di creare occupazione stabile durante tutto l'anno.

Di notevole rilievo è anche il parere del Comitato sociale ed economico europeo del 14

settembre del 2006 sul fenomeno del turismo sociale in Europa. Alle nuove forme di promozione turistiche ad esempio si affidano compiti importanti quali la salvaguardia dell'ambiente, la promozione dell'occupazione in un quadro di rispetto dei diritti, la valorizzazione dei patrimoni naturali e culturali, l'accessibilità per tutti. Non solo, si sottolinea la forte valenza occupazionale e sociale del turismo ed il collegamento con le altre politiche di sostegno alla qualità della vita e allo sviluppo sostenibile dei territori. Infine recuperando l'elaborazione culturale sviluppata dalle imprese sociali il documento sottolinea la necessità che le esperienze di turismo sociale, pur non perseguendo fini di lucro, abbiano tenuta economica e competitiva. Non si tratta di dare vita a realtà assistite ma a esperienze dinamiche capaci di proposte originali ed eticamente concorrenziali con il mercato turistico tradizionale.

Per crescere sono poi necessari strumenti adeguati, e in primo luogo la definizione di linee comuni europee che favoriscano efficaci forme di cooperazione transnazionale. Come ad esempio la costituzione di una piattaforma del turismo sociale europeo basata su una forte collaborazione tra pubblico e privato. Le istituzioni europee ritengono dunque che il turismo sociale possa costituire una vera frontiera da esplorare, una scommessa da prendere sul serio anche come opportunità unica di promozione dell'identità europea basata sul dialogo e l'incontro tra le persone ed i popoli.

## 2.2. Il Codice Mondiale di Etica del Turismo

Il *Codice Mondiale di Etica del Turismo* si pone come riferimento per uno sviluppo sostenibile e responsabile del turismo mondiale ed è costituito da una serie di regole scritte, il cui scopo è di guidare tutti coloro che lavorano ed operano nel settore del turismo: Governo centrale e governi locali, comunità locali, l'industria turistica ed i suoi professionisti fino al singolo turista. Oggi il Codice Mondiale di Etica è più che mai strumento essenziale delle politiche turistiche di tutti i paesi, nel suo intento di eliminare i risvolti negativi del turismo di massa sull'ambiente e sull'eredità culturale di un paese. Allo stesso tempo, è invece elemento basilare per massimizzare, i suoi effetti benefici per le popolazioni. Nato come idea nel 1997, nel corso dell'Assemblea Generale della Untwo di Istanbul nel 1997, il Codice, dopo vari passaggi, viene approvato definitivamente dalla Assemblea Generale dell'Onu nel dicembre 2001. Oggi è operativo in tutti gli stati membri della Untwo.

### Preambolo

Noi, Membri dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (Omt), rappresentanti dell'industria turistica mondiale, delegati degli Stati, dei territori, delle imprese, delle istituzioni e degli organismi riuniti in Assemblea Generale a Santiago del Cile, questo 1 ottobre 1999,

Riaffermando gli obiettivi enunciati nell'articolo 3 dello Statuto dell'Organizzazione Mondiale del Turismo, e consapevoli del ruolo "decisivo e centrale" di questa Organizzazione, così come riconosciuto dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite, nel promuovere e sviluppare il turismo allo scopo di contribuire allo sviluppo economico, alla comprensione internazionale, alla pace, alla prosperità così come al rispetto universale ed all'osservanza dei diritti umani e delle libertà fondamentali, senza distinzione di razza, sesso, lingua o religione,

Profondamente convinti che il turismo, attraverso i contatti diretti, spontanei e non mediati tra uomini e donne di culture e stili di vita differenti, rappresenti una forza vitale al servizio della pace ed un fattore di amicizia e comprensione fra i popoli del mondo,

Attenendoci ad una logica tesa a conciliare la tutela ambientale, lo sviluppo economico e la lotta contro la povertà

in maniera sostenibile, così come formulata dalle Nazioni Unite nel 1992, in occasione del Vertice di Rio de Janeiro, ed espressa nel Programma d'azione 21, adottato in quella circostanza,

Vista la crescita rapida e continua, sia quella passata che quella prevista, dell'attività turistica, determinata da motivi di piacere, affari, cultura, religione o salute, e tenuto conto dei suoi pesanti effetti, sia positivi che negativi, sull'ambiente, l'economia e la società dei paesi di provenienza e di accoglienza, sulle comunità locali e le popolazioni autoctone, così come sulle relazioni e gli scambi internazionali,

Avendo come obiettivo quello di promuovere un turismo responsabile, sostenibile e accessibile a tutti, nell'ambito del diritto di tutte le persone di utilizzare il proprio tempo libero per fini di piacere o di viaggio, e nel rispetto delle scelte delle società di tutti i popoli,

Convinti altresì che l'industria turistica mondiale, nel suo insieme, abbia molto da guadagnare da un ambiente che favorisce l'economia di mercato, l'impresa privata e la libertà di commercio e che le permette di ottimizzare i suoi effetti benefici in termini di creazione di benessere e occupazione,

Fermamente convinti inoltre che, a condizione che siano rispettati alcuni principi ed alcune norme, un turismo responsabile e sostenibile non è affatto incompatibile con la crescente liberalizzazione delle condizioni che regolamentano gli scambi di servizi e sotto la cui egida operano le imprese di questo settore, e che è possibile riconciliare, in questo campo, economia ed ecologia, ambiente e sviluppo, apertura al commercio internazionale e protezione delle identità sociali e culturali,

Considerando che, con un tale approccio, tutti coloro che sono coinvolti nello sviluppo turistico - amministrazioni nazionali, regionali e locali, imprese, associazioni di professionisti, operatori del settore, organizzazioni non governative ed organismi di tutti i generi dell'industria del turismo, così come le comunità di accoglienza, i mezzi di comunicazione ed i turisti stessi - hanno responsabilità differenti ma interdipendenti nella valorizzazione individuale e sociale del turismo e che la formulazione dei diritti e dei doveri di ciascuno contribuirà alla realizzazione di questo obiettivo,

Determinati, in linea con gli obiettivi perseguiti dalla stessa Organizzazione Mondiale del Turismo mediante la risoluzione 364 (XII) adottata in occasione dell'Assemblea Generale del 1997 (Istanbul), a promuovere una collaborazione sincera tra coloro che operano nel settore dello sviluppo turistico pubblico e privato ed auspicando che una collaborazione e cooperazione dello stesso tipo si estenda, in maniera aperta ed equilibrata, alle relazioni tra i paesi di provenienza e di accoglienza e le loro rispettive industrie turistiche,

Dando seguito alle Dichiarazioni di Manila del 1980 sul turismo mondiale e del 1997 sull'impatto del turismo sulla società, così come alla Carta del Turismo e al Codice del Turista adottati a Sofia nel 1985 sotto l'egida dell'Omt,

Ritenendo tuttavia che questi strumenti debbano essere integrati da una serie di principi interdipendenti ai fini della loro interpretazione ed applicazione, sulla base dei quali coloro che prendono parte allo sviluppo del turismo dovranno improntare la propria condotta all'alba del XXI secolo,

Utilizzando, ai fini del presente strumento, le definizioni e classificazioni applicabili ai viaggi, e specialmente le nozioni di "visitatore", "turista" e "turismo", così come adottate dalla Conferenza Internazionale di Ottawa, svoltasi dal 24 al 28 giugno 1991 e approvate nel 1993 dalla Commissione Statistica delle Nazioni Unite in occasione della sua XXVII sessione,

Riferendoci in particolare ai seguenti strumenti:

- Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo del 10 dicembre 1948;
- Patto Internazionale sui Diritti Economici, Sociali e Culturali del 16 dicembre 1966;
- Patto Internazionale sui Diritti Civili e Politici del 16 dicembre 1966;
- Convenzione di Varsavia sul Trasporto Aereo del 12 ottobre 1929;
- Convenzione di Chicago sull'Aviazione Civile Internazionale del 7 dicembre 1944 e relative Convenzioni di Tokyo, L'Aia e Montreal;
- Convenzione sulle Strutture Doganali per il Turismo del 4 luglio 1954 e relativo Protocollo;
- Convenzione concernente la Protezione del Patrimonio Mondiale Culturale e Naturale del 23 novembre 1972;
- Dichiarazione di Manila sul Turismo Mondiale del 10 ottobre 1980;
- Risoluzione della VI Assemblea Generale dell'Omt (Sofia) sull'adozione della Carta del Turismo e del Codice del Turista del 26 settembre 1990;
- Convenzione relativa ai Diritti del Fanciullo del 26 gennaio 1990;
- Risoluzione della IX Assemblea Generale dell'OMT (Buenos Aires) riguardante in particolare l'agevolazione dei viaggi e la sicurezza e protezione dei turisti del 4 ottobre 1991;
- Dichiarazione di Rio de Janeiro sull'Ambiente e lo Sviluppo del 13 giugno 1992;
- Accordo Generale sul Commercio di Servizi del 15 aprile 1994;
- Convenzione sulla Biodiversità del 6 gennaio 1995;
- Risoluzione dell'XI Assemblea Generale dell'Omt (Il Cairo) sulla prevenzione del Turismo Sessuale Organizzato del 22 ottobre 1995;
- Dichiarazione di Stoccolma contro lo Sfruttamento Sessuale dei Bambini per fini Commerciali del 28 agosto 1996;
- Dichiarazione di Manila sull'impatto del Turismo sulla Società del 22 maggio 1997;
- Convenzioni e Raccomandazioni adottate dall'Organizzazione Internazionale del Lavoro in materia di conven-

zioni collettive, proibizione del lavoro forzato e del lavoro minorile, difesa dei diritti dei popoli autoctoni, uguaglianza di trattamento e non discriminazione sul posto di lavoro;

Affermiamo il diritto al turismo e alla libertà di spostamento per motivi turistici,

Affermiamo la nostra volontà di promuovere un sistema turistico mondiale, equo, responsabile e sostenibile, i cui benefici siano condivisi da tutti i settori della società, nel contesto di un'economia internazionale aperta e liberalizzata, e a tal fine, adottiamo solennemente i principi del Codice Mondiale di Etica del Turismo.

### Principi

Articolo 1 - Il contributo del turismo alla comprensione e al rispetto reciproco tra i popoli e le società

1. La comprensione e la promozione dei valori etici comuni all'umanità, in uno spirito di tolleranza e rispetto della diversità di credo religioso, filosofico e morale, rappresentano il fondamento e la conseguenza di un turismo responsabile; i responsabili dello sviluppo turistico e i turisti stessi dovranno rispettare le tradizioni e le pratiche sociali e culturali di tutti i popoli, comprese quelle delle minoranze e delle popolazioni autoctone, e riconoscere il loro valore.
2. Le attività turistiche dovranno essere condotte in armonia con le specificità e le tradizioni delle regioni e dei paesi di accoglienza e nel rispetto delle loro leggi, usi e costumi.
3. Le comunità di accoglienza, da una parte, ed i professionisti del posto, dall'altra, dovranno imparare a conoscere e rispettare i turisti che li visitano, ed informarsi sui loro stili di vita, gusti e aspettative; l'educazione e la formazione impartite ai professionisti contribuirà ad un'accoglienza ospitale.
4. Le autorità pubbliche avranno il compito di assicurare la protezione dei turisti e dei visitatori, così come dei loro beni; le stesse dovranno prestare un'attenzione speciale alla sicurezza dei turisti stranieri, in virtù di una loro possibile particolare vulnerabilità; faciliteranno l'introduzione di mezzi di informazione, di prevenzione, di protezione, assicurazione ed assistenza idonei alle loro necessità; ogni attentato, aggressione, rapimento o minaccia nei confronti di turisti o di altra persona che opera nell'ambito dell'industria turistica, così come la distruzione volontaria di strutture turistiche o di elementi del patrimonio culturale o naturale dovranno essere severamente condannati e repressi conformemente alle rispettive legislazioni nazionali.
5. I turisti e i visitatori dovranno astenersi, in occasione dei loro viaggi, dal commettere qualsiasi atto criminale o considerato come tale dalle leggi del paese visitato; dovranno altresì astenersi da ogni condotta ritenuta offensiva o ingiuriosa dalle popolazioni locali, o ancora che può arrecare danno all'ambiente locale; si asterranno altresì dall'effettuare qualsiasi traffico di droga, di armi, di oggetti d'antiquariato, di specie protette nonché di sostanze e prodotti pericolosi o proibiti dalla normativa nazionale.
6. I turisti ed i visitatori avranno la responsabilità di informarsi, anche prima della loro partenza, sulle caratteristiche dei paesi che si apprestano a visitare; dovranno essere a conoscenza dei rischi relativi alla salute e alla sicurezza inerenti ad ogni viaggio al di fuori del loro ambiente usuale e comportarsi in modo tale da ridurre tali rischi al minimo.

Articolo 2 - Il turismo quale mezzo di soddisfazione individuale e collettiva

1. Il turismo, l'attività più frequentemente associata al riposo, alla distensione, allo sport, all'accesso alla cultura e alla natura, dovrà essere concepito e praticato come un mezzo privilegiato di soddisfazione individuale e collettiva; se praticato con lo spirito di apertura necessario, rappresenta un fattore insostituibile di autoeducazione personale, di tolleranza reciproca e di apprendimento delle differenze legittime tra i popoli e le culture, così come delle loro diversità.
2. Le attività turistiche dovranno rispettare l'uguaglianza degli uomini e delle donne; dovranno promuovere i diritti umani e, soprattutto, i diritti particolari dei gruppi più vulnerabili, specialmente dei bambini, delle persone anziane o portatrici di handicap, delle minoranze etniche e delle popolazioni autoctone.
3. Lo sfruttamento degli esseri umani in qualsiasi forma, in modo particolare quello sessuale, e specialmente quando si riferisce ai bambini, si scontra con gli obiettivi fondamentali del turismo e costituisce la negazione dello stesso; come tale, conformemente al diritto internazionale, deve essere rigorosamente combattuto con la collaborazione di tutti gli Stati interessati e punito senza concessione alcuna dalle legislazioni nazionali dei paesi visitati e di quelli di provenienza di coloro che hanno commesso tali atti, anche quando questi ultimi sono perpetrati all'estero.
4. I viaggi effettuati per motivi di religione, salute, istruzione, scambi culturali o linguistici costituiscono forme di turismo particolarmente interessanti che meritano di essere incoraggiate.
5. L'introduzione nei programmi di istruzione di un insegnamento sul valore degli scambi turistici, dei loro benefici economici, sociali e culturali, ma anche dei loro rischi, dovrà essere incoraggiata.

Articolo 3 - Il turismo quale fattore di sviluppo sostenibile

1. Tutti i responsabili dello sviluppo turistico dovranno salvaguardare l'ambiente e le risorse naturali, con la prospettiva di una crescita economica sana, continua e sostenibile, tale da soddisfare in modo equo le necessità e le aspirazioni delle generazioni presenti e future.
2. Tutte le forme di sviluppo turistico che permettono di economizzare le risorse naturali rare e preziose, in partico-

lare l'acqua e l'energia, nonché di evitare per quanto possibile la produzione di rifiuti dovranno essere privilegiate ed incoraggiate dalle autorità pubbliche, nazionali, regionali e locali.

3. Lo scaglionamento sia in termini di tempo che spazio dei flussi di turisti e visitatori, specialmente quelli derivanti dai congedi retribuiti e dalle vacanze scolastiche, così come una distribuzione delle ferie più equilibrata, dovrebbero essere incoraggiati così da ridurre la pressione dell'attività turistica sull'ambiente ed accrescere i suoi benefici nei confronti dell'industria turistica e dell'economia locale.
4. Le infrastrutture turistiche dovranno essere concepite e le attività turistiche programmate in modo tale da tutelare il patrimonio naturale costituito dagli ecosistemi e dalla biodiversità e da preservare le specie minacciate della fauna e della flora selvatiche; i responsabili dello sviluppo turistico, ed in particolar modo i professionisti, dovranno acconsentire all'imposizione di limitazioni o restrizioni alle loro attività allorché queste vengono esercitate in luoghi particolarmente sensibili: regioni desertiche, polari o di alta montagna, zone costiere, foreste tropicali o zone umide, idonee alla creazione di parchi naturali o di riserve protette.
5. Il turismo nella natura e l'ecoturismo sono riconosciuti come forme di particolare arricchimento e valorizzazione del turismo, a condizione che rispettino il patrimonio naturale e le popolazioni locali e rispondano alla capacità di accoglienza dei luoghi.

Articolo 4 - Il turismo quale mezzo per utilizzare il patrimonio culturale dell'umanità e per contribuire al suo arricchimento

1. Le risorse turistiche appartengono al patrimonio comune dell'umanità; le comunità sui cui territori sono situate hanno diritti ed obblighi particolari nei confronti delle stesse.
2. Le politiche e le attività turistiche dovranno essere condotte nel rispetto del patrimonio artistico, archeologico e culturale che dovranno proteggere e tramandare alle generazioni future; un'attenzione particolare dovrà essere accordata alla conservazione e valorizzazione dei monumenti, santuari e musei, nonché ai siti archeologici e storici che dovranno essere aperti alle visite turistiche nel modo più ampio possibile; dovrà essere incoraggiato l'accesso del pubblico ai beni ed ai monumenti culturali privati, nel rispetto dei diritti dei loro proprietari, così come agli edifici religiosi, senza arrecare danno alle normali necessità di culto.
3. Le risorse finanziarie derivanti dalle visite ai siti ed ai monumenti culturali dovranno essere utilizzate, almeno in parte, per il mantenimento, la salvaguardia, la valorizzazione e l'arricchimento di tale patrimonio.
4. L'attività turistica dovrà essere concepita in modo tale da permettere ai prodotti culturali ed artigianali tradizionali ed al folklore di sopravvivere e prosperare piuttosto che causare un loro impoverimento e standardizzazione.

Articolo 5 - Il turismo quale attività vantaggiosa per i paesi e le comunità di accoglienza

1. Le popolazioni locali dovranno prendere parte alle attività turistiche e condividere in modo equo i benefici economici, sociali e culturali che queste determinano, con particolare riferimento alla creazione dell'occupazione diretta ed indiretta che ne consegue.
2. Le politiche turistiche dovranno essere condotte in modo tale da contribuire a migliorare il tenore di vita delle popolazioni delle regioni visitate e soddisfare le loro necessità; la concezione urbanistica ed architettonica e la gestione delle stazioni turistiche e delle strutture di accoglienza dovranno mirare ad una loro integrazione, nella misura possibile, nel tessuto economico e sociale locale; in caso di pari capacità, la priorità dovrà essere accordata alla manodopera locale.
3. Un'attenzione particolare dovrà essere prestata ai problemi specifici delle zone costiere e dei territori insulari, nonché delle regioni rurali o montane vulnerabili, per le quali il turismo spesso rappresenta una rara opportunità di sviluppo alla luce di un declino delle attività economiche tradizionali.
4. I professionisti del turismo, in modo particolare gli investitori, dovranno effettuare degli studi sull'impatto dei loro progetti di sviluppo sull'ambiente e sul territorio naturale, secondo la normativa stabilita dalle autorità pubbliche; dovranno altresì fornire, con la massima trasparenza ed obiettività, informazioni circa i loro programmi futuri con le relative ripercussioni prevedibili ed incoraggiare il dialogo sul loro contenuto con le popolazioni interessate.

Articolo 6 - Obblighi degli operatori dello sviluppo turistico

1. I professionisti del turismo avranno l'obbligo di fornire ai turisti informazioni obiettive ed oneste sui luoghi di destinazione e sulle condizioni di viaggio, accoglienza e soggiorno; assicureranno la perfetta trasparenza delle clausole dei contratti proposti ai loro clienti per quel che concerne la natura, il prezzo e la qualità dei servizi che si impegnano a fornire e l'indennizzo che gli stessi corrisponderanno nel caso in cui decidano unilateralmente di rescindere il contratto.
2. I professionisti del turismo, nella misura in cui ciò dipende da loro, si preoccuperanno, in collaborazione con le autorità pubbliche, della sicurezza, della prevenzione di incidenti, della tutela sanitaria e dell'igiene alimentare di coloro che richiedono i loro servizi; parimenti, garantiranno la presenza di sistemi assicurativi e di assistenza idonei; accetteranno gli obblighi di rendiconto previsti dalla normativa nazionale e corrisponderanno un equo indennizzo in caso di mancata osservanza dei loro obblighi contrattuali.
3. I professionisti del turismo, nella misura in cui ciò dipende da loro, contribuiranno al soddisfacimento culturale e

spirituale dei turisti e permetteranno loro, durante i viaggi, di praticare la propria fede religiosa.

4. Le autorità pubbliche degli Stati di provenienza e dei paesi di accoglienza, in collaborazione con i professionisti interessati e le loro associazioni, vigileranno sull'esistenza dei meccanismi necessari per il rimpatrio dei turisti in caso di fallimento dell'impresa che ha organizzato il viaggio.
5. I Governi avranno il diritto ed il dovere, specialmente in caso di crisi, di informare i propri cittadini delle difficili circostanze o persino dei pericoli che potrebbero incontrare durante il loro viaggio all'estero; avranno tuttavia la responsabilità di fornire tali informazioni senza arrecare danno, in maniera ingiustificata o esagerata, all'industria turistica dei paesi di accoglienza e agli interessi dei propri operatori; pertanto, il contenuto degli avvisi di viaggio dovrà essere discusso preventivamente con le autorità dei paesi di accoglienza e con i professionisti interessati; le raccomandazioni formulate dovranno essere strettamente proporzionate alla gravità delle situazioni riscontrate e limitate alle aree geografiche in cui esistono problemi di sicurezza; tali avvisi saranno allentati o aboliti non appena il ritorno alla normalità lo permetterà.
6. La stampa, ed in modo particolare la stampa turistica specializzata e gli altri mezzi di informazione, compresi i mezzi moderni di comunicazione elettronica, rilasceranno informazioni oneste ed equilibrate sugli avvenimenti e le situazioni che potrebbero influenzare il flusso dei turisti; saranno altresì tenuti a fornire informazioni accurate ed affidabili ai consumatori dei servizi turistici; anche le nuove tecnologie di comunicazione e commercio elettronico saranno sviluppate ed utilizzate a tal fine; così come la stampa ed i mezzi di comunicazione, anche queste non dovranno in alcun modo favorire il turismo sessuale.

#### Articolo 7 - Diritto al turismo

1. La possibilità di accedere direttamente e personalmente alla scoperta ed al godimento delle ricchezze del pianeta rappresenta un diritto di cui tutti gli abitanti del mondo devono poter usufruire in modo paritario; la sempre più estesa partecipazione al turismo nazionale ed internazionale sarà considerata come una delle migliori espressioni possibili della crescita continua del tempo libero e non dovrà essere ostacolata in alcun modo.
2. Il diritto di tutti al turismo sarà considerato come il corollario del diritto al riposo ed al divertimento, in modo particolare del diritto ad una limitazione ragionevole delle ore di lavoro e a congedi periodici retribuiti, ai sensi dell'Articolo 24 della Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo e dell'Articolo 7.d del Patto Internazionale sui diritti economici, sociali e culturali.
3. Il turismo sociale, ed in particolare quello associativo, che facilita un ampio accesso allo svago, ai viaggi ed alle vacanze, sarà promosso con il sostegno delle autorità pubbliche.
4. Il turismo delle famiglie, dei giovani e degli studenti, delle persone anziane e dei disabili sarà incoraggiato e facilitato.

#### Articolo 8 - Libertà di spostamenti turistici

1. I turisti ed i visitatori, nel rispetto del diritto internazionale e delle legislazioni nazionali, beneficeranno della libertà di spostamento all'interno dei loro paesi e da uno Stato all'altro, ai sensi dell'Articolo 13 della Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo; avranno accesso ai luoghi di transito e soggiorno, così come ai siti culturali e turistici senza eccessive formalità o discriminazione alcuna.
2. I turisti ed i visitatori avranno accesso a tutti i mezzi di comunicazione disponibili, interni o esterni; beneficeranno di un accesso rapido e agevole ai servizi locali amministrativi, giudiziari e sanitari; potranno liberamente contattare le autorità consolari dei loro paesi di provenienza conformemente alle convenzioni diplomatiche in vigore.
3. I turisti ed i visitatori beneficeranno degli stessi diritti dei cittadini del paese visitato per quanto concerne la riservatezza dei dati e delle informazioni personali che li riguardano, in modo particolare quando questi sono conservati in forma elettronica.
4. Le procedure amministrative relative all'attraversamento delle frontiere, che siano di competenza degli Stati o derivino da accordi internazionali, quali i visti o le formalità sanitarie e doganali, saranno adattate, per quanto possibile, in modo tale da facilitare al massimo la libertà di viaggio ed un ampio accesso al turismo internazionale; saranno incoraggiati accordi fra gruppi di paesi tesi ad armonizzare e semplificare queste procedure; imposte e tasse specifiche che penalizzano l'industria del turismo e minano la sua competitività saranno progressivamente eliminate o corrette.
5. I viaggiatori dovranno poter disporre, nella misura in cui la situazione economica del paese da cui provengono lo permette, dell'assegnazione delle valute convertibili necessarie per i loro spostamenti.

#### Articolo 9 - Diritti dei lavoratori e degli imprenditori dell'industria turistica

1. I diritti fondamentali dei lavoratori stipendiati ed autonomi dell'industria turistica e delle attività connesse saranno garantiti dalla supervisione delle amministrazioni nazionali e locali, sia dei loro Stati di provenienza che dei paesi di accoglienza, con particolare attenzione, tenuto conto delle limitazioni specifiche legate in modo particolare al carattere stagionale della loro attività, alla dimensione globale dell'industria ed alla flessibilità spesso richiesta per via della natura di tale lavoro.
2. I lavoratori stipendiati ed autonomi dell'industria turistica e delle attività connesse avranno il diritto ed il dovere di acquisire una formazione idonea, iniziale e continuativa; sarà loro garantita una protezione sociale adeguata;

dovrà essere limitata per quanto possibile la precarietà dell'occupazione ed uno status specifico, in modo particolare per quel che riguarda la protezione sociale, sarà offerto ai lavoratori stagionali del settore.

3. Tutte le persone fisiche o giuridiche, a condizione che abbiano le capacità e le qualifiche necessarie, avranno diritto a portare avanti un'attività professionale nel settore del turismo conformemente alla legislazione nazionale esistente; gli imprenditori e gli investitori - specialmente nel settore delle piccole e medie imprese - godranno di libero accesso al settore turistico con un minimo di restrizioni giuridiche o amministrative.
4. Gli scambi di esperienze offerti ai quadri e ai lavoratori, stipendiati o meno, di paesi differenti, contribuiranno a promuovere lo sviluppo dell'industria turistica mondiale; questi saranno agevolati, per quanto possibile, nel rispetto delle legislazioni nazionali e delle convenzioni internazionali applicabili.
5. Quali fattori insostituibili della solidarietà nello sviluppo e crescita dinamica degli scambi internazionali, le imprese multinazionali dell'industria turistica non dovranno abusare della posizione di predominio che talvolta detengono; esse dovranno evitare di divenire veicoli di modelli culturali e sociali imposti artificialmente alle comunità di accoglienza; in cambio della libertà di investire e operare a livello commerciale che sarà loro pienamente riconosciuta, esse si adopereranno per lo sviluppo locale, evitando, con un eccessivo rimpatrio dei profitti o delle loro importazioni indotte, di ridurre il loro contributo alle economie in cui operano.
6. Lo stabilimento di partnership e di relazioni bilanciate tra le imprese dei paesi di provenienza e di quelli riceventi contribuirà ad uno sviluppo sostenibile del turismo e ad una distribuzione equa dei benefici derivanti dalla sua crescita.

#### Articolo 10 - Applicazione dei principi del Codice Mondiale di Etica del Turismo

1. I responsabili pubblici e privati dello sviluppo turistico collaboreranno nell'applicazione di questi principi e controlleranno la loro effettiva applicazione.
2. I responsabili dello sviluppo turistico riconosceranno il ruolo delle istituzioni internazionali, in primo luogo quello dell'Organizzazione Mondiale del Turismo, e delle organizzazioni non governative competenti in materia di promozione e sviluppo del turismo, della tutela dei diritti umani, dell'ambiente o della salute, nel rispetto dei principi generali del diritto internazionale.
3. Gli stessi responsabili dimostreranno la loro intenzione di sottoporre, ai fini della loro risoluzione, le controversie concernenti l'applicazione o l'interpretazione del Codice Mondiale di Etica del Turismo ad un organismo terzo imparziale denominato: Comitato Mondiale per l'Etica del Turismo.
4. Invita i protagonisti dello sviluppo turistico - amministrazioni nazionali, regionali e locali del turismo, imprese, associazioni professionali, lavoratori e organismi dell'industria turistica - le comunità d'accoglienza e gli stessi turisti, a regolare la loro condotta sui principi enunciati nel Codice etico mondiale per il turismo e ad applicarli in buona fede in conformità alle disposizioni segnalate qui di seguito;
5. Decide che, ove necessario, le modalità di attuazione dei principi enunciati nel Codice saranno oggetto di direttive d'applicazione elaborate dal Comitato mondiale di etica del turismo, sottoposte al Consiglio Esecutivo dell'Omt, adottate dall'Assemblea Generale, e periodicamente riviste e adattate nelle stesse condizioni;
6. Raccomanda:
  - a) agli Stati Membri e non membri dell'Omt, senza che ciò costituisca un obbligo per loro, di accettare espressamente i principi enunciati nel Codice etico mondiale per il turismo e di ispirarvi nella redazione delle loro legislazioni e regolamenti nazionali, e di informare di conseguenza il Comitato mondiale di etica del turismo la cui creazione è prevista nell'articolo 10 del Codice e organizzata al punto 6 del presente documento;
  - b) alle imprese e organismi dell'industria turistica, membri o non Membri affiliati dell'Omt, e alle loro associazioni, di includere le pertinenti disposizioni del Codice nei loro strumenti contrattuali o di farvi esplicito riferimento nei loro codici deontologici o norme professionali interne, e di informare di conseguenza il Comitato mondiale di etica del turismo;
7. Invita i membri dell'Omt ad applicare attivamente le raccomandazioni emesse in sessioni precedenti in relazione alle questioni oggetto del presente Codice, tanto per quanto riguarda lo sviluppo sostenibile del turismo e la prevenzione del turismo sessuale organizzato, quanto la facilitazione dei viaggi, la sicurezza e la protezione dei turisti;
8. Sottoscrive il principio di un Protocollo di Applicazione del Codice etico mondiale per il turismo, come annesso alla presente risoluzione e adotta le direttive a cui si ispira:
  - creazione di un meccanismo flessibile di continuità e di valutazione al fine di garantire l'adattamento continuo del Codice all'evoluzione del turismo mondiale e, più in generale, delle condizioni mutevoli dei rapporti internazionali;
  - facilitazione agli Stati e agli altri protagonisti dello sviluppo turistico di un meccanismo di conciliazione al quale possono ricorrere per consenso o su base volontaria;
9. Invita i Membri effettivi dell'Organizzazione e tutti i protagonisti dello sviluppo turistico a comunicare entro sei mesi le proprie osservazioni complementari e proposte di emendamento al progetto di Protocollo di Applicazione allegato alla presente risoluzione, in modo che il Consiglio Esecutivo possa studiare in tempo utile le modifiche da apportare a questo testo, e prega il Segretario Generale di presentargli un rapporto su questo punto nel corso della sua quattordicesima sessione;
10. Decide di iniziare un processo di designazione dei Membri del Comitato mondiale di etica del turismo, di modo

che la sua composizione possa essere completata per la quattordicesima sessione dell'Assemblea Generale;

11. Incita gli Stati Membri dell'Omt a pubblicare e a dare la massima diffusione possibile al Codice etico mondiale per il turismo, in particolare trasmettendolo a tutti i protagonisti dello sviluppo turistico, e invitandoli a dargli ampia pubblicità;
12. Incarica il Segretario Generale di prendere contatto con la Segreteria dell'Organizzazione delle Nazioni Unite allo scopo di studiare come questa Organizzazione possa associarsi al presente Codice, e sotto quale forma potrebbe farlo suo, specialmente in relazione al processo di applicazione delle raccomandazioni dell'ultima sessione della Commissione per lo Sviluppo Sostenibile.

### 2.3. La dichiarazione di Montreal

Lo statuto del Bits – Bureau International du Tourisme Social definisce il turismo sociale come l'insieme di rapporti e di fenomeni risultanti dalla partecipazione delle categorie sociali economicamente deboli al turismo. Nel nuovo contesti sociale ci si trova però a dover rivedere la definizione di turismo sociale. Questo accade nel 1996 durante il congresso mondiale del Bits con l'approvazione della *Dichiarazione di Montreal*. Tale documento viene detto anche *Nuovo manifesto internazionale del turismo sociale*. Nella sua innovazione prevede nuove sfide nell'ambito del turismo sociale, in particolare la nuova sensibilità del turismo sostenibile e solidale, ponendo l'uomo, i suoi interessi, le sue attese, le sue ansie al centro dell'attenzione.

Il turismo sociale diventa l'ambito in cui l'uomo può conoscere altri popoli, altre culture e prendere coscienza di sé, riscoprendo i valori veri della vita. La Dichiarazione di Montreal definisce il turismo sociale, come l'insieme di rapporti e di fenomeni risultanti dalla partecipazione delle categorie sociali economicamente deboli al turismo, e attraverso quattro concetti chiave: diviene creatore di società, è attore di crescita economica, promuove un nuovo assetto territoriale basato sullo sviluppo locale, si propone come partner dei programmi di sviluppo mondiale.

Il turismo sociale è creatore di società poiché le vacanze ed i viaggi sono occasione di arricchimento delle persone, attraverso la scoperta di culture diverse, e permettono l'incontro con altre persone incentivando la socializzazione. È obiettivo degli operatori sociali garantire l'accesso al tempo libero e al turismo al maggiore numero di persone, tra cui famiglie, giovani, persone anziane, evitando ogni discriminazione ed esclusione di chi ha cultura diversa, mezzi finanziari bassi, capacità fisiche limitate. Quindi bisogna dare a tutti la possibilità concreta di vivere l'esperienza turistica, l'esperienza autentica che contribuisce allo sviluppo integrale della persona. Si parla perciò di "turismo per tutti", in quanto accessibile a tutto e fattore di coesione sociale.

Il turismo è fattore di crescita economica poiché genera un flusso di persone e di investimenti che contribuiscono allo sviluppo sociale ed economico del territorio e della comunità locale.

#### IL TURISMO SOCIALE

##### Obiettivi ambiziosi a fronte delle sfide poste dall'esclusione e dall'integrazione

Art. 1 - La Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo afferma che ogni individuo ha diritto al riposo, al tempo libero, ad una limitazione delle ore di lavoro ed alle ferie remunerate. Considerando che tale diritto è ben lungi dall'essere applicato a livello mondiale, la conquista del tempo libero e del turismo al servizio dell'uomo deve continuare ed essere intensificata sulla via tracciata dal turismo sociale, che intende innanzi tutto consentire al maggior numero di persone l'accesso alla pratica del turismo.

Art. 2 - L'obiettivo fondamentale di qualsiasi azione di sviluppo turistico deve consistere nella piena Realizzazione dell'individuo come persona e come cittadino.

### **I vantaggi del turismo sociale per domani**

Art 3 - L'ambizione di permettere a tutti di accedere al turismo sociale impegna necessariamente a lottare contro le ineguaglianze e contro l'esclusione di tutti coloro che hanno una cultura diversa, dispongono di minori mezzi finanziari, hanno capacità fisiche ridotte o vivono in un paese in via di sviluppo. Occorre identificare e mettere in atto gli strumenti necessari per raggiungere tale scopo: definizione di politiche sociali turistiche, creazione di infrastrutture, concessione di sussidi alle persone meno favorite, sensibilizzazione e formazione del personale, ecc. Iniziative modeste, integrate in un piano globale, spesso possono essere "creatrici di società" allo stesso modo di progetti di massa.

Art. 4 - Le vacanze ed i viaggi rappresentano momenti ed occasioni particolarmente adatte all'arricchimento della persona grazie alla scoperta di altri ambienti, culture e civiltà, all'esercizio di attività fisiche, artistiche, sportive o ludiche, all'incontro di persone al di là di qualsiasi distinzione, alle responsabilità assunte liberamente dagli stessi turisti. Gli operatori del turismo sociale hanno la volontà di contribuire a sviluppare le relazioni umane, sia attraverso le loro azioni di formazione sia attraverso i loro processi di animazione: il turismo sociale è fattore di coesione sociale.

### **Il turismo sociale: fattore di crescita economica**

Art. 5 - Rivolgendosi a tutte le classi ed a tutte le età il turismo sociale accoglie e muove centinaia di milioni di persone nel mondo. Beneficiario dell'economia sociale e solidaristica, il turismo sociale offre ed offrirà sempre più possibilità economiche straordinarie. Il turismo per tutti è fattore di potenza economica, per il flusso incessante di persone e d'investimenti che contribuiscono allo sviluppo delle regioni, producono ricchezze nazionali ed internazionali, stimolando trasferimenti di risorse da paesi avanzati ad altri meno progrediti.

Art. 6 - Gli apporti del turismo devono andare a beneficio di tutta la comunità. Devono contribuire allo sviluppo sociale ed economico delle regioni e delle popolazioni nel loro insieme. Il settore turistico deve produrre occupazione e garantire, nello stesso tempo, i diritti fondamentali delle persone che vi lavorano.

Art. 7 - Tutti gli attori dello sviluppo turistico soggiacciono alle stesse esigenze economiche. Nella loro veste di imprenditori, di gestori di impianti, di produttori o accompagnatori di viaggi, di educatori, di animatori del tempo libero, essi sono agenti economici sottoposti ad identiche esigenze di competenza, di rigore e di risultato. Un obiettivo sociale può essere raggiunto solo attraverso una gestione ottimale ed un miglioramento dei risultati.

### **Il turismo sociale: attore dell'assetto territoriale e dello sviluppo locale**

Art. 8 - Prima ancora che le organizzazioni internazionali raccomandassero la ricerca di uno "sviluppo duraturo sostenibile" il turismo sociale lo aveva considerato un punto di riferimento. Si trattava di:

- conciliare lo sviluppo del turismo, la tutela dell'ambiente ed il rispetto dell'identità delle popolazioni locali;
  - offrire nuovi mezzi a regioni spesso abbandonate;
  - sistemare certe zone senza dilapidarne le risorse;
  - generare benefici economici, sociali e culturali per le popolazioni locali.
- A livello mondiale il turismo è uno dei principali elementi di valorizzazione di molte regioni. In nessun caso dovrebbe costituire un pretesto per un'invasione incontrollata né per l'acculturazione o lo sfruttamento delle popolazioni

Art. 9 - Il turismo può e deve essere fattore di speranza per molte economie fragili. In nessun caso l'obiettivo della conservazione naturale del territorio deve servire come pretesto per il suo accaparramento da parte di pochi.

Art. 10 - L'informazione, la formazione e la sensibilizzazione dei turisti al rispetto dell'ambiente e delle popolazioni costituiscono una delle missioni fondamentali del turismo sociale, nell'azione di pianificazione e gestione di progetti di sviluppo turistico. Il turismo sociale: partner nei programmi di sviluppo mondiale

Art. 11 - La Conferenza di Stoccolma sulla popolazione e l'ambiente, i programmi delle Nazioni Unite e la Conferenza di Rio hanno chiaramente identificato la responsabilità delle generazioni di oggi nella limitazione della crescita. Poiché il turismo - a condizione di essere controllato e di rispettare le regioni e le popolazioni - rappresenta una delle speranze economiche, sociali e culturali di molte regioni in via di sviluppo, gli operatori del turismo sociale sono e saranno disponibili ad elaborare programmi di sviluppo, a costruire strutture legali e finanziarie, a contribuire alla gestione, alla formazione ed all'animazione di tutte le operazioni di sviluppo turistico previste nei programmi di sviluppo mondiale.

Art. 12 - In tutto il mondo occorrono nuove forme di cooperazione e di collaborazione, poiché lo sviluppo turistico richiede il concorso dei governi delle collettività territoriali, degli enti sociali, dei sindacati, di interlocutori finanzia-

ri, dei movimenti familiari e giovanili, culturali, sportivi, ecologisti e, ovviamente, dei professionisti dell'industria del turismo, soprattutto gli operatori del turismo sociale, al servizio di progetti di interesse generale.

#### **Criteri che identificano il turismo sociale**

Art. 13 - Può rivendicare l'appartenenza alla cerchia del turismo sociale qualsiasi impresa turistica (associazione, cooperativa, mutua, fondazione, federazione, impresa senza scopo di lucro, società ecc.) il cui atto costitutivo od oggetto principale indichi con chiarezza l'impegno in un progetto d'interesse generale e la ricerca di un'accessibilità al turismo per il maggior numero di persone, segnando una netta demarcazione dalla ricerca del solo profitto. Il termine "sociale" significa maggiore solidarietà, fratellanza e speranza per tutte quelle persone nel mondo - e sono tante - che ancora sono in attesa di poter godere del tempo libero.

Art 14 - Soltanto se sono rispettate le condizioni sotto indicate quest'appartenenza è effettiva:

1. Le attività proposte integrano gli obiettivi umanistici, pedagogici e culturali del rispetto e dell'affermazione della persona.
2. Il pubblico a cui si mira è identificato chiaramente, senza alcuna discriminazione razziale, culturale, religiosa, politica, filosofica, sociale...
3. Il prodotto proposto comprende come parte integrante un valore aggiunto non economico.
4. Si esprime chiaramente la volontà di un inserimento che non perturbi l'ambiente locale.
5. I documenti contrattuali definiscono chiaramente le caratteristiche dell'attività ed il prezzo. Quest'ultimo è compatibile con gli obiettivi sociali perseguiti. Le eccedenze di esercizio sono, in tutto o in parte, reinvestite nel miglioramento dei servizi offerti al pubblico.
6. La gestione del personale è conforme alla legislazione sociale, persegue finalità di valorizzazione ed implica una formazione permanente appropriata.

Art. 15 - Non sono lo statuto giuridico o le procedure applicate a legittimare gli operatori turistici, bensì l'azione che svolgono al servizio di uno scopo chiaramente affermato e perseguito. Lo statuto varia infatti a seconda delle abitudini, delle pratiche o dell'evoluzione delle legislazioni. Si tratta soltanto di un mezzo al servizio dei progetti. Oggi nel mondo non esiste un unico modello di riferimento.

### **3. I principali attori del turismo sociale**

La complessità delle relazioni ed i nuovi scenari sociali che si stanno configurando giustificano un'analisi interna al settore, mossa dalla volontà di mettere a fuoco i nuovi compiti e le nuove strategie che serviranno agli operatori del Ts per calibrare l'offerta e per riappropriarsi di un ruolo significativo e di un'immagine autonoma rispetto al mercato turistico e alla società attuale.

I protagonisti della filiera del Ts sono cambiati o, più correttamente, sono aumentati. Dal rapporto fra Stato e cittadino, o fra azienda e lavoratore, si è passati a sistemi più strutturati, che coinvolgono amministrazioni pubbliche, associazioni di estrazione sindacale e politica, organizzazioni religiose, Cral, operatori turistici e dell'ospitalità, cooperative e organizzatori del tempo libero.

Come già anticipato, la trasversalità del Ts determina il coinvolgimento di molti protagonisti che possono essere distinti secondo il ruolo che svolgono all'interno delle dinamiche di attuazione del turismo stesso. Accade spesso, comunque, che un soggetto possa avere ruoli diversi secondo il compito che è chiamato a svolgere di volta in volta.

I soggetti principali che partecipano complessivamente alla filiera del Ts si possono raggruppare secondo una distinzione per classi molto ampie.

I **turisti**, cioè tutte le persone che compongono la domanda di Ts. In linea di massima, si tratta di soci/iscritti che aderiscono alle proposte delle organizzazioni di appartenenza, ma

---

vanno considerati anche tutti gli accompagnatori, nonché coloro che, pur non appartenendo ad alcuna associazione, partecipano in maniera indipendente alle iniziative provenienti da soggetti non specializzati in attività turistiche (ad esempio gli enti locali e la scuola).

Si può affermare, comunque, che sono fruitori dell'offerta di Ts tutti coloro che in primo luogo ne condividono lo spirito di socialità e scambio, anche se è possibile identificare delle categorie idealmente "vicine" al Ts, perché economicamente svantaggiate, come i giovani, o perché socialmente più deboli, come gli anziani e le persone con esigenze speciali.

Gli **organizzatori** (Ots), cioè coloro che raccolgono le adesioni dei turisti e si occupano dell'organizzazione tecnica delle attività collettive. Alcuni dei gruppi più rilevanti e rappresentativi a livello nazionale sono il Tci, il Cts, il Ctg, l'Etsi, le Acli e alcuni grandi Cral sindacali e aziendali (Arca-Enel, Telecom, ecc.).

Tra le Ots rientrano anche alcuni operatori attivi nel campo della ricettività come coloro che aderiscono all'Aig. Tutte queste organizzazioni offrono ai loro iscritti anche altri servizi, agevolazioni e iniziative ricreative comuni.

Alle Ots si aggiungono tutti gli altri soggetti pubblici e privati come per esempio gli enti locali e le scuole, che propongono alla comunità locale iniziative ascrivibili al Ts (come i soggiorni al mare per anziani), e tutte le associazioni e gli organismi non profit che hanno tra le loro finalità, seppure in maniera non prevalente, l'organizzazione e la promozione del Ts.

Gli **organismi di rappresentanza e coordinamento**, cioè le organizzazioni che operano su scala nazionale ed internazionale, che rappresentano il Ts nei contesti di confronto politico e sociale e che si occupano delle attività d'incontro e supporto per i loro soci.

In particolare, la Fitus riunisce alcune delle principali Ots italiane, mentre in ambito internazionale il principale organismo di riferimento è il Bits (*Bureau International du Tourisme Social* con sede a Bruxelles), al quale aderiscono anche organizzazioni italiane (Fitus, Aci, Ctg, Cts, ecc.).

Gli **operatori turistici privati**, ossia gli organizzatori e/o intermediari (*tour organizer*, agenzie di viaggi ecc.), gli imprenditori della ricettività e quanti si occupano dei servizi (trasporto, ristorazione, guide ecc.). Non sempre tutti questi soggetti privati intervengono nel processo turistico. Accade spesso, infatti, che alcune associazioni di Ts si occupino personalmente di tutta l'organizzazione (per esempio, il Cts pubblica dei cataloghi ed ha una propria rete di agenzie di viaggio), mentre altre associazioni, spesso più piccole e/o impegnate in viaggi più complessi, affidano l'intermediazione ad operatori specializzati nel turismo tradizionale, come agenzie di viaggi, *tour operator* e *bus operator*.

Altre **cooperative e associazioni non profit**, che stabiliscono rapporti di collaborazione reciproca con le Ots nei rispettivi ambiti di competenza, soprattutto con riferimento ai servizi alla persona e alla tutela della natura e degli animali (Legambiente, Wwf, ecc.).

Altri **sogetti esterni** (la Comunità Internazionale, l'Unione Europea, le pubbliche amministrazioni, gli enti locali, le università, ecc.), che interagiscono ed influenzano il Ts. Ad esempio, le Regioni che intervengono nella disciplina del settore, gli enti locali in qualità di interlocutori privilegiati degli operatori del Ts, l'università che seleziona e pianifica proposte e percorsi formativi, ecc. Le Ots hanno rapporti diretti con tutti i soggetti che interagiscono con le dinamiche del Ts e per questo possono essere considerate il perno intorno al quale ruota tutto il sistema. In primo luogo, i turisti sono spesso soci delle Ots, alle quali sono legati da rapporti di fiducia e appartenenza consolidati dal tempo e dall'esperienza. In secondo luogo, le Ots possono avere rapporti di collaborazione fra loro, nel momento in cui si scambiano servizi o svolgono iniziative in comune. La realizzazione o l'assemblamento delle proposte turistiche avviene anche collaborando con operatori privati della ricettività e dei servizi turistici, soprattutto nei casi in cui le Ots non possono provvedere con le proprie strutture o, comunque, autonomamente.

**I fruitori.** Pur considerando che oggi il Ts è da ritenere una forma di turismo per tutti e di tutti, si possono distinguere al suo interno dei gruppi sociali rispetto ai quali le proposte e le formule di vacanza sono più strutturate e organizzate. Nella Tabella 1 sono indicati i principali gruppi di fruitori, in associazione al tipo di vacanza a cui prevalentemente sono orientati.

FRUITORI	TIPO DI VACANZA
Bambini e ragazzi	Educativa / Ricreativa / Ludico-sportiva
Giovani	Educativa / Ricreativa
Famiglie	Ricreativa
Anziani	Ricreativa / Termale / Religiosa
Persone con esigenze speciali	Ricreativa / Termale / Religiosa

**Tabella 1** - Turisti e tipo di vacanza scelta

*I bambini ed i ragazzi* sono destinatari di numerose iniziative turistiche sia di tipo ricreativo che educativo e ludico-sportivo. Non solo vacanze tradizionali al mare, in montagna o al lago in compagnia di animatori, in una forma evoluta delle tradizionali colonie, ma anche iniziative dove l'attività sportiva, ricreativa e didattica si mescolano insieme.

I soggiorni sono spesso svolti all'interno di campi scuola, case per ferie, campus, campeggi, ecc., dove il soggiorno si articola intorno ad un tema principale (la natura e gli animali, le tecniche d'espressione artistica, l'archeologia e i metodi di scavo, l'approfondimento tecnico di uno sport ecc.), sviluppato secondo metodi e programmi d'intrattenimento in linea con la fascia d'età dei partecipanti ed il luogo di vacanza.

Bambini e ragazzi sono anche i principali fruitori del turismo scolastico, fenomeno che riguarda ogni anno un considerevole numero di studenti all'interno del quale si sta manifestando una crescente richiesta di qualità e diversificazione delle proposte e delle mete di viaggio.

*I giovani* sono un segmento storico del Ts, ai quali gli operatori continuano a dedicare un ventaglio di opportunità molto ampio. Esistono proposte di carattere ricreativo - legate al mare, allo sport, alla cultura (in particolare tour e città d'arte), all'ambiente e alle grandi

---

metropoli - e a carattere didattico - come soggiorni-studio all'estero e campus per attività di conoscenza e salvaguardia ambientale. Le proposte sono formulate sia per gruppi che per turisti individuali e riguardano mete italiane e straniere, di medio e lungo raggio.

Sempre per i giovani sono pensate alcune tipologie ricettive particolarmente economiche, come gli ostelli, ormai presenti in numerosi paesi del mondo, che offrono modalità di soggiorno capaci di favorire processi di socializzazione tra coetanei.

*Le famiglie* rappresentano un altro segmento strategico del Ts, al quale sono destinate sostanzialmente vacanze di tipo ricreativo - al mare, in montagna, nelle città d'arte, così come in campagna e nei contesti rurali - capaci di integrare e soddisfare gli interessi e le necessità di tutta la famiglia. Non si tratta solo di proposte per vacanze lunghe e stanziali come in passato, ma anche di soggiorni brevi, week-end ed escursioni giornaliere frazionate nell'arco dell'anno, spesso durante o a ridosso delle festività.

*Gli anziani* rappresentano il pubblico veramente nuovo del Ts. Si tratta, infatti, di una categoria sociale a lungo trascurata dal mondo del turismo e che solo in questi ultimi anni è stata valutata come segmento emergente.

La buona disponibilità di tempo libero e la capacità di spesa, forniscono due presupposti che mettono i pensionati, non necessariamente molto anziani, in condizione di fare vacanze più spesso e con più facilità degli altri.

Le soluzioni proposte nell'ambito del Ts possono rispondere adeguatamente alle necessità di questo tipo di pubblico, che richiede soprattutto pacchetti organizzati, qualità, assistenza e possibilità di stare in compagnia. Le proposte di viaggio sono principalmente di tipo ricreativo (soggiorni balneari, tour in pullman, ecc.) e curativo, con particolare riferimento all'attività termale.

A queste tipologie si può aggiungere una terza motivazione di viaggio, non prettamente turistica, legata ai viaggi e ai pellegrinaggi presso santuari e luoghi della fede.

*Le persone con esigenze speciali* stanno acquisendo una visibilità sociale crescente e un ruolo maggiormente significativo anche all'interno della "comunità turistica". In particolare, le Ots possono offrire loro la possibilità di disporre più agevolmente di informazioni, servizi e assistenza, dando la possibilità di godere realmente del diritto al riposo e alle ferie.

I viaggi possono essere di tipo ricreativo, con attività di svago e intrattenimento, di tipo curativo-termale, o di tipo religioso, con pellegrinaggi a santuari e luoghi di culto.

L'universo dei fruitori del Ts è chiaramente più complesso rispetto ai raggruppamenti proposti e deve essere integrato considerando anche tutte quelle persone che, pur non appartenendo ad alcuna categoria specifica, prendono lo stesso parte alle iniziative di Ts.

Può trattarsi di coppie, single, gruppi di amici ecc. che insieme condividono le proposte turistiche fatte dalle Ots e che vanno ad accrescere e ad arricchire il pubblico di riferimento del Ts.

### 3.1. Gli organizzatori

I soggetti che si occupano in Italia di Ts sono piuttosto numerosi e provengono da contesti tra loro diversi, di prevalente estrazione sindacale, cattolica, laica, aziendale e cooperativistica. A questi si aggiungono altri attori, quali gli enti locali, l'Università, la scuola ecc. Alcune Ots si occupano esclusivamente o prevalentemente di turismo (Tci, Cts, ecc.), per altre l'attività turistica è concomitante con iniziative e servizi diversi (Cral, ecc.), per altre ancora è solo occasionale (enti locali, scuole, ecc.).

In linea di massima, le Ots si configurano come organizzazioni non profit le quali, quindi, pur intrecciando rapporti di natura commerciale con altre imprese e con il pubblico, non sono orientate al profitto. Tra gli obiettivi statuari, infatti, annoverano generalmente il soddisfacimento dei bisogni espressi dai propri associati, anche attraverso la proposta e/o la realizzazione di iniziative turistiche individuali o di gruppo. Questo rapporto tra organizzatori ed iscritti, come già anticipato, è determinante per l'esistenza del Ts e caratterizza necessariamente l'offerta, che è pensata in maniera specifica per il target di riferimento.

OTS GRUPPI	SOCIALI INTERESSATI
Associazionismo sindacale (Etsi, Fitel, ecc.)	Famiglie e pensionati
Associazionismo laico (Tci, Cts, ecc.)	Giovani, famiglie e adulti
Associazionismo cattolico (Acli, Ctg, ecc.)	Giovani, famiglie, anziani e persone con esigenze speciali
Cral	Famiglie e adulti
Cooperative private	Adulti, famiglie, anziani, bambini e persone con esigenze speciali
Altri soggetti (enti locali, scuole, Università ecc.)	Giovani, anziani, bambini e famiglie

**Tabella 2** - Le Ots ed i principali destinatari delle loro iniziative di Ts

Nella Tabella 2 si possono individuare le diverse tipologie di Ots ed i macroambiti d'intervento. Si sottolinea che la classificazione ha carattere puramente orientativo e intende segnalare le tendenze prevalenti.

*Le associazioni di estrazione sindacale* hanno un legame storico con il Ts e sono particolarmente orientate alle esigenze dei propri iscritti (dipendenti e pensionati) e delle loro famiglie. Spesso offrono ai soci anche iniziative diverse di intrattenimento e svago per il tempo libero, nonché servizi, agevolazioni e accordi commerciali.

*Le associazioni laiche* hanno un pubblico estremamente variegato. Ci sono sicuramente i giovani, per i quali esistono organizzazioni specifiche, ma anche famiglie, adulti e anziani più in generale. Alcune di queste realtà vantano molti anni di esperienza e possiedono una struttura capillare con agenzie sparse in tutta Italia, come ad esempio il Tci ed il Cts.

Anche *l'associazionismo cattolico* ha un legame forte con il Ts, soprattutto con i giovani, ma anche con le famiglie, gli anziani e le persone con esigenze speciali. Queste organizzazioni

---

spesso sono in grado di provvedere autonomamente anche alla ricettività, grazie alla rete di case per ferie e altri alloggi di proprietà che consentono di formulare proposte a prezzi estremamente vantaggiosi.

I *Cral aziendali* sono una realtà attiva presso la grande e media impresa e si vedono impegnati essenzialmente in attività turistiche rivolte ai dipendenti e alle loro famiglie.

Le *cooperative* sono una realtà relativamente nuova che opera nel Ts proponendo servizi e soluzioni personalizzate, anche su suggerimento dei soci. Le iniziative sono rivolte ad uno spettro di pubblico molto vasto: famiglie, adulti, pensionati, anziani, bambini e persone con esigenze speciali.

### 3.2. *Le principali organizzazioni che si occupano di turismo sociale*

**Acsi - Associazione Circoli Sportivi Italiani** - fondata il 6 aprile 1960 è un'associazione nazionale di promozione sociale che svolge attività nel campo dello sport e della cultura, promuovendo pratiche ecologiche e ambientali collegate a quelle turistiche, nell'ambito delle iniziative di tempo libero e di volontariato. Per quanto attiene in particolare l'attività turistica, ad essa è preposto il Dipartimento Turismo con il compito di coadiuvare le strutture territoriali nell'organizzazione logistica degli eventi sportivi internazionali, nazionali e locali, e di proporre opportunità turistiche, viaggi, soggiorni, settimane bianche, ecc. agli oltre 31500 circoli prevalentemente sportivi affiliati all'Acsi. Il Dipartimento è inoltre impegnato sul versante sociale e di politica turistica anche partecipando al Forum del Terzo Settore, a Fitus-Federazione Italiana Turismo Sociale, e attraverso quest'ultima al Bits-Bureau International Tourism Social, e all'associazione Bvi-Buoni Vacanze Italia, organizzazione composta dalle più rappresentative associazioni turistiche che in *partnership* con Federalberghi si propone di introdurre anche in Italia il sistema dei buoni vacanza, allo scopo di allargare la fascia di fruitori al bene-turismo. Sito: [www.acsi.it](http://www.acsi.it)

**Aics - Associazione Italiana Cultura Sport** - fondata nel 1962, vanta oggi una larga e radicata presenza su tutto il territorio nazionale. Grazie alla sua adesione al Csit (Confédération Sportive Internationale du Travail) e alla Fispt (Fédération Internationale du Sport pour Tous) mantiene una fitta rete di rapporti sportivi e sociali in Europa e nel Mondo. Sito: [www.aics.it](http://www.aics.it)

**Aig - Associazione Italiana Giovani Ostelli Gioventù** - riconosciuta come ente morale, assistenziale e culturale senza fini di lucro, è stata fondata nel 1945 per permettere anche ai giovani con limitate possibilità economiche di praticare il turismo e di incontrare e conoscere altri coetanei in un ambiente privo di qualsiasi discriminazione. L'Aig, come socio della International Youth Hostel Federation, si colloca in una dimensione internazionale di promozione e di educazione alla pace e allo scambio tra giovani. Sito: [www.ostellionline.org](http://www.ostellionline.org)

**Cta - Centro Turistico delle Acli** (Associazioni Cristiane Lavoratori Italiani), le Acli nate nel

1945, contano oggi 50.000 soci e operano in Italia attraverso una rete di 150 sedi. La loro attività è volta alla promozione del settore turistico inteso come occasione di crescita umana e culturale in particolare per i gruppi, la famiglia, la terza età e i giovani. Sito: [www.ctaonline.it](http://www.ctaonline.it)

**Ctg - Centro Turistico Giovanile** - è un'associazione nazionale senza scopo di lucro che interpreta il turismo sociale come strumento educativo, di crescita culturale e come diritto per tutti i cittadini a partire dai giovani e dalle categorie disagiate ed escluse. Nato nel 1949 per opera dell'Azione Cattolica Italiana e resosi poi autonomo pur mantenendo l'ispirazione originaria, il Ctg oggi si estende in tutta Italia con centinaia di realtà tra gruppi di base e centri di vacanza in località di grande richiamo turistico e naturalistico; con una rete diffusa di comitati provinciali e di consigli regionali, coinvolge ogni anno nelle proprie attività migliaia di persone. Sito: [www.ctg.it](http://www.ctg.it)

**Cts - Centro Turistico Studentesco e Giovanile** - fondata nel 1974, con oltre 190 sedi in Italia e 230mila soci, è una delle maggiori organizzazioni giovanili d'Italia impegnata da molti anni nella promozione di un turismo responsabile, rispettoso dell'ambiente e delle popolazioni locali; socio fondatore dell'Associazione Italiana di Turismo Responsabile, riconosciuta come associazione ambientalista, impegnata principalmente su tre ambiti: la conservazione della natura, l'ecoturismo e l'educazione ambientale. Rilevante è anche l'impegno Cts nell'ambito della divulgazione e della promozione del patrimonio storico e artistico italiano che si concretizza attraverso la realizzazione di convenzioni con i centri culturali del Paese, per permettere ai soci di usufruire di sconti e agevolazioni in musei, monumenti, teatri e cinema. Al suo interno ha costituito un Centro Studi che svolge attività di ricerca e di formazione nei seguenti ambiti: turismo sociale, fruizione dei parchi nazionali, sostenibilità (qualità, accessibilità nelle aree protette) segmento scolastico (indagini sulla percezione ambientale dei giovani) management del turismo e comunicazione ambientale. Sito: [www.cts.it](http://www.cts.it)

**Etsi - Ente Turistico Sociale Italiano** - è l'associazione della Cisl preposta ai servizi del tempo libero e costituita tra tutti i soci della confederazione sindacale. Il turismo sociale è il servizio in cui l'Etsi vanta le maggiori esperienze e importanti presenze operative. Sito: [www.etsicisl.it](http://www.etsicisl.it)

**FederCultura Turismo Sport** è nata nel 1992 dalla fusione di Federcultura e Federturismo - Sport al fine di rappresentare in modo più efficace le imprese associate che operano nei settori legati al mondo della cultura e alle attività del tempo libero. Essa rappresenta le cooperative aderenti a Confcooperative assistendo i propri associati dal punto di vista politico, economico-finanziario, giuridico, legislativo, sindacale e organizzativo. FederCultura Turismo Sport conta circa 1.550 cooperative aderenti, 298.000 soci e quasi 10.000 occupati. È la seconda Federazione di Confcooperative con maggiore presenza femminile tra i propri soci e la prima per rappresentanza di soci giovani. Sito: [www.federcultura.confcooperative.it](http://www.federcultura.confcooperative.it)

---

**Federparchi - Federazione Italiana dei Parchi e delle Riserve Naturali**, fondata nel 1989, è un'associazione volontaria di promozione sociale. Riunisce 120 soci - parchi nazionali e regionali, riserve terrestri e marine, amministrazioni e associazioni - che gestiscono quasi 300 aree protette per una superficie superiore ai 2.500.000 ettari. Opera, d'intesa con tutti i soggetti che agiscono nel campo della tutela e della valorizzazione dell'ambiente, per promuovere la creazione del sistema nazionale delle aree protette. Sito: [www.parks.it](http://www.parks.it)

**Fitel - Federazione Italiana Tempo Libero** costituita nel 1993 per iniziativa delle confederazioni sindacali Cgil, Cisl e Uil, per valorizzare le esperienze associative dei circoli ricreativi aziendali e di altri Enti che abbiano come finalità la promozione delle attività del tempo libero. Rappresenta, altresì, l'associazionismo che trae origine dall'art. 11 della legge 300, presso le istituzioni pubbliche, ministeri, Cnel, enti locali, enti pubblici e privati. Sito: [www.fitel.it](http://www.fitel.it)

**Fitus - Federazione Italiana Turismo Sociale**, associazione nazionale di promozione sociale nata nel 1993 con compiti di rappresentanza politica (nazionale ed internazionale - in quanto membro del Bits) e di coordinamento degli organismi associativi per affermare il ruolo del turismo sociale e giovanile nei confronti delle istituzioni, per promuovere l'interscambio tra gli associati e per tutelare le istanze e i programmi. Con le undici organizzazioni aderenti, la Fitus rappresenta oltre tre milioni di cittadini, contando 3500 circoli ricreativi aziendali, migliaia di circoli territoriali, agenzie di viaggi e strutture turistiche sparse sul territorio nazionale. Sito: [www.fitus.it](http://www.fitus.it)

**Legacoop Turismo**, tutela, rappresentanza e assistenza delle cooperative che operano nel settore turismo, al fine di unificare l'attività di rappresentanza e facilitare la ricerca di sinergie.

**Tci - Touring Club Italiano**, fondato nel 1894, raggiunge i 16.000 soci già nel 1899 e arriva oggi a contare oltre 460.000 soci effettivi. Sempre attivo nell'organizzazione e nello sviluppo del turismo, negli anni è aumentato l'impegno nell'organizzazione di viaggi per singoli e per gruppi, nell'attività editoriale e cartografica (con la realizzazione delle guide turistiche) e nell'azione per la valorizzazione e la protezione dell'ambiente. Con la creazione del Centro Studi il Tci ha inaugurato l'attività nel settore della consulenza turistica e ha rafforzato l'impegno nell'ambito della formazione professionale degli operatori turistici. Sito: [www.touringclub.it](http://www.touringclub.it)

---

## CAPITOLO III

### L'ecoturismo in Italia

#### 1. Definizione

La paternità del termine ecoturismo è generalmente attribuita all'architetto messicano H. Ceballos-Lascurain che ha definito il fenomeno come viaggiare in aree naturali relativamente indisturbate e incontaminate con lo specifico obiettivo di studiare, ammirare e apprezzare lo scenario e le sue piante e animali selvaggi, così come ogni manifestazione culturale esistente delle aree di destinazione. Tale definizione oggi è stata rielaborata in una forma internazionalmente riconosciuta che è quella di viaggiare in maniera responsabile nell'ambiente e visitare aree naturali relativamente indisturbate al fine di godere, studiare e apprezzare la natura ed ogni caratteristica culturale ad essa associata, in modo da promuovere la tutela, da minimizzare l'impatto sull'ambiente e da fornire sostanziali benefici socioeconomici alle popolazioni locali.

Altre definizioni ancora più recenti di ecoturismo mettono in risalto i principi dello sviluppo sostenibile, al turismo di natura viene conferita una veste etica che pone l'accento sulla conoscenza dei limiti delle risorse e sul coinvolgimento di tutti gli attori: turisti, residenti, governi, istituzioni e imprese. Inoltre il Programma per l'Ambiente delle Nazioni Unite e l'Organizzazione Mondiale di Turismo hanno individuato le caratteristiche peculiari dell'ecoturismo e cioè quella di comprendere forme di turismo nelle quali la principale motivazione dei turisti è l'osservazione della natura, delle culture e delle tradizioni che insistono nelle aree naturali. Ha carattere educativo; è generalmente organizzato per piccoli gruppi da imprese locali; cerca di ridurre al minimo l'eventuale impatto negativo sull'ambiente naturale e socioculturale, contribuisce alla protezione delle aree naturali generando benefici economici per le comunità locali; sensibilizza turisti e residenti ai temi della natura e della cultura.

Definire l'ecoturismo è difficile perché si tratta di esprimere una filosofia ed un modello di sviluppo auspicabile: un sistema di ecoturismo ideale dovrebbe prendere in considerazione tutte le relazioni significative che si instaurano tra turisti, comunità ospitanti, imprenditori, amministratori e gestori delle risorse naturali, delle strutture turistiche e delle infrastrutture necessarie al funzionamento del sistema.

#### 2. Le attività ecoturistiche

In base ad uno studio del 2001 sono stati presentati i risultati relativi al mercato ecoturistico europeo che mostrano come sia considerato una nicchia in costante crescita ma la novità è l'importanza dell'arricchimento culturale. Le attività ecoturistiche hanno come peculiarità il contatto con l'ecosistema, tuttavia lo stretto legame con il territorio non è sufficiente, sono soprattutto attività soft a basso impatto ambientale. Tra le tipologie più diffuse si possono ricordare: *bird watching*, *trekking*, *diving*, safari fotografico, osservazione flora e fauna selvatiche. Tali attività si possono definire ecocompatibili non di per sé stesse

---

ma nella misura in cui l'ambiente è in grado di tollerarle: fare *trekking* per esempio in aree particolarmente sensibili può danneggiare la quiete della fauna, soprattutto se coinvolge un certo numero di persone.

### 3. Punti di forza e di debolezza

Alcune critiche accusano l'ecoturismo di essere elitario, ma gli esempi dimostrano il contrario: un turismo ecosostenibile richiede minori finanziamenti, quindi impone minori barriere all'entrata per la partecipazione locale, aumentando il grado di controllo e di decisione da parte della popolazione autoctona. A livello economico si attendono benefici alle economie nazionali, locali, in particolare alle aree naturali in cui si sviluppa. Tra i vantaggi si possono citare: l'ingresso di valuta estera, l'incremento dell'occupazione locale, lo stimolo per il turismo domestico, lo sviluppo di attività nuove legate al settore, l'utilizzo di terre improduttive, la diversificazione dell'attività economica, i ricavi dalla vendita dei biglietti di ingresso dei parchi, l'educazione della comunità locale nei confronti dell'ambiente.

D'altro canto, per molto tempo il turismo è stato considerato un settore a scarso impatto sull'ambiente perché contrapposto ad uno sviluppo industriale degradante. Al contrario, è causa di molti interventi sull'ambiente: estrazione di acqua e sabbia, gestione del traffico, attività di smaltimento dei rifiuti. Lo scopo invece del moderno turismo è di evitare trasformazioni irreversibili che comportino costi inaccettabili per la società attuale né per le generazioni future. Piuttosto che attrarre un maggior numero di turisti è preferibile: attrarre un turismo con maggiore potere d'acquisto aumentando la spesa dell'ecoturista attraverso la vendita di prodotti locali; aumentare tra produttori e fornitori di servizi, stabilendo accordi che favoriscano l'acquisto di prodotti nella destinazione a scapito delle importazioni; favorire la partecipazione della comunità locale al settore turistico attraverso corsi di formazione e investimenti in generale.

Il concetto di sostenibilità dello sviluppo turistico, oltre alla dimensione ambientale ed economica, ha una dimensione sociale che non può essere sottovalutata. Se la comunità locale viene esclusa dal processo decisionale e gestionale dei flussi, ne consegue un generale rifiuto del fenomeno turistico e la creazione di attriti tra turisti e popolazione. Qualcuno vede nell'ecoturismo la soluzione a tutti i mali del turismo di massa, in realtà sembra che questa forma di turismo, se non adeguatamente pianificata, possa arrecare danni maggiori di quella a cui si oppone. Apre nuove aree ai turisti, così l'inizio di un nuovo ciclo di vita di un prodotto propone ripropone gli stessi problemi che si pensava di aver risolto. Oltretutto non ha sostituito il turismo di massa, si è solo aggiunto ad esso, utilizzandone i mezzi di trasporto, di prenotazione, di alloggio.

Tuttavia l'ecoturismo può considerarsi uno strumento dello sviluppo sostenibile se *contribuisce ad esempio alla tutela dell'ecosistema delle aree visitate*. La Federazione della Natura e dei Parchi nazionali europei, ai fini della salvaguardia dell'ambiente ha proposto una lista di strutture e di attività turistiche considerate incompatibili con le aree naturali protette. Tra queste si ricordano le attività realizzate su mezzi a motore; strutture associate al turismo di massa quali complessi residenziali ed alberghieri di una certa dimensione o attività sportive

che comportano la presenza di molte persone contemporaneamente. *Se sensibilizza riguardo alle problematiche ambientali.* Secondo gli esperti l'ecoturismo dovrebbe educare a rispettare il luogo in cui ci si trova, capire come funziona l'ecosistema oggetto della visita, ridurre al minimo gli impatti ambientali e socioculturali. A tale scopo, il Cts-Centro turistico studentesco ha redatto il *Decalogo dell'ecoturista*, una serie di regole che rappresentano un'attiva partecipazione del turista ai processi di tutela della destinazione. Infine l'ecoturismo può considerarsi uno strumento dello sviluppo sostenibile se *partecipa alla cooperazione internazionale*. L'associazione italiana turismo responsabile ed altri enti, sono impegnati nel sostenere un turismo che permetta di finanziare infrastrutture locali, piccole imprese familiari e cooperative nei paesi in via di sviluppo. Creare un modello a rete che parte dal basso, non ha solo valenze economiche ma anche di ricostruzione di tessuti connettivi sociali e relazionali, obiettivo di qualità ancora maggiore rispetto a quello del rispetto della natura.

#### 4. Le buone prassi

*Aree protette della provincia di Arezzo "Alcedo Ambiente e territorio"*<sup>1</sup>

Alcedo è una società che nasce dalla collaborazione tra professionisti, con l'intento di fornire servizi alle amministrazioni, alle associazioni ed ai privati sui temi legati alla valorizzazione dell'ambiente e del territorio; organizza e propone laboratori e attività didattiche ed educative con le scuole della provincia di Arezzo e di altre province toscane. La società si avvale di professionisti qualificati e con esperienza consolidata nel settore, con guide esclusive delle aree protette della provincia di Arezzo, guide ambientali escursionistiche riconosciute dalla Regione Toscana ed operatori del sistema regionale per l'educazione ambientale, al fine di proporre esperienze didattiche caratterizzate da un elevato valore pedagogico e formativo. A tal fine opera in collaborazione con amministrazioni provinciali e comunali, comunità montane, cooperative sociali, associazioni, società di gestione di impianti ad energie rinnovabili ed aziende Agricole di qualità nella gestione di progetti di educazione ambientale, di educazione allo sviluppo sostenibile, di animazione rurale e di conoscenza e valorizzazione del paesaggio.

Alcedo gestisce i due Centri Visita delle Riserve Naturali dell'Arno (di Monticello e di Ponte Buriano) a contratto con la Provincia di Arezzo, Servizio Conservazione della Natura, U.O. Aree Protette e i relativi servizi di visita guidata nelle due aree protette; propone inoltre un ricco calendario di iniziative formative e informative tematiche al fine di valorizzare a far conoscere queste Aree nei suoi principali aspetti naturalistici e paesaggistici. I due Centri Visita sono riconosciuti come Lea-Laboratori di educazione ambientale dalla Regione Toscana. Presso i Centri visita suddetti si propongono le seguenti attività:

- Lea Riserve dell'Arno "Laboratori di Educazione Ambientale" della Provincia di Arezzo; disponibile per le scolaresche su richiesta

---

<sup>1</sup> Paragrafo redatto da Samuele Benucci, legale rappresentante della società Alcedo ambiente e territorio Sas. Studioso, appassionato e ricercatore di scienze naturalistiche e cultura locale, per alcuni anni è stato responsabile del Wwf Valdarno e collaboratore con il Wwf Toscana per l'educazione ambientale.

- 
- Spazio multimediale attrezzato per visione di immagini, video, presentazioni e documentari naturalistici
  - Organizzazione di iniziative, eventi, seminari, incontri ecc. rivolti alla cittadinanza
  - Allestimenti naturalistici tematici sulle Riserve Naturali dell'Arno
  - Ampi spazi di giardino esterni
  - Prenotazione visite guidate ed escursioni nelle aree protette e nelle aree di maggior interesse naturalistico del Valdarno
  - Prenotazione visite guidate in barca nella Riserva Naturale di Valle dell'Inferno e Bandella
  - Vendita gadget vari, cartografie escursionistiche e libri sulle aree protette
  - Biblioteca con manuali naturalistici e con pubblicazioni di educazione ambientale
  - Ampia sala multimediale attrezzata con 70 posti a sedere per iniziative, incontri ed eventi; disponibile su richiesta
  - Informazioni sui sentieri delle Riserve dell'Arno, sui sentieri didattici attrezzati e sulle aree didattiche visitabili liberamente
  - Informazioni sul turismo ambientale ed eno-gastronomico della provincia di Arezzo
  - Informazioni su iniziative, manifestazioni, eventi, fiere e sagre in provincia di Arezzo
  - Informazioni sulle strutture ricettive e di ristorazione del territorio
  - Servizi igienici

Durante l'orario di apertura dei Centri Visita o su richiesta vengono aperti e sono visitabili liberamente i seguenti allestimenti didattici ed aree didattiche attrezzate:

- Osservatori per *birdwatching* in entrambe le Riserve Naturali dell'Arno
- Area attrezzata di Castiglioncello (Riserva Naturale di Valle dell'Inferno e Bandella): aula verde ed orto botanico
- Sentiero didattico del Canneto (Riserva Naturale di Ponte Buriano e Penna)
- Sentiero didattico dell'Ansa di Bandella (Riserva Naturale di Valle dell'Inferno e Bandella)

Alcedo è anche impegnata nella gestione del servizio di visita guidata in barca nella Riserva Naturale della Valle dell'Inferno e Bandella. Grazie al nuovo battello della Provincia di Arezzo è offerta, da quest'anno, un'occasione unica per scoprire l'Arno in tutto il suo fascino e la sua suggestione, tra scogliere di rocce e versanti boscati a picco sul fiume. Dalla barca si possono osservare le specie protette di uccelli e conoscere la storia del fiume, in compagnia delle guide ambientali di Alcedo. Un punto di vista diverso, veramente unico per visitare l'area protetta e il bacino della centrale idroelettrica di Levane. Da quando il servizio è stato avviato, centinaia di persone hanno potuto ammirare le bellezze della Valle dell'Inferno, navigando nella profonda gola sotto lo sguardo di decine di aironi, svassi ed altri uccelli che popolano il tranquillo bacino della Centrale Idroelettrica di Levane. Alcedo si occupa inoltre di valorizzare le Aree Protette del Valdarno e le aree di maggior pregio naturalistico della provincia di Arezzo. Qui di seguito sono elencate le principali aree geografiche di attività con riportate le relative collaborazioni con le gli enti pubblici e privati gestori e/o promotori nella valorizzazione:

- Riserva Naturale di Valle dell'Inferno e Bandella (Provincia di Arezzo, Comuni di Terranuova B.ni, Pergine V.no, Montevarchi e Laterina)
- Riserva Naturale di Ponte Buriano e Penna (Provincia di Arezzo, Comuni di Arezzo, Laterina e Civitella della Chiana)
- Area Protetta Le Balze del Valdarno (Provincia di Arezzo e Firenze, Comuni di Terranuova B.ni, Castelfranco di Sopra, Pian di Scò, Loro Ciuffenna e Reggello)
- Area Protetta Arboreto Monumentale Pinetum di Moncioni (Comune di Montevarchi)
- Area Protetta Garzaia di Figline V.no (Comune di Figline V.no)
- Sito di interesse comunitario: Praterie e cespuglieti del Pratomagno (Unione dei Comuni Montani del Pratomagno e tutti i Comuni del Pratomagno)
- Area Mineraria di Santa Barbara (Enel Area Mineraria di Santa Barbara)
- Sistema della Riserve Naturali della Provincia di Arezzo (Provincia di Arezzo)
- Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi

Proficua è anche la collaborazione tra Alcedo ed i soggetti privati e pubblici con i quali vengono organizzate visite guidate con gruppi e scolaresche, presso gli Impianti di Produzione di Energie Rinnovabili e Alternative del nostro territorio valdarnese aretino. Tra questi: l'impianto Idroelettrico di Levane (Enel Centrali idroelettriche dell'Asta dell'Arno), l'impianto a Biogas e Discarica di Podere Rota (Csa Impianti Spa e Csa Servizi Spa), l'impianto Fotovoltaico (La Sole Srl), l'impianto a Cippato Legnoso (Comune di Loro Ciuffenna ed Unione dei Comuni Montani del Pratomagno), l'impianto Eolico del Pratomagno e l'impianto Geotermico di Larderello. Tutte le visite guidate agli impianti produttivi sopra specificati necessitano di autorizzazione da parte del soggetto gestore e sono vincolate alle modalità di esecuzione proposte dagli stessi soggetti.

Da alcuni anni Alcedo è riconosciuta come Spe Wwf Italia, cioè come Società professionale esterna affiliata al Wwf Italia per l'educazione ambientale. Le attività e i laboratori didattici che Alcedo propone rispettano la metodologia e la filosofia educativa del Wwf. Tra le altre cose Alcedo organizza una serie di soggiorni estivi residenziali nei Monti del Pratomagno, tali soggiorni sono inseriti nel catalogo nazionale di soggiorni del Wwf Italia. Alcedo collabora inoltre con l'Unione dei Comuni Montani del Pratomagno e con la Cooperativa Sociale Beta per l'organizzazione di soggiorni didattici e giornate educative ed esperienziali presso il meraviglioso Ostello della Gioventù Orma del Lupo situato nel cuore dei monti del Pratomagno.

Le parole chiave e gli ambiti di azione di Alcedo si possono così sintetizzare: valorizzazione dell'ambiente e del territorio, educazione ambientale, progettazione ambientale, sviluppo sostenibile, turismo verde, ruralità e paesaggio.<sup>2</sup>

### *Legambiente*

In Italia non sono mancate iniziative promosse da alcune associazioni volte a sensibilizza-

---

<sup>2</sup> Per informazioni: Alcedo ambiente e territorio di Benucci Samuele e C. S.a.s. Samuele Benucci: tel. +39 328 1520911 - Erika Giachi: +39 328 2024692; Riserve dell'Arno: tel. +39 393 8353089 - Segreteria: +39 055 5357501 - Fax: +39 055 9029001 - E.mail: info@alcedoambiente.com

---

re il pubblico alle problematiche ambientali. Legambiente risulta particolarmente attiva nel favorire processi di rivalutazione e promozione turistica, organizzando escursioni, visite guidate, appuntamenti per migliorare la qualità della vita dei residenti e dell'offerta turistica allo stesso tempo. Tra le esperienze più significative si segnalano quelle degli Alberghi Ecologici e la Compagnia dei Parchi.

Per quanto riguarda gli Alberghi Ecologici si tratta di un'iniziativa rivolta alle strutture ricettive che considerano l'ambiente come un bene da usare ma del quale non approfittare, adottando azioni che riducano i consumi critici ed educino i propri ospiti al rispetto dell'ambiente. Legambiente Turismo ha realizzato un proprio decalogo che sintetizza le azioni richieste articolandosi in più versioni a seconda delle destinazioni: aree balneari, città d'arte, aree interne e di montagna. Le strutture che hanno aderito al progetto hanno ricevuto il marchio "*consigliata in difesa dell'ambiente*" e sono distribuite su tutto il territorio nazionale. L'elenco è consultabile sul sito [www.legambiente.it](http://www.legambiente.it).

Le azioni riguardano: la riduzione dei rifiuti, la raccolta differenziata dei rifiuti con acquisiti più mirati, la raccolta differenziata finalizzata al riciclaggio, il risparmio idrico ed energetico con un uso più razionale delle risorse naturali, la sicurezza degli alimenti, la promozione della cucina del territorio e dei prodotti tipici locali, l'incentivazione del trasporto collettivo e della mobilità leggera, la riduzione dell'inquinamento acustico all'interno degli esercizi e la partecipazione ad iniziative analoghe nelle aree vicine, il coinvolgimento degli ospiti nella realizzazione dei comportamenti ecosostenibili e la distribuzione di materiali che aiutano l'informazione e il controllo sulle misure concordate, la partecipazione dei turisti al monitoraggio ed al controllo dell'effettiva realizzazione degli obiettivi di gestione ambientale assunti dall'esercizio e dalla località turistica ospitante.

La Compagnia dei Parchi mira invece a fare promozione turistica delle aree protette italiane per stimolare e fare conoscere meglio l'Italia di qualità. Il progetto voluto dal Ministero del lavoro e dall'Unione europea, rappresenta uno strumento che, basandosi sull'integrazione della politica ambientale con le altre politiche territoriali, persegue l'obiettivo di uno sviluppo orientato alla sostenibilità, consapevole delle potenzialità del turismo naturalistico. In particolare, sono stati istituiti i Centri di educazione ambientale di Legambiente, nei parchi o nelle vicinanze di aree protette, nelle città o laddove ci sia un patrimonio ambientale da curare.

### *Bed&Breakfast nel Mezzogiorno*

Il progetto, gestito da un'associazione temporanea di imprese composta dal Cras-Centro Ricerche Affari Sociali e dal Wwf Italia, si è svolto negli anni 2000-2001. Nato da uno studio sulle opportunità e vantaggi che la formula *Bed&Breakfast* (B&B) può offrire ai territori compresi nei parchi, promuove e facilita a livello locale la sensibilizzazione e il coinvolgimento degli *stakeholder* locali. I territori interessati, situati nel meridione, sfruttano il trasferimento di *know-how* delle amministrazioni che hanno già realizzato offerte ricettive simili.

Il progetto si è rivolto ai parchi del Pollino, dell'Aspromonte, del Cilento e dell'area del Gennargentu, finanziato dai Fondi strutturali dell'Unione europea. I risultati ottenuti, si pos-

sono sintetizzare in: modello di competenze più idoneo per l'attuazione a livello locale di B&B; l'agevolazione per la creazione di una rete tra soggetti pubblici e privati; la definizione di criteri oggettivi sulla qualità dell'alloggio e la gestione di un marchio di qualità a garanzia del turista; l'integrazione del sistema di ospitalità diffusa con progetti volti a rafforzare l'offerta turistica locale.

#### *Ente Parco Cinque Terre*

Il tema dei parchi naturali è divenuto negli ultimi anni materia dominante delle politiche ambientali. Da sempre visti come aree incontaminate, hanno acquisito nel tempo la funzione di laboratorio per la sperimentazione di nuove politiche di gestione del territorio, non più basate sull'uso indiscriminato e irresponsabile delle sue risorse. Il Parco nazionale delle Cinque Terre rappresenta un'eccezione perché si discosta dall'immaginario collettivo associato ad un parco: esso deve la sua esistenza all'uomo che ha plasmato il territorio e lo ha reso coltivabile dove la natura lo avrebbe negato. Le attività umane hanno contribuito a creare un paesaggio unico al mondo, espressione di una cultura profondamente legata alla terra d'appartenenza, di un'ineguagliabile vicenda a carattere collettivo capace di piegare le avversità dell'ambiente naturale ai propri bisogni di vita.

L'istituzione dell'ente Parco in questa zona, non si è limitata alla salvaguardia dell'ambiente, ha rappresentato lo stimolo allo sviluppo e al progresso socioeconomico della comunità. Dal 2001 ad oggi sono aumentate le strutture ricettive aderenti al marchio di qualità ambientale, strumento di certificazione volontaria basato su un criterio di adeguamento graduale e miglioramento continuo concordato tra i gestori delle strutture e l'ente Parco. Infine, di particolare interesse sono le iniziative di educazione ambientale che il Parco propone ai ragazzi delle scuole elementari e medie del luogo, laboratori a tema incentrati sull'ambiente mediterraneo e sulle possibili attività di riciclaggio.

#### *La bandiera arancione del Touring Club*

Istituita nel 1998 è il marchio di qualità del Touring che seleziona e certifica le piccole località dell'entroterra in base a rigorosi parametri turistici e ambientali. Viene assegnata a quelle destinazioni che non solo godono di un patrimonio storico, culturale e ambientale, ma sanno offrire al turista un'accoglienza di qualità. In particolare il marchio intende stimolare: la valorizzazione delle risorse locali, lo sviluppo della cultura dell'accoglienza, lo stimolo dell'artigianato e delle produzioni tipiche, l'impulso all'imprenditoria locale ed il rafforzamento dell'identità locale. L'iter di analisi prevede una prima fase di selezione delle località da visitare. I sopralluoghi, effettuati dagli esperti del Touring, si svolgono in forma anonima e ripercorrono l'esperienza del turista valutandola attraverso 135 criteri di analisi.

Le località che soddisfano i criteri ricevono il marchio e sono sottoposte a verifica biennale per il mantenimento del marchio stesso. Bandiere Arancioni è stato l'unico progetto italiano inserito dall'Organizzazione Mondiale del Turismo fra i 50 programmi realizzati in tutto il mondo per lo sviluppo sostenibile del turismo.



---

## CAPITOLO IV

### I giovani ed il turismo

#### 1. La mobilità giovanile ed il turismo sociale

Come si inquadra un contributo sulla mobilità giovanile in un libro sul turismo sociale? Non è forse vero ad esempio, che pressoché tutti i programmi dell'Unione europea che si occupano di mobilità dei giovani si preoccupano di sottolineare con chiarezza che non si tratta assolutamente di turismo? E che le finalità di scambi internazionali, volontariato europeo, tirocini di studio o professionali non possono in alcun modo confondersi con quelle delle vacanze o del viaggio di piacere? Certo il confine tra le due esperienze esiste.

Il turismo è apparentemente il frutto di una scelta e di esigenze in cui tutto o quasi differisce dagli altri tipi di viaggio. È l'espressione piena di una libertà personale che, per quanto riguarda l'esperienza del viaggiare, sembra non avere eguali nel repertorio dell'uomo moderno. Quanto di più lontano dalle costrizioni di un calendario di attività, di un piano di studi, di un programma strutturato per il raggiungimento di obiettivi precisi. Ma da tempo si tende a mettere in discussione questa presunta libertà di scelta, evidenziando molti aspetti critici. Ad esempio la forza persuasiva di un immaginario turistico sempre meno spontaneo e più costruito ad arte; i vincoli stabiliti dall'industria del turismo in termini di mete e di modalità della loro fruizione.

Il richiamo alla necessità di ricercare e sperimentare modalità alternative e responsabili investe quindi anche il turismo, come molti altri ambiti di vita delle nostre società. Maggiore consapevolezza e libertà di scelta si coniugano in nuove forme, aprendo nuovi orizzonti anche al semplice viaggio di svago e di piacere. Parole come apprendimento, incontro, scambio, rispetto, adattamento fanno sempre più parte del vocabolario del nuovo turista. E lo avvicinano sempre più a quello del volontario internazionale, del gruppo di scambio interculturale, del tirocinante o dello studente che decidono di svolgere un'esperienza in paesi diversi dal proprio.

La mobilità dei giovani è una delle priorità maggiormente condivise dalle recenti politiche dello sviluppo nella nostra società. Secondo le strategie europee ad esempio la società della conoscenza e dell'innovazione passa soprattutto attraverso la crescita personale e professionale dei giovani. La mobilità ne costituisce una componente fondamentale, soprattutto perché favorisce e incrementa alcuni elementi dell'apprendimento che sono giudicati essenziali in un mondo in cui le distanze tendono a ridursi.

La costruzione e l'acquisizione di codici comunicativi globali, tra cui l'apprendimento di più lingue è uno dei fattori chiave; l'incontro ed il dialogo con culture diverse; la capacità di mettere in gioco la propria identità in vista di un arricchimento reciproco; l'adattamento a condizioni di vita e lavoro che si modificano rapidamente. Tutte queste e tante altre componenti dell'apprendimento sono particolarmente stimolate dalle esperienze di contatto con realtà culturali differenti dalla propria.

---

In questa prospettiva il viaggio e l'esperienza all'estero si caricano di significati che vanno al di là della semplice scoperta del nuovo e dell'esotico, per diventare elementi chiave nel processo di formazione e arricchimento del bagaglio personale di conoscenze e abilità professionali. È in questo quadro che si è mossa l'Unione europea negli ultimi anni riconoscendo ad esempio che "studiare all'estero può rappresentare un importante stimolo allo sviluppo personale e alle competenze linguistiche". È per questo che il programma *Erasmus*, che ha portato sino ad ora quasi due milioni di studenti universitari a seguire corsi all'estero, è stato ulteriormente potenziato e sono aumentate le categorie dei potenziali beneficiari, nella prospettiva che lo studio all'estero diventi parte integrante dell'istruzione universitaria. Anche la cosiddetta "flessicurezza" ovvero l'equilibrio tra la flessibilità e la sicurezza sul mercato del lavoro, su cui puntano le politiche attive di sviluppo e sostegno all'occupazione dell'Unione europea, si basa soprattutto sull'apprendimento lungo tutto l'arco della vita.

L'opportunità in grado di equipaggiare le persone con un bagaglio di abilità utile a promuovere il miglioramento della propria carriera lavorativa e, all'occorrenza, ad allargare le possibilità di trovare un nuovo impiego. In attesa che il sistema formativo si adegui a queste esigenze migliorando l'offerta di formazione per tutti i lavoratori e in special modo per quelli temporanei, è importante che ogni esperienza personale venga valorizzata e riconosciuta anche in termini di apprendimento non formale.

## **2. Formazione e scambi giovanili**

In questa direzione va ad esempio la certificazione *Youthpass* che dà la possibilità a tutti coloro che partecipano alle azioni di scambio, volontariato e formazione del Programma *Gioventù in Azione*, di vedere attestata l'esperienza di partecipazione, apprendimento e formazione non formale che ha avuto luogo durante il periodo trascorso all'estero. Nella certificazione *Youthpass* hanno un ruolo importante sia le competenze linguistiche che l'apprendimento interculturale, componenti fondamentali di un'esperienza di contatto con culture diverse. Il programma *Gioventù* ha cofinanziato nel periodo 2000-2006 più di 100.000 progetti di mobilità e formazione giovanile a forte dimensione interculturale ed europea.

Il nuovo Programma *Gioventù in Azione*, funzionerà sino al 2013 incrementando ulteriormente il numero di giovani coinvolti. Si tratta di milioni di giovani europei che potranno partecipare ad una o più attività di incontro, conoscenza ed approfondimento con coetanei di paesi di tutto il mondo. Il programma è infatti aperto attraverso alcune specifiche azioni ad un ampio arco di paesi in aggiunta a quelli dell'Unione europea. Si tratta dei cosiddetti paesi limitrofi: Europa sudorientale, Europa orientale e Caucaso, regione mediterranea nonché America latina, Caraibi e Pacifico, Africa e Asia. Ma al di là dell'aspetto puramente quantitativo i programmi europei per i giovani stanno contribuendo notevolmente dal punto di vista più strettamente culturale, al riconoscimento dell'importanza dell'opportunità di apprendimento informale e non formale come complementari all'istruzione scolastica e al sistema di formazione.

Si tratta di attività programmate e strutturate in maniera precisa che escludono i viaggi ri-

creativi, di piacere o di studio. Gli scambi giovanili ad esempio, si caratterizzano per il coinvolgimento attivo e l'incontro tra gruppi di giovani provenienti da diversi paesi, che concordano un programma di attività comuni su tematiche condivise, realizzabili in un contesto di scambio ed apprendimento reciproco e con una ricaduta positiva in termini di sensibilizzazione e di effetti concreti, sia sulle comunità locali sia sui giovani e le associazioni giovanili che non partecipano direttamente alle attività.

Particolare importanza è assegnata alla preparazione e al *follow-up* che possono aiutare maggiormente i giovani sul piano linguistico ed interculturale. La progettazione del viaggio diventa così un'esperienza non più solo individuale o della ristretta cerchia di relazioni personali, ma viene condivisa anche con i pari età della comunità e della cultura ospitante. In questo modo l'attenzione a quello che si incontrerà durante la permanenza all'estero non è più solamente dettata dai propri bisogni di svago o di ricerca dell'avventura, ma tiene conto anche del punto di vista dell'altro e si misura, ancora prima della partenza, con i suoi bisogni e le sue modalità di comunicazione. Il viaggio diventa perciò frutto di una progettazione attiva che richiede protagonismo ed abilità da parte dei giovani coinvolti e si arricchisce di contenuti molto più diversificati rispetto al semplice svago.

L'adozione di metodi di lavoro interculturali facilita inoltre lo scambio su base paritaria, indipendentemente dal livello di conoscenza linguistica di ognuno o da altre competenze. In questo contesto, così come nelle altre tipologie di attività del Programma Gioventù in Azione, l'apprendimento è assolutamente intenzionale, spesso guidato e facilitato da operatori o volontari, monitorato e certificato, ma può anche non essere l'unica e la principale attività. Può essere infatti perseguito in una vasta gamma di situazioni che lo rendono attraente per i giovani e ne fanno un'esperienza potenzialmente coniugabile con diversi ambiti della vita quotidiana: la musica, le attività creative ed espressive, l'ambiente, il lavoro, ecc.

Le sue caratteristiche peculiari: la volontarietà, l'attrattività, la correlazione con i bisogni, le aspirazioni e gli interessi dei giovani, fanno dell'apprendimento non formale uno strumento particolarmente adatto anche a persone in condizioni di svantaggio e difficoltà. Proprio ai giovani con minori opportunità i programmi europei riservano particolare attenzione sostenendo con maggiori risorse i progetti che li coinvolgono. L'apprendimento umano avviene in una molteplicità di modi e grazie ad una varietà di esperienze non sempre appositamente organizzate o espressamente finalizzate a questo scopo.

Oltre ai contesti e alle componenti più tradizionalmente associate all'apprendimento strutturato possiamo pensare anche alle attività ed agli spazi della vita quotidiana come luoghi di formazione di competenze. Sono gli ambiti della cosiddetta formazione "invisibile" che si svolge nei momenti di lavoro come in quelli del tempo libero e del divertimento. Si può a questo proposito affermare che in ogni contesto in cui la persona pratica l'esercizio di una partecipazione consapevole attraverso la presenza attiva e l'attribuzione di senso all'esperienza quotidiana, si verifica un processo di apprendimento. Affrontare, ad esempio, situazioni o problematiche nuove innesca una reazione di ricerca di soluzioni originali o di adattamento degli strumenti tradizionalmente utilizzati.

---

Da queste esperienze scaturiscono la comprensione e la sperimentazione di nuovi compiti che portano a soluzioni più efficaci. La riflessione e la rielaborazione di questi percorsi, delle cause e delle motivazioni che ne stanno alla base, dei significati che hanno e del come portano a risultati positivi, fanno parte di questo processo di apprendimento che in questo modo valorizza tutte le esperienze, non solo quelle a ciò espressamente finalizzate.

In quest'ottica l'apprendimento non è solo riproduzione del sapere, ma anche rinnovo e riformulazione; non può essere ridotto ad assimilazione passiva di elementi di conoscenza, ma implica la partecipazione attiva in un processo continuo di acquisizione di competenze. La priorità dell'apprendimento permanente comporta un'attenzione specifica sul rapporto tra le diverse forme di apprendimento lungo tutto l'arco della vita. Così mentre il sistema di educazione formale si occupa della formazione e della cultura di base, occorre poter collegare tra loro anche le successive, diverse aree di apprendimento che contribuiscono all'esigenza di rinnovamento ed ampliamento del bagaglio conoscitivo personale.

Una componente essenziale di quell'economia basata sull'innovazione e sulla ricerca che la Strategia di Lisbona identifica come irrinunciabile per un sistema Europa competitivo nel mondo globalizzato. Accanto, quindi al sistema educativo formale assumono sempre più importanza i campi della formazione non formale e informale in quanto protagonisti non secondari nella strutturazione del bagaglio conoscitivo individuale. Si tratta dei campi in cui assume rilevante importanza il *learning by doing* e dove il tempo e lo spazio dell'apprendimento si dilatano. Mentre l'ambito del non formale come abbiamo visto parlando del Programma europeo Gioventù in Azione, ha a che fare con meccanismi organizzativi al di fuori della scuola e diretti a destinatari specifici e con obiettivi chiari e definiti, l'informale è il processo che percorre tutto l'arco della vita, perché permette all'individuo l'acquisizione di conoscenze, competenze, attitudini, direttamente dall'esperienza quotidiana, dal proprio ambiente e da tutte le influenze e risorse con cui viene a contatto.

La centralità è quindi assegnata al soggetto più che al contenuto specifico. E la mobilità geografica assume un ruolo importante sia nell'apprendimento linguistico che nell'apprendimento interculturale. Permette infatti di entrare in contatto con persone e contesti socio-culturali diversi e di immergersi in un ambiente altro da quello di appartenenza. Al contempo, la stessa propensione alla mobilità viene positivamente influenzata dalla diffusione delle competenze linguistiche e culturali, diventando così sia strumento che prodotto.

In questo processo di reciprocità la spinta al viaggio è motivata dal bisogno di apprendere e dalla curiosità di scoprire; così come le conoscenze acquisite rendono maggiormente disponibili e preparati a costruire relazioni con le alte società e culture. In un paese come l'Italia dove le competenze linguistiche sono ancora poco diffuse questa apertura verso la dimensione internazionale può essere molto importante. In campo economico, ad esempio, un'azienda può utilmente approfittare della disponibilità ad intrecciare relazioni internazionali da parte di un proprio collaboratore per cercare nuovi sbocchi di mercato all'estero. In campo istituzionale, d'altro canto, le competenze linguistiche ed interculturali possono aprire nuove possibilità nel campo della progettazione europea e nella costituzione di nuove partnership

transnazionali. A tale riguardo è utile accennare al cosiddetto “volonturismo”, termine coniato per indicare quelle esperienze che uniscono il viaggio con finalità di svago e conoscenza con un periodo di volontariato e cooperazione internazionale.

### **3. Il Servizio volontario europeo**

Il Servizio volontario europeo è uno dei fiori all’occhiello delle politiche europee rivolte ai giovani. Durante il progetto il volontario è immerso in una cultura diversa dalla propria, si relaziona con abitudini e mentalità differenti, apprende a comunicare in un’altra lingua. La consapevolezza e la valorizzazione di questo processo contribuiscono a rafforzare nei giovani la coscienza delle differenze, e a sviluppare comprensione ed accettazione delle reciproche diversità in modo non conflittuale e aperto.

La mobilità giovanile nelle sue diverse forme, alcune delle quali abbiamo esplorato in questo contributo, può quindi avere un impatto crescente su un modo di viaggiare più consapevole ed attento. Anche quando si differenziano in maniera netta dall’esperienza turistica per obiettivi o modalità di attuazione, le diverse forme di mobilità giovanile non possono non avere un impatto forte sulla forma del viaggiare nella nostra società. Il senso di responsabilità verso le persone e le culture dei luoghi di destinazione non sarà più lo stesso dopo uno scambio, un tirocinio o un servizio volontario all’estero. La condivisione di esperienze quotidiane, la conoscenza reciproca, l’instaurazione di rapporti di comunicazione e di amicizia che durano nel tempo lasciano inevitabilmente il segno in una persona. Lo testimonia il frequente perdurare delle relazioni interpersonali instaurate durante un periodo di attività all’estero.

La dimensione della costruzione della comunità europea che ha innescato il processo di progressivo superamento delle frontiere che a breve coinvolgerà inevitabilmente i paesi limitrofi facilita la comunicazione tra persone, culture e società e contribuisce alla costruzione di un senso di appartenenza che va al di là dei confini nazionali e delle differenze verso l’altro. Questa nuova dimensione sta anche incrementando la reciprocità delle opportunità di viaggio e di incontro. Molti giovani di paesi in cui il turismo internazionale è ancora esperienza di pochi hanno potuto, in questi anni, viaggiare all’estero utilizzando le opportunità dei programmi europei. È questo un segnale importante per l’affermazione del diritto alla mobilità per tutti e non solo per chi vive nella parte più ricca del mondo.

La reciprocità è una componente fondamentale per un vero ed autentico incontro. I viaggi a senso unico incoraggiano le commedie ripetitive, basate su ruoli rigidamente predefiniti del turista a caccia del nuovo e dell’autoctono costretto a ripetere continuamente lo stesso canovaccio ad uso e consumo dell’ospite. La possibilità, oltre che di viaggiare, anche di accogliere in maniera consapevole fa sperimentare l’importanza di un atteggiamento di rispetto verso l’altro e spinge a guardare dall’esterno anche il nostro stesso modo di vivere e pensare. E, come sempre, vedere le cose dall’esterno aiuta ad avere una visione più completa dell’insieme, a capire meglio, a superare pregiudizi e grettezze, ad avere voglie di perseguire obiettivi più ambiziosi.



---

## CAPITOLO V

### Il turista con “bisogni speciali”. Il valore aggiunto delle associazioni di volontariato

#### 1. Il viaggio come occasione di socializzazione

##### 1.1. *Viaggiatore o turista?*

Cosa distingue veramente il turista dal viaggiatore? Si potrebbe rispondere che il turista “ruba” ciò che vede e basta, che cerca spaghetti ovunque sia, che fotografa il bello e dimentica il brutto, che vede ma non guarda... si potrebbe dire che il viaggiatore è più umile, che il suo scopo non è la mèta ma il viaggio stesso. Il confronto con identità culturali diverse presuppone voglia e capacità di mettersi in discussione, e questo manca a tanti turisti che si definiscono invece viaggiatori. Il viaggio è un’esperienza prima di tutto intima, molto soggettiva e inizia sempre tantissimo tempo prima della partenza. Alcuni pensano che viaggiatore sia solo chi viaggia per 4 mesi di seguito oppure chi va nei posti poco famosi. Però certi posti super turistici sono comunque belli (Roma, Parigi, Marrakesh, tanto per dirne alcuni a caso), perdersi le loro meraviglie solo perchè sono luoghi turistici sarebbe una sciocchezza. Magari il viaggiatore curioso non si sofferma solo nella piazza o chiesa più famosa e va anche oltre, magari spingendosi in un villaggio o in un quartiere dove vanno solo i locali. L’approccio di chi evita di mescolarsi ai locali, di chi vuole tutti i comfort o gli spaghetti all’amatriciana, di chi si scandalizza se in Nepal trova un capello nel letto non è da viaggiatore.

In generale si può dire che colui che ama viaggiare ama capire la cultura di un posto, prima di partire legge e si documenta, sogna e si prepara, inizia il viaggio mentalmente già tempo prima, non va certo due giorni prima a comprare un biglietto e parte con lo stesso abbigliamento per lo Yemen o per l’Irlanda. La differenza principale è proprio nella curiosità e nello spirito di adattamento. Viaggiatore è chi sa lasciare a casa le sue “idee”, chi non cerca di adeguare ciò che gli sta intorno a ciò che ha già dentro di sé e a ciò che quotidianamente lo circonda. Turista è invece chi cerca nel “nuovo” che lo circonda il “vecchio” che si è portato dietro, chi non sa mettere in gioco i suoi standard di vita le sue abitudini. Per gli uni e per gli altri comunque il viaggio ha il potere di sconvolgere tanti punti fermi, ha la funzione liberatoria della leggerezza e della fatica più sana. In viaggio siamo privi di status, liberi da etichette e proprio per questo capaci di venire in contatto con parti di noi stessi lasciate in ombra: siamo attenti e recettivi, non siamo offuscati dall’abitudine e dalla quotidianità.

L’Agenzia Regionale per la Prevenzione e Protezione Ambientale del Veneto ha realizzato una campagna di comunicazione per sensibilizzare sul turismo sostenibile. Per farlo ha utilizzato una cartoon che offre 11 simpatiche provocazioni su aspetti comuni e tipiche situazioni del nostro viaggiare: la preparazione, l’abbigliamento, l’itinerario, i contatti umani, il pranzo, gli spostamenti, le risorse, le vacanze alternative, il comportamento, la montagna, il rientro a

---

casa, confrontando atteggiamenti, punti di vista, comportamenti e consumi di risorse di due tipologie di turisti.

Il turista che viaggia “in punta di piedi” rispettoso dei luoghi e delle persone che incontra, che riconosce nel viaggio un’opportunità di crescita da cogliere attraverso gli incontri umani, il contatto con l’ambiente e l’avventura. Il turista che brucia le tappe, distratto e un po’ annoiato, attratto dalle mete esotiche e dalla diversità, che nello stesso tempo rifugge perché ha bisogno di essere rassicurato nelle sue abitudini.

### *1.2. La Giornata mondiale del turismo*

Esiste una Giornata mondiale del turismo nata nel 1980 su iniziativa dell’Organizzazione mondiale del turismo: la data prescelta per i festeggiamenti è il 27 settembre. Ogni anno la giornata è dedicata a un tema diverso ma tutti si prefiggono lo scopo di promuovere la trasparenza e la sicurezza di chi viaggia per piacere, unito, sempre di più edizione dopo edizione, alla promozione dell’idea di spostamenti responsabili e accessibili a tutti. Il 30° anniversario (1980-2009) della Giornata Mondiale del Turismo è stato celebrato in uno stato dell’Africa occidentale, il Ghana, sotto il tema “Turismo - celebrazione della diversità”. L’Organizzazione Mondiale del Turismo un’agenzia specializzata delle Nazioni Unite con sede a Madrid che si occupa del coordinamento delle politiche turistiche e promuove lo sviluppo di un turismo responsabile e sostenibile. Vi partecipano ad oggi, 161 stati membri e più di 390 membri associati in rappresentanza del settore privato, del turismo scolastico e educativo, delle istituzioni locali di promozione turistica. L’Italia ha aderito all’organizzazione nel 1978.

### *1.3. Perché un’agenzia mondiale per il turismo?*

Nei decenni, il turismo ha mostrato una crescita continua, accompagnato da una diversificazione delle destinazioni e diventando il settore economico con la crescita più rapida nel mondo. Oggi, il volume di affari che muove il settore turistico equivale o addirittura supera quello delle esportazioni di petrolio, di generi alimentari o di automobili. Il turismo è così diventato uno dei maggiori protagonisti nel panorama del commercio internazionale e rappresenta, al tempo stesso, una delle principali fonti di entrate di molti paesi emergenti. Questa crescita globale del turismo nei paesi industrializzati e in quelli emergenti, ha prodotto benefici economici ed occupazionali in molti settori correlati: da quello delle costruzioni, all’agricoltura, alle telecomunicazioni.

### *1.4. Alcune cifre*

Dal 1950 al 2005 i turisti nel mondo sono passati da 25 milioni a 806 milioni di viaggiatori all’anno. Le entrate generate da questi arrivi hanno raggiunto l’11.2% dell’intera economia mondiale raggiungendo circa 680 bilioni di dollari nel 2005. Mentre nel 1950 l’88% degli spostamenti internazionali era assorbito da 15 destinazioni principali, la percentuale è scesa al 75% nel 1970 fino ad arrivare al 57% nel 2005: dati questi che riflettono l’emergere di nuove destinazioni, molte delle quali in paesi emergenti.

Il turismo non può essere considerato solo un'attività puramente economica orientata al profitto. Vi sono anche altri aspetti altrettanto importanti da tenere in considerazione per fare del turismo un'attività che contribuisca al progresso civile e sociale di un paese. Uno degli aspetti che fa del turismo un fenomeno sociale è l'accessibilità per tutti senza ingiustificate discriminazioni o distinzioni basate su motivi come ad esempio la disabilità o l'età. Una struttura turistica non accessibile a tutti, in quanto progettata senza tenere conto delle esigenze particolari di alcune persone, costituisce senza dubbio un ostacolo che limita la partecipazione di una parte della popolazione allo sviluppo sociale ed economico del paese.

Discriminare una persona disabile o una persona anziana solo in virtù delle sue difficoltà motorie o di salute costituisce un comportamento che, se da una parte può costituire una difesa rispetto a possibili costi che una struttura turistica dovrebbe sostenere per renderla accessibile a tutti, dall'altro si pone in contrasto con quella che dovrebbe essere la *mission* di qualsiasi attività turistica. *Mission* che si può sintetizzare nell'intento di mettere in contatto i popoli. Occorre peraltro ricordare come anche il costo necessario per rendere accessibile una struttura turistica consente in realtà di aprire il proprio mercato ad una fascia più larga di popolazione, creando così un circolo virtuoso in termini di profitti.

Negli ultimi anni questa "filosofia" è stata accolta dagli operatori turistici che si sono sempre più impegnati a rendere le loro strutture accessibili a tutti, anche al di là di formali obblighi di legge. Rimangono però ancora troppo frequenti i casi di discriminazione segnalati da molti turisti anziani o con disabilità.

Una vicenda risalente allo scorso luglio, avvenuta nel litorale ligure dimostra come discriminare una persona con problemi motori può portare conseguenze molto pesanti per l'operatore turistico. Nel mese di luglio, infatti, a distanza di quasi un anno dall'episodio, il Comune di Varazze ha deciso di applicare la normativa antidiscriminatoria stabilita dalla Legge Quadro sull'Handicap, sanzionando con una multa di 1.000 euro e con la chiusura di un mese, un albergo che aveva rifiutato di dare una stanza (pur se regolarmente prenotata) ad una ragazza con disabilità in carrozzina. Si tratta probabilmente del primo caso in Italia in cui un albergo viene sanzionato per discriminazione, anche se in realtà la norma (L. 104/92) è in vigore da diversi anni.

Dopo l'abrogazione tramite referendum nel 1993 e il passaggio di competenza alle Regioni, nel 2009 torna in Italia il Ministero delle Politiche Turistiche. All'origine di questa decisione c'è la presa d'atto della centralità di questo comparto per lo sviluppo dell'economia nazionale. Lo scorso luglio, presso il neo-nato Ministero del Turismo, è stato costituito il Comitato "Per un turismo accessibile", del quale fanno parte importanti esponenti delle associazioni di persone con disabilità. Con questo strumento s'intende sostenere la realizzazione di misure che migliorino l'accessibilità delle strutture turistiche italiane, nella prospettiva di promuovere una capacità di accoglienza che sia realmente "per tutti", adeguando il volto dell'offerta del nostro Paese alla capacità di garantire i migliori servizi anche ai turisti con "bisogni speciali". Il Comitato "Per un turismo accessibile" è inoltre impegnato nella redazione di un manifesto che contenga le linee guida, i criteri e i parametri attraverso i quali sia possibile identificare l'accessibilità in ambito turistico.

---

## 2. Il turista portatore di bisogni speciali

### 2.1. Il turismo accessibile e le persone con “bisogni speciali”

Per turismo accessibile si intende l'insieme di servizi e strutture in grado di permettere a persone con esigenze speciali la fruizione della vacanza e del tempo libero senza ostacoli e difficoltà. Per comprendere la portata di questa affermazione occorre però uscire da un preconcetto a cui non giova neppure la simbologia adottata: la sedia a ruote. Oltre all'handicap motorio, che forse si vede di più, ma non è detto sia il più grave per chi vuole fare turismo, occorre infatti considerare più in generale quello fisico, ivi compresi gli stati patologici temporanei. Occorre considerare l'handicap sensoriale e quello psichico.

Oltre all'handicap in senso stretto, tra i “bisogni speciali” rientrano a pieno titolo quelli generati dalla gravidanza e dalla prima infanzia, dalla vecchiaia inoltrata, dalle diete e da altri comportamenti individuali che influenzano fortemente il profilo della domanda. In una recente ricerca legata al progetto della Direzione Generale del Turismo del Ministero dell'Industria “Italia per tutti” si è analizzato il mercato turistico italiano ed i suoi comportamenti andando anche a valutare qual è il “peso economico” di questo mercato.

Sono oltre 31 milioni le persone che l'anno scorso hanno viaggiato (quasi il 55% della popolazione italiana) e di queste quasi un milione esprime domanda di “turismo accessibile”, e vi sono anche oltre due milioni di persone ultra 65enni (quasi il 7% del totale). Sono quasi 26 milioni gli italiani che non viaggiano e di questi circa mezzo milione che potrebbe esprimere richiesta di turismo accessibile. Quindi possiamo contare oggi su un mercato di circa 3 milioni di persone, comprendendo anche gli anziani tra coloro che hanno “bisogni speciali”, con un bacino di un'ulteriore mezzo milione di potenziali turisti che non viaggia perché non ha offerte che lo soddisfano o semplicemente perché non hanno informazioni sufficienti a farlo.

La portata economica del mercato del turismo con bisogni speciali in Italia, viene valutata in circa 1000 milioni di euro. Alcune considerazioni: a) questo turismo non si concentra nei periodi di congestione ed è utile soprattutto per favorire la “destagionalizzazione” del nostro mercato turistico; b) è altamente “fidelizzato”; c) si muove per gli stessi motivi del normale mercato turistico, non esistono quindi differenze dal normale mercato; d) e soprattutto si muove in maniera individuale, con propri mezzi di trasporto. Se in questi anni abbiamo visto un certo miglioramento su trasporti ferroviari, almeno sugli Intercity ed Eurostar, altrettanto non è successo nei trasporti aerei. L'Alitalia infatti, ha avviato una serie di procedure operative che di fatto limitano a molte persone l'accesso agli aeromobili e quindi anche alla possibilità di compiere viaggi al di fuori del territorio nazionale.

La maggior parte si muove organizzandosi in modo autonomo (79%) e questo è dovuto al fatto che ad oggi sono poche le agenzie che offrono un pacchetto in grado di soddisfare tutti i bisogni e quando questo avviene spesso non è supportato da un prezzo competitivo per ovvi problemi di mercato. Quindi l'organizzazione autonoma o il “passaparola” è ancora il mezzo più utilizzato, perché la necessità di particolari informazioni la si può veder soddisfatta solo chiedendo a chi ha le medesime necessità. Possiamo quindi dire che il turista con bisogni speciali è un turista

mediamente più informato e che surroga le proprie necessità selezionando maggiormente le strutture e i servizi più adeguati, prevenendo le difficoltà con le precauzioni. È di fatto necessario un cambiamento di ottica che implica un grande cambiamento culturale: da assistiti a clienti.

Il gestore dell'albergo, o del ristorante, sarà anche attento che marciapiedi e servizi pubblici nella sua zona siano adeguati e sarà lui il primo a stimolare l'amministrazione pubblica piuttosto che gli esercenti di altri servizi utili per i suoi clienti, perché abbattano le barriere architettoniche e consentano quindi alla sua offerta di essere più appetibile. Questo esige, d'altro canto, una presa di coscienza di questo nuovo ruolo, quello del "cliente", anche da parte delle persone disabili che dovranno conoscere prima di tutto i loro doveri di clienti per effetto dei quali potranno veder rispettati i loro diritti di cittadini.

## 2.2. Il "turista con bisogni speciali": più turista o viaggiatore?

Il turista con bisogni speciali è un turista mediamente più informato, che surroga le proprie necessità selezionando maggiormente le strutture e i servizi più adeguati, prevenendo le difficoltà con le precauzioni. Del turista anziano gli operatori turistici, gli accompagnatori, dicono che ha sete di informazioni e di cultura, vuole sapere tutto, più dei giovani: fa domande, ha mille curiosità ed è disposto a fare deviazioni durante i tour se questo lo porta a conoscere cose nuove. Nell'ambito della ristorazione riscuotono molto consenso le specialità locali. Mentre il nome della catena non pare sufficiente a indurre a scegliere l'albergo, due aspetti fondamentali sono la posizione (desiderano stare nel centro della località) ed il panorama.

Tra le motivazioni di vacanza dei viaggiatori *senior* spiccano: il desiderio di conoscere luoghi nuovi o le mete famose e mai viste prima; il desiderio di restare attivi e dinamici, di continuare a ricevere stimoli; il desiderio di conoscere altre persone e di fare esperienze nuove. La scelta delle vacanze avviene in gran parte in base alle esperienze precedenti ed al passaparola. Le influenze personali prevalgono di gran lunga su quelle commerciali. La decisione su che tipo di vacanza fare e su quale destinazione scegliere è fortemente collegata alla scelta "con chi andare", ed avviene con poco anticipo rispetto alla data di partenza.

Partire per le vacanze è spesso una scelta fatta nell'ambito di gruppi amicali, all'interno di organizzazioni e di associazioni, o nell'ambito della famiglia. Le ricerche hanno sfatato molti dei miti legati alla terza età. Hanno mostrato ad esempio che gli anziani: non trovano sufficienti gratificazioni in molte delle vacanze effettuate nei periodi di bassa stagione, sono particolarmente attenti alla gratificazione delle esperienze di vacanza e non amano affatto ripetere viaggi non soddisfacenti. La validità di un pacchetto è misurata anche dal grado in cui rende possibile l'incontro con la comunità del luogo e la percentuale di "vacanze presso parenti ed amici" è inferiore rispetto agli altri gruppi demografici.

Da una ricerca effettuata dal quotidiano Italia Oggi sul turismo della terza età risulta che rispetto alle persone in età lavorativa gli anziani presentano un dato di partecipazione alle manifestazioni culturali due volte e mezzo superiore e un livello doppio di attività di socializzazione. Tra le ragioni della vacanza, mentre coloro che lavorano indicano svago, riposo e attività sportive, i pensionati pensano maggiormente alla salute, all'arricchimento culturale e ai rapporti umani, anche con la gente del luogo. Così conquista il turista d'argento.

---

Un'indagine condotta in Toscana su anziani e persone con lievi disabilità ha rilevato che non amano viaggiare soli (solo il 4%, veramente pochi, considerando che il 43% delle donne e il 16 % degli uomini è vedovo o *single*); vogliono fruire delle bellezze artistiche; amano passeggiare. Probabilmente perché ormai pensionato, solo il 20% va in vacanza per riposare. Le escursioni culturali sono preferite persino al mare e notevole è l'interesse per l'artigianato locale. Da un punto di vista culinario la preferenza è per la cucina e i vini locali. L'89% circa degli intervistati desidera dei pacchetti turistici maggiormente attenti alle esigenze degli anziani, ma non riservati specificatamente a loro (perché anche le persone mature desiderano essere a contatto con persone più giovani); il 72% vorrebbe inoltre poter avere l'occasione di sapere chi sono i compagni di vacanza così da poter trovare qualche amico o qualche amica anche prima di partire.

Nella scelta dei prodotti turistici prediligono quelli che danno di più, quelli in cui è, forse, minore il tempo libero, a favore di quello gestito da altri perché è già ottimizzato. Questo bisogno, poi, si coniuga con un altro, sentito da tutti ma particolarmente dall'anziano: la sicurezza. L'anziano sente in sé energia, ma conosce i propri limiti. Inoltre spesso non conosce le lingue straniere e non è in grado di destreggiarsi con i diversi usi e costumi. E, comunque, è più facile e comodo farsi aiutare da qualcuno che queste cose le conosce meglio, un accompagnatore, una guida. Quindi è spesso felice di delegare ad altri le nuove responsabilità scegliendo un viaggio "tutelato" come i viaggi in gruppo, le crociere, oppure le vacanze stanziali nella destinazione abituale.

C'è da rilevare però anche la voglia di fare qualcosa di nuovo, di inusuale, il desiderio di valorizzarsi ai propri occhi e a quelli degli altri proprio grazie al viaggio: in sintesi, il bisogno di personalizzazione. Ecco allora che fare quello che non fanno gli altri, visitare un luogo che non si trova sulle guide turistiche, vedere cose che in pochi hanno visto, impreziosisce la vacanza. Tra i servizi più apprezzati dai turisti *senior* nella località di villeggiatura sono al primo posto la farmacia e la chiesa, agli ultimi lo sport.

Nell'ambito della ristorazione riscuotono molto consenso le specialità locali e tra il buffet e il servizio al tavolo viene preferito nettamente il secondo. Mentre il nome della catena non pare sufficiente a indurre a scegliere l'albergo, due aspetti fondamentali sono la posizione (desiderano stare nel centro della località) ed il panorama. Ritengono importante avere la televisione in camera e gradiscono i set di cortesia e i gadget che spesso si portano a casa.

### 3. Il turismo per gli anziani<sup>3</sup>

*Gioventù, grande, gagliarda, innamorata. Gioventù piena di grazia, forza, fascino.  
Sai che la vecchiaia può venire dopo di te, con eguale grazia, forza, fascino?*  
(W. Whitman)

---

<sup>3</sup> Paragrafo redatto da Angela Regine, consulente di direzione per Iris – Idee & Reti per l'Impresa Sociale, è stata coordinatrice regionale del Dipartimento politiche sociali e welfare delle Acli toscane sviluppando progetti di ricerca rivolti principalmente agli anziani. Tra le sue pubblicazioni *Reti e sistemi di sostegno sociale degli anziani in Toscana (2006)* e *La formazione degli operatori per l'assistenza degli anziani: un progetto pilota (2006)*.

La caratteristica fondante del turismo sociale degli anziani è quella di essere assistito e promosso dai servizi sociali comunali o socio-sanitari delle aziende sanitarie. Questa forma di turismo consiste in viaggi e vacanze organizzate per questo specifico *target* e anche per adulti inabili, dal comune o dall'associazionismo con espliciti fini di salute, socializzanti e sociali. In questo viene esplicitato lo scopo del turismo, e cioè di favorire il miglioramento dell'immagine e del ruolo dell'anziano, ed i suoi rapporti con il contesto sociale, nonché di realizzare strategie che contrastino l'invecchiamento patologico.

Secondo gli operatori, l'esperienza del soggiorno, soprattutto in luoghi ricchi di stimoli culturali, può intaccare l'immagine spesso negativa che l'anziano ha di sé. Può cioè proporre modelli positivi, risvegliare la capacità ed il desiderio di avere ancora interessi. L'impostazione attiva data ai soggiorni nelle intenzioni degli organizzatori dovrebbe configurare queste iniziative come un completo sistema di ri-attivazione. Purtroppo con la crisi finanziaria dei sistemi di welfare fra la fine degli anni '80 e l'inizio degli anni '90, un approccio al sociale più economicista ha portato al superamento del principio del basso reddito; i comuni quasi di colpo smettono di finanziare il turismo degli anziani in condizioni disagiate e così si perdono un valore ed una dimensione sociale speciali.

Oggi è ormai definitivamente consolidato un processo che vede l'ente locale promuovere esclusivamente l'organizzazione di un intervento spesso sempre più orientato al mercato, dove essere anziani di per sé non è più una caratteristica speciale, se non per le motivazioni di tipo salutistico di cui prima. Gli anziani diventano tendenzialmente un segmento "normale" del mercato turistico caratterizzato semmai da una sua accezione di bisogno di accessibilità. I non autosufficienti invece rappresentano una nuova categoria del turismo sociale. A partire dall'ambito sanitario è crescente negli ultimi anni, in tutti i settori della società, una sensibilità importante verso i bisogni delle sempre più numerose persone che per malattie congenite degenerative, hanno bisogno di forme totali di assistenza. Infatti, negli stessi anni in cui in Italia matura sia a livello nazionale che regionale lo sviluppo dei fondi dedicati specificamente alla non-autosufficienza in considerazione della ormai acquisita stabilizzazione di queste condizioni patologiche, anche il mercato turistico sociale si apre verso di loro, con strutture dedicate, Rsa con standard alberghieri di tipo turistico nei luoghi del turismo tradizionale, percorsi sanitari turistico-riabilitativi e periodi di vacanze appositamente studiati.

L'anziano è cambiato, oggi non assomiglia assolutamente ad un suo coetaneo di qualche decina di anni fa. Il turismo occupa un ruolo importante. I *tour operator* si stanno sempre più rivolgendo agli *over 60*, fornendo pacchetti di viaggio adeguati alle esigenze degli anziani. Il mercato è in crescita esponenziale e si assiste ad un proliferare di agevolazioni, sconti, assistenza *in loco*, assicurazioni a prova di infortunio. Il 20% di chi va in vacanza ha più di 60 anni e preferisce mare e montagna in Italia, Francia e Spagna. Insieme ai giovani, gli ultrasessantenni sono quelli che si recano di più all'estero, viaggiano soprattutto in bassa stagione e in gruppo.

### 3.1. Il viaggio come metafora della vita

L'uomo è l'unico essere vivente il cui comportamento può migliorare o peggiorare la qua-

---

lità del suo invecchiamento. L'invecchiamento dipende dall'esperienza di vita, così come dalla motivazione alla vita e dalle risorse personali che uno impegna nel vivere. E la vecchiaia può essere un'età di grande vitalità e ricca di nuovi contenuti. Partendo dal riappropriarsi del tempo, liberandosi dalle regole della fretta e della produttività, scoprendo la lentezza che aiuta a vivere, pensare e divertirsi meglio, per dedicarsi alla cura dei propri interessi e delle relazioni. Viaggi e turismo sono occasioni privilegiate di socializzazione e di arricchimento culturale e umano, attraverso il confronto con altri modi di vivere.

Col tempo si finisce col somigliare più a viaggiatori che a turisti: ci si può permettere di viaggiare senza ansia e impazienza, cercando luoghi e vicende, mete che si aprono come porte attraverso cui uscire da una realtà per penetrare in altre inesplorate. Pronti a gustare memorie, il distendersi dei paesaggi, i profili delle città, dei paesi, della gente che si incontra con più attenta consapevolezza. Il viaggio come metafora della vita e della vecchiaia, un susseguirsi di mete, ogni volta con attese diverse, con risorse cedute al tempo e altre arricchite dall'esperienza vissuta.

#### **4. Il disabile psichico turista portatore di bisogni speciali<sup>4</sup>**

##### *4.1. L'esperienza del gruppo "Sirio" e dell'associazione Vivere Insieme*

Il gruppo "Sirio" si è formato a seguito di una breve vacanza al mare alla quale parteciparono sette persone con disabilità psichica (uno di essi partecipò in coppia con la moglie) e un operatore del Servizio di Salute Mentale di Arezzo, all'interno della programmazione di attività per l'acquisizione di abilità di base e interpersonali. Al ritorno dalla vacanza, ritrovandosi per guardare le foto scattate, tutti convennero che insieme erano stati veramente bene, alcuni avevano avuto benefici che perduravano, come, ad esempio, il senso di leggerezza e la voglia di divertirsi, stati d'animo non frequenti per persone con disturbo psichico; anche la relazione affettiva della coppia era migliorata significativamente.

L'operatore ritenne che il primo obiettivo della vacanza fosse stato raggiunto e avanzò la proposta di non disperdere l'esperienza positiva e di provare ad investire su di un concetto fondamentale per la cura: esperienze vissute e classificate come positive possono essere ripetute e, pertanto, poteva essere vantaggioso continuare ad incontrarsi per il tempo libero. Il timore di non saper gestire le difficoltà relazionali ed interpersonali rese inizialmente indispensabile la presenza dell'operatore, il quale tra l'altro in vacanza aveva fatto parte dello stesso gruppo, proprio con l'obiettivo di aiutare a mettere a fuoco quali erano i bisogni e su cosa era utile lavorare. Era molto importante che non ci fossero eccessivi fallimenti, che avrebbero scoraggiato persone già molto vulnerabili e inclini a isolamento e ritiro sociale, con il rischio di veder fallita una buona esperienza terapeutica.

Fu deciso di darsi un nome, nacque così il gruppo "Sirio", dal nome dello stabilimento

---

<sup>4</sup> Paragrafo redatto da Vincenza Sgarro. Nata a Cerignola, si trasferisce ad Arezzo per partecipare alla "rivoluzione basagliana" per l'abbattimento dei manicomi. A Siena si diploma come tecnico della riabilitazione. Già insegnante, dal 1975 al 2008, anno del pensionamento, dipendente nel Centro di Salute Mentale Adulti della città di Arezzo. Da oltre dieci anni è volontaria nell'associazione Vivere Insieme.

balneare in cui erano trascorse le vacanze. La notizia fece il giro del Servizio e attirò persone interessate, per cui il gruppo passò da 9 a 15 e dopo alcune settimane fu deciso di dividere il gruppo in due sottogruppi che si organizzavano in base all'interesse per l'attività proposta. L'operatore avrebbe partecipato agli incontri organizzativi per un periodo di tempo al fine di fornire alle persone le abilità per gestire autonomamente le proprie iniziative. Ben presto emersero dei leader positivi, capaci di trascinare il gruppo per l'originalità delle proposte e per la capacità di convincere.

Le attività di base sulle quali ha lavorato il gruppo riguardano: la cura della propria persona e del proprio abbigliamento; le abilità di conversazione per potere esprimere e affermare proposte, il rispetto delle opinioni altrui; il rispetto delle regole di convivenza, come la puntualità, il rispetto degli impegni presi ("non dare buca"); l'uso appropriato del telefono per comunicare agli assenti le decisioni prese e per comunicare eventuali imprevisti; informazioni circa il rapporto alcol e farmaci; adozione di comportamenti adeguati da tenere nei locali pubblici; la gestione del denaro per programmare attività adeguate alle risorse economiche e all'apprendimento dell'uso dei mezzi pubblici (orari/biglietti). Il gruppo, inoltre, ha lavorato per identificare le risorse strumentali: chi sa guidare, chi sa fare la spesa, chi sa cucinare, chi sa prenotare un viaggio o una vacanza in agenzia o su internet. Si è molto insistito sulla possibilità di sentirsi liberi nella comunicazione, affinché le critiche fossero chiare, ma non negative, nel caso di proposte non gradite.

Per ottenere questi obiettivi, il gruppo ha lavorato sulle abilità di comunicazione i cui principi fondamentali si possono così sintetizzare: ascoltare attentamente e con rispetto ciò che dicono e propongono gli altri, non giudicare con critiche distruttive, sviluppare una dialettica interna che favorisca lo sviluppo di regole condivise che permettano la libera espressione. Compito dell'operatore è stato dare al gruppo regole interne che consentissero l'autonomia ma, in considerazione delle serie problematiche di chi lo componeva, era importante anche dare strumenti auto valutativi rispetto alle difficoltà per sapere quando e a chi chiedere aiuto. Le tecniche del *problem solving* sono state lo strumento principe della vita di questo gruppo, che negli anni si è scomposto, ricomposto e ha lasciato in tutti la voglia e la capacità di stare insieme e di organizzare un'azione non solo per il tempo libero, ma per la qualità della vita quotidiana.

#### 4.2. L'esperienza dell'associazione *Vivere Insieme*

L'associazione *Vivere Insieme* è una organizzazione non lucrativa di utilità sociale (Onlus) formata da persone con disagio psichico, da familiari, da sostenitori esterni e da simpatizzanti. L'associazione, nelle sue attività, mantiene significativi rapporti di collaborazione e di sostegno con il Dipartimento di Salute Mentale (Dsm) della Usl 8 di Arezzo. L'associazione considera gli enti locali, la scuola e la rete dei servizi socio-sanitari interlocutori importanti per il raggiungimento dei suoi obiettivi.

La prima iniziativa di turismo sociale si è concretizzata nell'affitto di una casa al mare e questa è stata un'opportunità fondamentale sia economica che di socializzazione per tutti i

---

partecipanti, esperienza che per il successo che ha avuto è stata ripetuta per quasi dieci anni. I soggiorni al mare sono stati organizzati in collaborazione con il Centro di Salute Mentale di Arezzo, sia per la formazione dei gruppi sia per concordare un sostegno da parte del Servizio a seconda del livello di autonomia degli ospiti. Ogni anno sono state circa venti le persone che hanno potuto usufruire del soggiorno al mare.

Un'altra esperienza significativa sono stati dei fine settimana in montagna, prendendo in affitto una residenza di vacanza di un'associazione del Mugello. Ne hanno usufruito persone che per motivi vari non avevano potuto recarsi al mare. Anche con il sostegno di educatori del Servizio di Salute Mentale tutte le esperienze hanno dimostrato che le vacanze avevano la loro riuscita quando l'organizzazione era partecipata dalle persone stesse che ne fruivano e non quando prevaleva il senso di isolamento e la vacanza era vissuta con le stesse abitudini che si ripetevano a casa. Quest'anno dopo un corso di formazione finanziato dal Cesvot ed organizzato da Socialnet l'associazione ha potuto conoscere ed entrare in contatto con altre esperienze, avviando una riflessione rispetto all'organizzazione di viaggi e gite e ai loro i costi economici.

---

## CAPITOLO VI

### Esperienze e buone prassi

#### 1. Il progetto Buoni Vacanze Italia

I Buoni Vacanze Italia (Bvi) sono uno strumento a disposizione di tutti i soggetti interessati a favorire il turismo sociale: un turismo per tutti, un turismo di qualità, solidale e sostenibile finalizzato alla crescita, all'arricchimento e alla valorizzazione sociale e culturale dell'uomo. I Bvi vengono messi a disposizione di tutti i soggetti pubblici o privati che vogliono in particolare favorire l'accesso al turismo delle categorie più deboli o dei loro dipendenti. I Bvi non sono solo una modalità di pagamento di un servizio ma possono incorporare alcuni significativi benefici per gli utilizzatori quali: gli sconti derivanti dalle convenzioni con le imprese turistiche, il contributo di enti pubblici locali, il contributo dei datori di lavoro e la possibilità di accedere alle provvidenze previste dalla legge sul turismo 135/2001.

I Bvi puntano a diventare uno strumento attraverso cui le Regioni, i Comuni, i Cral e le aziende potranno, in modo semplice ed efficace, veicolare benefici ed agevolazioni ai propri cittadini, associati e dipendenti. Si tratta di uno strumento concreto per affermare il diritto alle Vacanze per tutti, diritto sancito anche dalla nostra Costituzione. I Buoni Vacanze Italia sono un titolo di pagamento immediatamente spendibile e realizzabile in vari tagli. I Bvi sono spendibili presso le aziende turistiche o di servizio al turismo che hanno sottoscritto un contratto di convenzione e che quindi sono presenti nella Guida *Buoni Vacanze Italia* (online: <http://buonivacanze.it>). I Buoni Vacanze Italia possono circolare solo in Italia, sono utilizzabili solo fuori dal Comune di residenza, la scadenza è riportata su ogni buono. Bvi garantisce al possessore la possibilità di scegliersi la vacanza utilizzando centinaia di strutture alberghiere, extralberghiere, di ristorazione, di turismo familiare e all'aria aperta, di servizi al turismo (comprese agenzie e *tour operator*) alle migliori condizioni economiche con uno sconto variabile, a seconda delle stagionalità.

I "buoni vacanze" sono emessi dalla associazione Buoni Vacanze Italia a fronte del contributo statale ai sensi dell'art. 10 della legge 29 marzo 2001 n. 135, dell'art. 2 comma 193, lettera b) della legge 24 dicembre 2007 n. 244 ed infine del Dpcm 21 ottobre 2008. L'agevolazione statale avviene attraverso l'applicazione di un contributo percentuale (dal 20 al 45%, secondo le fasce di reddito) sull'importo dei buoni richiesti fino ad un massimo legato al numero dei componenti la famiglia. Ad esempio una famiglia di 4 persone con reddito inferiore ai 25.000 euro, può richiedere un libretto di buoni (del valore singolo di 20 o 5 euro) per un valore totale fino a 1230 euro, pagandoli solo 676,50 (55%). In tal modo li può spendere singolarmente anche in diversi periodi presso le diverse strutture convenzionate che a loro volta applicano un ulteriore sconto su prezzi normalmente praticati nel periodo.

Hanno diritto ad ottenere il contributo statale i cittadini italiani maggiorenni, regolarmente residenti in Italia, come nucleo familiare composto da una o più persone, in base alla

seguinte tabella di reddito. Come chiaramente indicato al punto n. 3 del modulo di richiesta Buoni Vacanze, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale, il cittadino dichiara sotto la sua personale responsabilità “che il proprio nucleo familiare si trova nella condizione socio-economica (riferimento ultima dichiarazione dei redditi) prevista dalla tabella di cui all’art. 4 del Dpcm 21/10/2008”; pertanto è da ritenersi imprescindibile la coincidenza della composizione del nucleo familiare con la data dell’ultima dichiarazione dei redditi regolarmente presentata.

Numero componenti nucleo familiare (1)	Redditi lordi del nucleo familiare (2)	Importo massimo del valore dei buoni ai fini del calcolo del contributo (3)	Percentuale di contributo statale e corrispondente importo della riduzione applicata (4) (5)	Importo a carico del richiedente da versare in banca (6)
1	da 0 a 10.000 €	€ 500,00	45 % € 225,00	€ 275,00
1	da 10.000 a 15.000 €	€ 500,00	30 % € 150,00	€ 350,00
1	da 15.000 a 20.000 €	€ 500,00	20 % € 100,00	€ 400,00
2	da 0 a 15.000 €	€ 785,00	45 % € 353,25	€ 431,75
2	da 15.000 a 20.000 €	€ 785,00	30 % € 235,50	€ 549,50
2	da 20.000 a 25.000 €	€ 785,00	20 % € 157,00	€ 628,00
3	da 0 a 20.000 €	€ 1.020,00	45 % € 459,00	€ 561,00
3	da 20.000 a 25.000 €	€ 1.020,00	30 % € 306,00	€ 714,00
3	da 25.000 a 30.000 €	€ 1.020,00	20 % € 204,00	€ 816,00
4 e oltre	da 0 a 25.000 €	€ 1.230,00	45 % € 553,50	€ 676,50
4 e oltre	da 25.000 a 30.000 €	€ 1.230,00	30 % € 369,00	€ 861,00
4 e oltre	da 30.000 a 35.000 €	€ 1.230,00	20 % € 246,00	€ 984,00

**Tabella 3** - Tabella delle percentuali di contributi statali alle famiglie

L’agevolazione si applica in percentuale (colonna 4) sul valore dei Buoni Vacanze richiedibili fino all’importo massimo, indicato nella colonna 3 per fascia di reddito. Richiedendo tale importo massimo si ottiene, in pratica una riduzione che porta a versare in Banca l’importo indicato in colonna 6. Si possono richiedere importi superiori a quello massimo, ma il contributo rimane fissato nell’importo indicato in colonna 5. Si possono anche richiedere importi inferiori a quelli massimi, ma verrà naturalmente ricalcolato il contributo/sconto secondo la percentuale in colonna 4. Comunque il modulo di prenotazione sul sito permette l’esatto calcolo degli importi, evitando errori. Il contributo può essere erogato una sola volta per nucleo familiare per l’anno 2010. Si precisa che al momento non può essere effettuata più di una richiesta a nucleo familiare anche se la prima richiesta non ha esaurito il plafond di cui alla colonna 3.

Il “reddito lordo del nucleo familiare” va inteso come la somma dei redditi complessivi lordi Irpef dichiarati per l’anno 2008 da tutti i componenti familiari (ad es. quelli indicati alla riga Rn1 del Modello Unico 2009), o dei redditi risultanti dai Cud in caso di mancata dichiara-

zione Irpef. Si sottolinea che il reddito da considerare è quello del 2008, dichiarato nel 2009. Per “nucleo familiare” si intendono i soggetti componenti la famiglia anagrafica (certificato di stato di famiglia) alla data dell’ultima dichiarazione dei redditi. I Buoni vengono assegnati fino ad esaurimento dei fondi disponibili, sulla base del criterio di priorità cronologica di inoltro della richiesta stessa, contestuale al versamento dell’importo residuo a carico del richiedente, presso la banca.

## **2. Gli Ostelli della Gioventù**

Uno degli strumenti fondamentali per lo sviluppo del turismo sociale, ed in particolare di quello giovanile, in tutto il mondo è rappresentato dalla rete degli ostelli della gioventù. L’unico socio italiano dell’organizzazione internazionale Iyhf è l’Aig (<http://www.aighostels.com>). L’Aig–Associazione Italiana Alberghi per la Gioventù, nata nel 1945 è ente morale dal 1948, ente assistenziale dal 1959 e ente di promozione sociale dal 2000. Ha carattere nazionale ed è senza fine di lucro, dei suoi organi centrali fanno parte di diritto rappresentanti del Ministero dell’Istruzione, dell’Università e della Ricerca e del Ministero in cui è incardinato il Dipartimento del Turismo. Iyhf, conosciuta anche come *Hosteling International*, è membro con status consultivo dell’Unesco e raggruppa 59 associazioni nazionali e altre 31 organizzazioni accreditate, ciascuna delle quali competente per il funzionamento degli ostelli della sua area, pertanto organizza una rete di 5.000 ostelli nel mondo con circa 35 milioni di pernottamenti annui. Peraltro Aig è anche membro effettivo di *Federalberghi*. Aig è presente in tutta Italia e gestisce oltre 100 ostelli e conta circa 50.000 soci annui. Aig, essendo senza fine di lucro, pratica tariffe estremamente vantaggiose ma ha la necessità di operare al di fuori di una normale concorrenza di mercato, ottenendo strutture in comodato od in concessione da enti pubblici e da benefattori.

Non è infatti pensabile che possano essere ristrutturati e gestiti ostelli della gioventù con le stesse logiche con cui si affittano locali ad uso ufficio di proprietà pubblica. Eppure quello che sta succedendo è proprio questo, per cui mentre da un lato si manifesta una diffusa preoccupazione per il rallentamento del sistema turistico italiano ed in particolare per la mancanza di attrattiva dell’Italia per chi ha un budget di spesa turistica ridotto, d’altro lato gli ostelli della gioventù non vengono più incentivati.

## **3. Le case di accoglienza religiosa e le case per ferie**

Le case di accoglienza religiosa e le case per ferie sono un fenomeno rilevante nell’ambito del turismo sociale, molto più di quanto comunemente si creda. Si tratta di un fenomeno censito solo parzialmente e organizzato solo in minima parte ai fini della ricettività turistica, anche visto che l’obiettivo centrale della loro esistenza non è turistico.

Hospites ([www.hospites.it](http://www.hospites.it)), il sito gestito e voluto dal Cnec (Centro Nazionale Economi di Comunità) e dal Ctg (Centro Turistico Giovanile), ha iniziato un’opera di raccolta sistematica di dati per creare un vero e proprio portale dell’accoglienza religiosa in Italia. Direttamente dal portale si vogliono indirizzare queste strutture verso una accoglienza ancor maggiore e

---

con migliori servizi, senza snaturarne il senso più profondo di strutture di accoglienze e non di turismo.

Le case per ferie sono strutture ricettive, attrezzate, per il soggiorno temporaneo di persone o gruppi e gestite, al di fuori dei normali canali commerciali, da enti pubblici, associazioni o enti religiosi, operanti senza fini di lucro, per il conseguimento di una finalità sociale, culturale, assistenziale, religiosa o altro.

Questa è la definizione burocratica proposta nel convegno “Case per ferie: segno e luogo di speranza” del 2007, ma in realtà le case per ferie sono molto altro, sono strutture ricettive che non pongono il guadagno come loro scopo primario ma hanno principi ispiratori legati agli ideali comuni e all’obiettivo di diffondere il “carisma dell’ospitalità cristiana”. Le case per ferie sono riservate ai soci delle strutture a cui sono affiliate, pertanto sono fuori o al lato del movimento turistico ma hanno l’obiettivo, in particolare tramite l’opera del Ctg, di diventare un’importante parte del mondo del turismo sociale italiano. Le case per ferie si vogliono distinguere anche per la stretta connessione tra i servizi ricettivi e i servizi di animazione che devono essere offerti e far parte della “differenza” tra le case per ferie e il resto delle strutture ricettive. Attualmente sono prevalentemente gestite direttamente dalle congregazioni di religiosi, ma stanno aumentando quelle gestite, per conto delle congregazioni, da cooperative di giovani o anche quelle che vengono rilevate da cooperative o da famiglie (che pagano un affitto alle congregazioni, alle diocesi, alle parrocchie, agli istituti proprietari). La commercializzazione comporta molti problemi, dalla classificazione alla continuità di gestione e omogeneità del servizio, alla promozione. A tal proposito il Ctg (<http://www.ctg.it/Objects/Home1.as>) pubblica annualmente anche un catalogo di strutture particolarmente interessanti per famiglie e anziani.

Il portale vuole dare risalto alle 2867 case di ospitalità religiosa, alloggi di proprietà di associazioni di turismo sociale religiose e diocesi, talora gestite da organizzazioni non profit laiche e che coinvolgono nella loro offerta moltissime cooperative. Tale iniziativa parte dal censimento di queste residenze per metterle in rete, promuoverle, talvolta anche intervenendo ove stanno chiudendo, riconoscendo il loro valore nella loro offerta di servizi non solo per il prezzo accessibile ma anche a quelle categorie che presentano particolari esigenze (anziani, disabili, etc.) offrendo loro una vacanza in cui non “si sentano un peso” quanto invece coinvolti in un’atmosfera generale di socialità.

#### **4. Il turismo responsabile ed il commercio equo e solidale**

Analizzando nello specifico la situazione negli ultimi anni, si può dire che grazie alla spinta propulsiva generata dall’incessante attività di collaborazione e cooperazione fra associazioni private, organizzazioni non governative ed altre realtà legate al volontariato e al terzo settore si sta progressivamente sviluppando una forma di turismo alternativa: il turismo etico. Infatti a partire dagli anni ’60 e ’70, è progressivamente cresciuta una sorta di rifiuto nei confronti

del turismo massificato e delle finalità meramente economiche che lo contraddistinguono e lo alimentano.

Avvalendosi del termine “sostenibile” si intende qualificare un turismo che comprende le seguenti caratteristiche: ristretto numero di turisti-viaggiatori, ruolo rilevante di gestione e decisione riconosciuto agli autoctoni, preferenze per i luoghi situati lontano dai sentieri battuti, predilezione per l’immersione in un ambiente naturale-culturale, volontà di adattarsi alle condizioni locali, desiderio di conoscere meglio la cultura dell’altro, desiderio di incontrare.

Ma cosa si intende effettivamente per turismo responsabile?

Si può partire dalle riflessioni contenute nella *Carta d’identità per viaggi sostenibili* redatta nel 1997 dall’Associazione Italia Turismo Responsabile.

Dato che il turismo, alle soglie del 2000:

- è la principale attività economica del globo;
- sposta oltre 5 miliardi di persone ogni anno (tra cui quasi 600 milioni verso l’estero);
- occupa milioni di lavoratori (1 ogni 15 occupati in tutto il mondo);
- è destinato a crescere esponenzialmente nei prossimi decenni, favorito dallo sviluppo dei trasporti e comunicazioni;

ma considerato anche che il turismo, nelle sue applicazioni di massa e di lusso, ha spesso avuto effetti molto negativi su ambienti, culture, società, economie nei paesi di destinazione, specie nel sud del mondo, è fondamentale che per il suo sviluppo siano stabiliti limiti precisi e condizioni di attuazione appropriate.

È necessario quindi:

- sviluppare una maggior attenzione all’interazione tra turisti, industria turistica e comunità ospitanti, per favorire un vero rispetto delle diversità culturali, ed una disponibilità di adattamento ad abitudini e modi diversi dai propri;
- che gli utenti diventino coscienti del proprio ruolo di consumatori del prodotto-viaggio, da cui dipendono la qualità dell’offerta e il destino di milioni di altri individui nei luoghi di destinazione;
- ridurre al minimo i danni dell’impatto socioculturale ed ambientale prodotto dai flussi turistici;
- rispettare ed incoraggiare il diritto delle comunità locali a decidere sul turismo nel proprio territorio, e con queste stabilire rapporti continuativi di cooperazione solidale.

Prima della partenza l’utente (viaggiatore individuale o di gruppo):

- 1) si interroga sulle reali aspettative e motivazioni del suo viaggio: ad es. riposo e svago, nel rispetto dell’ambiente e dell’altro; e conoscenza, intesa come cultura e incontro, per soddisfare le sue esigenze di approfondimento e di autenticità.
- 2) Chiede di essere informato in modo corretto, da organizzatori e media, oltre che sugli aspetti tecnico-logistici del viaggio, anche sul contesto socioculturale da visitare, e di sua iniziativa si procura informazioni (attraverso testi, guide, internet, materiale audiovisivo).

- 
- 3) È interessato a creare in prima persona o tramite gli organizzatori contatti precedenti il viaggio con le realtà locali che potrebbero ospitarlo, e con esponenti che potrebbe incontrare della società civile del luogo di destinazione.
  - 4) È interessato e disponibile a incontri preparatori con i suoi prossimi compagni di viaggio e/o l'accompagnatore.
  - 5) Chiede agli organizzatori garanzie sulla qualità del viaggio dal punto di vista etico, cioè sulle sue caratteristiche ambientali economiche e sociali.
  - 6) Chiede la trasparenza del prezzo, per sapere quale percentuale del prezzo finale rimane alle comunità ospitanti.
  - 7) Privilegia viaggi in cui la massima possibilità di scelta su tempi e contenuti sia garantita.

L'organizzatore (*tour operator*, agenzia, associazione culturale del paese di partenza)

- 1) fornisce informazioni sul viaggio tramite:
  - cataloghi realistici, in cui il paese da visitare non sia presentato in modo fuorviante, falso, tendenzioso o ambiguo (riferimento ad es. al turismo sessuale) o strumentale (ad es. svendita di tradizioni culturali locali);
  - schede che comprendano una descrizione geografico-ambientale; informazioni socio-economiche, politiche e d'attualità; segnalazioni di progetti esistenti di cooperazione sociale e ambientale; le norme di comportamento consigliate;
  - una bibliografia scelta sulla destinazione in oggetto.
- 2) È disponibile ad organizzare incontri preparatori per i partecipanti ai viaggi durante i quali, oltre a conoscersi:
  - si concordino ove possibile itinerari e tempi;
  - si chiariscano i dubbi degli utenti, siano essi singoli o in gruppo;
  - si rendano possibili contatti diretti con le comunità dei luoghi di destinazione.

- 3) Si impegna dal punto di vista etico sul piano:

*Ambientale*

- privilegiando alloggi, ristoranti, strutture, trasporti compatibili con l'ambiente (per presenza di depuratori, corretto smaltimento dei rifiuti, risparmio energetico).

*Sociale*

- chiedendo alle autorità statali di luoghi di destinazione di garantire uno sviluppo turistico compatibile;
- privilegiando servizi di accoglienza (trasporti, alloggi, ristorazione) in linea con la cultura del luogo (ad es. non pretendere cibi estranei alla cultura locale);
- scegliendo partner locali che rispettino le norme sindacali minime stabilite dall'Ilo paese per paese (che tengano conto di orari ragionevoli, del no al lavoro minorile, di paghe eque secondo il salario minimo locale);
- formando piccoli gruppi di partecipanti che entrino più facilmente in contatto con le realtà

locali (è importante specie se queste sono fragili) ed evitando l'esposizione reiterata e continuativa di singole comunità ad un impatto turistico di massa unilateralmente deciso;

- organizzando itinerari con tempi che non obblighino alla fretta, e in cui le mete selezionate siano in numero limitato;
- attivando un accompagnatore opportunamente formato che funga anche da facilitatore interculturale;
- evitando l'eccesso di organizzazione, che impedisce al visitatore di rendersi conto della realtà locale;
- non favorendo nel turismo la mercificazione sessuale, e scoraggiando con tutti i mezzi prostituzione e pornografia infantili;
- organizzando la partecipazione dei turisti a manifestazioni, feste e spettacoli tradizionali nel rispetto dell'autenticità e del consenso.

#### *Economico*

- privilegiando servizi di accoglienza (trasporti, alloggi, ristorazione) a carattere familiare o su piccola scala;
- scegliendo servizi locali (trasporti, alloggi, ristorazione) dove minore sia il divario di possibile fruibilità tra il viaggiatore e la gente del posto;
- verificando che parte (certificabile) dei soldi spesi dai turisti si ridistribuisca in loco in modo equo (dall'alloggio all'acquisto di artigianato autenticamente del posto), e fornendo in allegato una scheda col prezzo trasparente; e, nel caso di multinazionali, verificando che ci sia una effettiva, consistente ricaduta positiva sull'economia locale.

Per comunità locali ospitanti si intende:

- a) settori dell'industria turistica
- b) autorità / istituzioni turistiche e governi locali
- c) gruppi di cittadini che vivono in aree interessate dal turismo (ma non direttamente coinvolti nel business turistico).

Vogliono controllare lo sviluppo del turismo nella loro zona e quindi:

- 1) si esprimono in merito al flusso di turismo, offrendo o meno disponibilità all'incontro.
- 2) se disponibili, alla domanda turistica rispondono con adeguate proposte di accoglienza.
- 3) tengono conto dei diversi aspetti dell'impatto del turismo:

#### *ambientale e paesaggistico*

- affinché strade, edilizia, riassetto del territorio siano attuate con valutazioni di impatto ambientale;

#### *sociale*

- affinché la cultura locale - architettura, arte, lingua, costumi, gastronomia - resti indipendente e viva;

#### *economico*

- affinché la proprietà locale non venga ceduta a stranieri, o confiscata dai governi locali per scopi analoghi;

- 
- affinché lo sviluppo non sia unilaterale ed eccessivamente dipendente dal turismo stesso;
  - affinché il denaro che entra con questo si ridistribuisca anche in altri settori dinamizzando le interazioni nel tessuto sociale di destinazione;
  - affinché il prezzo pagato risulti equo per tutti (turisti, operatori, e comunità ospitanti).
- 4) Attivano e formano guide locali e facilitatori, che indichino quali comportamenti siano localmente accettabili o meno, e mettano in contatto i visitatori con la genie, le opportunità, le autentiche attrattive del luogo.

Durante il viaggio l'utente (viaggiatore individuale o di gruppo):

- 1) considera positivo condividere i vari aspetti della vita quotidiana locale e non chiede privilegi o pratiche che possano causare impatto negativo;
- 2) non ostenta ricchezza e lusso stridenti rispetto al tenore di vita locale;
- 3) per foto e video si assicura il consenso della persona ripresa;
- 4) non assume comportamenti offensivi per usi e costumi locali;
- 5) cerca prodotti e manifestazioni che sono espressione della cultura locale (ad es. artigianato, gastronomia, arte, ecc.) salvaguardandone le identità;
- 6) rispetta l'ambiente e il patrimonio storico-monumentale;

L'organizzatore (*tour operator*, agenzia, associazione culturale del paese di partenza):

- 1) distribuisce un questionario di valutazione dell'esperienza;
- 2) prevede, per una migliore mediazione culturale, la presenza di una guida locale.

Dopo il viaggio l'utente (viaggiatore individuale o di gruppo):

- 1) verifica se è riuscito a stabilire una relazione soddisfacente con la gente e il paese visitato;
- 2) valuta come far seguito ai rapporti stabiliti;
- 3) se ha viaggiato in gruppo, risponde al questionario di valutazione dell'esperienza proposto dall'organizzatore e, se lo desidera, partecipa agli incontri con il gruppo con cui ha viaggiato.

L'organizzatore (*tour operator*, agenzia, associazione culturale del paese di partenza):

- 1) verifica i risultati organizzando se possibile un incontro apposito tra i partecipanti;
- 2) produce materiale informativo che raccolga le esperienze e le comunichi: relazioni scritte, fotografie, film, ecc.

Le comunità locali ospitanti e responsabili nelle regioni turistiche:

- 1) verificano i risultati del viaggio che hanno ricevuto: il suo impatto, gli incontri avuti, il suo ritorno economico.

Il contenuto del documento *Turismo Responsabile: Carta d'Identità per Viaggi Sostenibili* è

stato il frutto di un lavoro di condivisione nell'ambito del Terzo Settore che, a partire dal 1994, ha portato alla nascita di un Forum Nazionale sul Turismo Responsabile, alla firma della Carta stessa ed alla costituzione dell'Associazione Nazionale Turismo Responsabile per la diffusione e la realizzazione dei principi contenuti nella Carta.

Per quanto riguarda invece il rapporto tra viaggio e commercio ha un'origine antica, così come ancora più antica è la necessità dell'uomo di spostarsi. L'affermarsi del sistema economico e produttivo di stampo capitalista ha trasformato entrambe le dimensioni sbilanciandole sul versante del consumo. Pertanto è interessante evidenziare quali obiettivi queste due dimensioni hanno in comune e quali problematiche.

In termini di finalità si possono così sintetizzare:

- modificare quello che viene ritenuto un impatto socioeconomico negativo dell'Occidente in relazione al turismo e al commercio;
- stimolare comportamenti meno consumistici e più consapevoli dell'impatto provocato sulle comunità locali;
- riservare una maggiore attenzione alle realtà locali tramite una sensibilizzazione dei consumatori;
- dirigere una maggiore percentuale del flusso economico generato verso i locali;
- riequilibrare il rapporto tra Nord e Sud del mondo;
- stimolare una forma nuova di partecipazione attraverso il consumo.

Per quanto riguarda invece le principali problematiche, si può sottolineare:

- la limitata diffusione nei mercati di riferimento e la scarsità di risorse che limitano le possibilità di crescita delle organizzazioni;
- la necessità di crescere stabilendo alleanze con operatori commerciali tradizionali;
- il rapporto mediato con l'altro;
- l'impossibilità di liberarsi da vincoli della sovrastruttura economica;
- la mancanza di un criterio di garanzia ufficiale che ne certifichi l'effettiva alterità rispetto ad altre pratiche turistiche e commerciali.



---

## CAPITOLO VII

### Il turismo sociale in Toscana

#### 1. Il turismo sostenibile in Toscana

La Regione Toscana, così come molte Regioni del nostro paese, riservano al turismo un'importanza centrale nell'obiettivo di garantire uno sviluppo sostenibile dell'economia ed una sempre maggiore qualità del lavoro, considerando i tantissimi addetti, lavoratori e professionisti, che concorrono all'affermazione dell'offerta turistica italiana.

Raggiungere un equilibrio fra lo sviluppo delle attività economiche delle destinazioni turistiche, la tutela delle caratteristiche ambientali, culturali e sociali del territorio, e il miglioramento della qualità dell'esperienza sia dei turisti, che dei lavoratori del turismo e delle popolazioni locali. È questa la forma "sostenibile" di turismo a cui punta la Toscana per diventare sempre di più una meta europea di eccellenza. Ciò implica un ripensamento della propria offerta in base a principi, in sintonia con l'*Agenda europea per un turismo sostenibile e competitivo* dell'ottobre 2007, che consentano di mantenere vive nel tempo le attrattive che sono il principale motore del turismo e di aumentare il valore dei prodotti e servizi turistici. Perché ormai è indubbio: la concorrenzialità delle destinazioni dipende sempre più dalla sostenibilità che costituisce la salvaguardia del prodotto turistico. Sostenibilità e sviluppo economico non sono dunque obiettivi antagonisti, ma due obiettivi da raggiungere insieme.

La Regione Toscana con il sostegno della Ue è stata nel 2007 promotrice della *Magna carta del turismo responsabile*. Regioni, municipalità, rappresentanti di organismi internazionali, ma anche associazioni operanti nei settori dei beni culturali e del turismo e associazioni imprenditoriali sono questi i soggetti che hanno aderito alla Rete. Fra le regioni firmatarie, oltre alla Toscana, la Puglia, la Catalogna, Provenza-Alpi-Costa Azzurra e altre istituzioni di Regno Unito, Svizzera, Austria, Svezia, Germania, Grecia, Ungheria, Slovacchia, Paesi del Baltico. La Carta del turismo responsabile darà applicazione concreta alla recente Comunicazione della Commissione Europea e alle indicazioni del recente Forum Europeo tenuto in Algarve (Portogallo) e sarà il punto di riferimento delle regioni che operano per uno sviluppo turistico sostenibile.

Ecco in breve i punti salienti:

- strategia integrata che affronti le questioni nel complesso,
- programmazione a lungo termine, tenendo conto delle generazioni future,
- ritmo di sviluppo appropriato a seconda dei luoghi e delle loro caratteristiche,
- coinvolgimento di tutti i soggetti interessati,
- utilizzo delle migliori conoscenze,
- adozione del principio di precauzione e quello del "chi inquina paga" come principi guida,
- eventuale limitazione dei flussi laddove necessario,
- monitoraggio continuo.

Per tradurre in pratica questi principi è strategico agire su due direttrici principali: conso-

---

lidare una rete continua di relazioni tra le principali regioni turistiche europee e strutturare un modello che garantisca il confronto e l'apporto permanente di tutte le componenti interessate tra regioni, autonomie locali, stati membri, commissione Ue, ma anche imprese, forze sociali, consumatori, promuovendo dunque una specifica Rete europea.

I punti focali riassunti nella Magna carta del turismo sostenibile sono: 1) impatto dei trasporti; 2) qualità della vita dei turisti e dei residenti; 3) la qualità del lavoro degli operatori; 4) ampliamento della domanda/offerta anche in periodi "fuori stagione" 5) tutela attiva del patrimonio culturale 6) tutela attiva del patrimonio ambientale; 7) tutela attiva dell'identità dei luoghi; 8) utilizzo ottimale delle risorse, in particolare l'acqua; 9) utilizzo ottimale dell'energia; 10) diminuzione e gestione dei rifiuti.

La Magna carta del turismo sostenibile prevede la misurazione ed il monitoraggio dei risultati raggiunti in relazione a questi 10 punti, impegna le regioni aderenti a programmi di attività comuni, all'interscambio di informazioni e buone pratiche e a promuovere insieme le strategie a lungo termine in linea con la politica di sviluppo sostenibile dell'Unione Europea che ogni regione da sola non potrebbe sostenere. Infine gli impegni a promuovere e supportare la ricerca, la cooperazione e azioni di sostegno per il turismo sostenibile nelle realtà in via di sviluppo.

La rete europea *Necstour*, progetto di cui la Toscana è la regione promotrice insieme alla spagnola Catalogna e alla regione francese Paca, è uno strumento per la condivisione di un percorso attuativo tra un gruppo di regioni, autonomie locali, stati membri e Commissione europea, ma anche con l'universo delle imprese, delle forze sociali e dei consumatori. *Necstour* si propone come un laboratorio permanente di dibattito, una piattaforma di condivisione di buone pratiche, scambio di esperienze, sperimentazione di modelli condivisi di misurazione dei fenomeni e di dialogo sociale. Minimo comune denominatore la volontà di confrontarsi da un lato sull'analisi e sullo scambio delle buone pratiche, e dall'altro sull'applicazione degli obiettivi di sostenibilità di Agenda 21 nelle regioni e nelle realtà turistiche, aggiornandosi sulle tendenze del dibattito internazionale e sulle posizioni delle grandi istituzioni, come l'Onu.

Dieci i punti focali di attenzione: dalla qualità della vita e del lavoro, all'impatto dei trasporti, alle strategie di destagionalizzazione, dalla tutela attiva del patrimonio culturale e ambientale e dell'identità delle destinazioni alla diminuzione e ottimizzazione delle risorse naturali, in primis dell'acqua, oltre che dei consumi di energia e della gestione dei rifiuti. Le località turistiche saranno valutate sulla base di cinque indicatori: responsabilità sociale e ambientale, qualità della vita delle popolazioni residenti, tutela del patrimonio culturale e ambientale, destagionalizzazione dei flussi turistici e trasporto e mobilità.

Alla rete hanno aderito 15 regioni e 21 organismi di sostegno, fra cui istituzioni internazionali, università e istituti di ricerca, associazioni di categoria e sindacati (vedi: <http://www.necstour.eu>).

E al settore del turismo sostenibile vengono destinati per la prima volta dall'Ue dei fondi per la ricerca. Grazie al progetto *Ernest*, un network di regioni europee, due milioni di euro saranno destinati a 12 realtà, che grazie a questo progetto potranno coordinarsi, mettere a disposizione le proprie conoscenze e risorse, e in sostanza affrontare insieme la sfida della

sostenibilità. Il progetto *Ernest*, di cui la Toscana è capofila, durerà quattro anni. L'obiettivo della prima fase del progetto è quello di acquisire elementi conoscitivi sulle politiche di sostenibilità turistica in atto nelle diverse realtà e sulle potenzialità di sviluppo del settore, e quindi concretizzare a livello europeo uno scambio di esperienze e buone pratiche.

Nella seconda fase invece, è prevista la realizzazione di azioni congiunte, e la pubblicazione di una joint call, cioè di un bando europeo per dare un ulteriore impulso alla ricerca nel settore del turismo sostenibile e competitivo. È quindi complesso ed ambizioso il percorso che la Regione Toscana ha iniziato per approfondire le tematiche della sostenibilità, nella consapevolezza della loro importanza per una visione futura di lungo termine. Studiare quanto il turismo in Toscana sia, oggi, effettivamente sostenibile, e quale sia l'appeal di località e territori rispetto ad un turista attento alle tematiche ambientali, per poter intervenire in maniera mirata ed arrivare al 2015 con flussi turistici più sostenibili, cioè più attenti al territorio e meglio distribuiti sia nel territorio che nel corso dell'anno.

Un'altra interessante iniziativa è rappresentata dal progetto *Cecily, Community Empowerment for soCial Inclusion and Local employMent* che ha preso l'avvio il primo gennaio 2009 e si inserisce all'interno del programma comunitario *Progress*. Approvato dalla Comunità europea, il progetto avrà la durata di un anno, con un budget complessivo di quasi 180 mila euro. La Regione Toscana, capofila del progetto, avrà al suo fianco partner italiani ed europei come la società *Esprit*, la Municipalità di *Nesebar* in Bulgaria, l'Agenzia per l'assistenza sociale bulgara e la Municipalità di *Banska Bystrica* nella Repubblica Slovacca. Obiettivo del progetto è la promozione dell'occupazione locale attraverso il turismo sociale in particolare, stimolando la creazione di nuove imprese sociali che valorizzino le potenzialità economiche specifiche delle diverse realtà locali. Saranno sviluppate azioni promosse da partenariati composti da soggetti pubblici e privati no profit per il raggiungimento di obiettivi comuni.

Sull'argomento è utile segnalare anche l'*Osservatorio per il Turismo Sostenibile* dell'Università di Siena (<http://www.econ-pol.unisi.it/opts/index.htm>), che si propone come: strumento di monitoraggio e studio dei fenomeni turistici nelle loro articolazioni qualitative; luogo virtuale di discussione ed elaborazione sul tema della sostenibilità del turismo; struttura flessibile, che utilizza un approccio interdisciplinare e professionalità diverse, ed è aperta ai contributi di quanti operano o sono interessati allo sviluppo del territorio.

Alcuni dei progetti più rilevanti promossi dall'Osservatorio sono quello realizzato insieme alla cooperativa *Persus* e alla società *Twis*, per sviluppare la consulenza nell'analisi della domanda e dell'offerta turistica del territorio *Paraíso*, in Colombia. La ricerca è stata finanziata dalla *Fundación Carvajal* con fondi del *Banco Interamericano de Desarrollo (Bid)*. I risultati del progetto riguarderanno l'analisi di domanda e offerta turistica, l'identificazione delle necessità formative e di sviluppo, la definizione di indici di qualità e sostenibilità, e le linee guida per un piano di sviluppo turistico dell'area di breve e medio periodo.

Nel 2004 sono stati siglati quattro accordi di collaborazione fra le regioni italiane Umbria, Toscana, Marche ed Emilia Romagna, e la Repubblica Federale del Brasile, con l'obiettivo di realizzare un programma quadro triennale di cooperazione e collaborazione istituzionale. Il

---

lungo percorso di coazione, iniziato nel 2002, si è concluso con la firma degli accordi ufficiali fra i Presidenti Prodi e Lula in Brasile. È stato posto l'accento soprattutto sulle attività di cooperazione decentrata, a livello statale e municipale in Brasile e regionale e di enti locali in Italia, quale importante strumento di azione congiunta.

## 2. Le ippovie toscane

La Regione Toscana nell'ambito del programma interregionale sul turismo equestre ha sviluppato il progetto "Ippovie Toscane" con la volontà di promuovere una viabilità lenta, puntare sulle infrastrutture leggere, sulle *greenways*. L'ippovia è un itinerario percorribile a cavallo, ma anche a piedi o in *mountain bike*, che attraversa parchi, borghi, valli e colline, abbinando una mobilità sostenibile alla riscoperta del territorio, con l'intento non solo di valorizzare l'ambiente, ma anche migliorare e promuovere l'offerta turistica sostenibile.

Per ora sono stati realizzati cinque anelli attrezzati, certificati e percorribili ed altri sono in corso di realizzazione per circa 5.000 chilometri di percorsi percorribili. La loro presentazione è stata al centro dell'Open Forum "Ippovie Toscane" organizzato dalla Regione Toscana in collaborazione con l'Apt di Firenze con l'obiettivo di individuare le strategie di sviluppo dei territori rurali attraverso il turismo equestre, la formazione della rete delle imprese e dei servizi, i pacchetti turistici, l'animazione nelle ippovie, l'interazione con la Via Francigena e con i percorsi del progetto "A cavallo nei parchi".

Questo tipo di turismo in Toscana è in forte espansione e offre sempre più possibilità a coloro che dedicano la maggior parte del loro tempo libero al cavallo ed alle attività che si possono fare insieme a questo meraviglioso animale. Un turismo che dà l'opportunità di visitare luoghi non facilmente conoscibili e di essere praticato anche da semplici appassionati senza alcun impatto di tipo ambientale ed ecologico. La prima rete certificata di ippovie toscane è stata istituita individuando e certificando 5 anelli sulla base del disciplinare della Fitetrec per la certificazione dei tracciati in accordo con l'Apt di Chianciano Terme.

I cinque percorsi sono: "A Cavallo nel Medioevo" tra il Casentino e Arezzo, l'anello dell'Amiata, quello della costa livornese, quello delle "Terre di Siena", e della montagna pisoiense. Tutti i percorsi sono collegati o collegabili e si intersecano con le due direttrici: la Via Francigena, che attraversa in diagonale l'interno della Regione e si collega alle altre vie storiche (la Via dei Cavalleggeri, la Via Clodia, le Vie Romee), e l'"Ippovia del Mediterraneo" che percorre la Toscana lungo la costa, costruendo una rete e una mappa ufficiale con tanto di punti di sosta, ricettività per accoglienza cavalli e cavalieri e quant'altro sia utile a questo tipo di turismo. Gli itinerari delle ippovie toscane sono unici e ciascuno a suo modo suggestivo come quello della costa livornese, della Via dei Cavalleggeri, questa ippovia collega tutte le torri di avvistamento costiere delle province di Pisa, Livorno e Grosseto e partendo dalla Maremma attraversa i Parchi Regionali di Maremma, di San Rossore e delle Alpi Apuane, ricongiungendosi sulla Via Francigena in Lunigiana. L'Ippovia delle Foreste Sacre nel Casentino uno dei luoghi più incantevoli da visitare per la sua natura incontaminata e meta fuori dal turismo di massa. L'ippovia tocca castelli, abbazie, e monasteri, tra questi la Pieve di Romena, i castelli

di Porciano, Montemignaio e San Niccolò, l'abbazia di Vallombrosa e l'Eremo di Camaldoli. Altrettanto affascinante l'Ippovia dell'Amiata, un percorso tra secolari castagni e antichi sapori di montagna, tra massi trachitici e faggi ricoperti da cappotti di muschio.

Da non perdere neppure l'Ippovia di San Jacopo che rappresenta un'importante direttrice Nord – Sud di collegamento con la via Francigena interessando i territori dell'Appennino pistoiese. I tracciati di questo percorso turistico a cavallo si sviluppano tutti intorno al capoluogo di provincia su strade per lo più sterrate e di uso pubblico. Tappe che consentono di visitare siti storici e vecchi borghi con panorami mozzafiato. Tra questi ricordiamo Vinci, terra natale del Genio di Leonardo, Carmignano ed i suoi vini, Comeana e la Villa medicea di Artimino. Infine il sogno della vacanza equestre non può che passare dall'Ippovia delle Terre di Siena, spostandosi in luoghi apparentemente lontani ma Siena e la Piazza del Campo con la torre del Mangia non sono mai lontani

### 3. Progetto “Nettur - Network per il turismo accessibile in Toscana”

Il progetto “Nettur” si propone di sperimentare, nei territori coinvolti, un modello finalizzato allo sviluppo del turismo, rivolto non solo alla popolazione anziana ma anche alle persone con disabilità lievi. L'obiettivo è che tale modello di sistema interessi le province della Regione Toscana e di conseguenza il marketing territoriale delle stesse, integrando tra loro un maggior numero di imprese e operatori del settore turistico (alberghi, residence, agenzie di viaggio, *tour operator*, accompagnatori, animatori ecc.) e attivandosi in sinergia con gli operatori degli altri settori coinvolti (sanitario, trasporti ecc.). Tra gli interventi previsti dal progetto, c'è stato quello dell'identificazione dei bisogni da soddisfare in relazione al target individuato. Le rilevazioni, fatte tramite questionari, sono state distribuite in tutte le province della Toscana per un totale di circa 600 questionari.

#### Risultati del questionarioNettur

Fa un viaggio annuo 35%  
Fa 2/3 viaggi annui 52%  
Fa 4 o più viaggi annui 11%

Si sceglie per:

esperienze precedenti 47%  
indicazioni amici, parenti 22%  
cataloghi specializzati 21%  
internet 3%

viaggia con amici 47%  
viaggia col coniuge 40%  
viaggia con gruppi 25%  
viaggia solo 4%

Organizza la sua vacanza:

autonomamente 34%  
associazioni 31%  
agenzie viaggi 16%  
centri anziani 9%  
tour operator 3%  
parrocchia 3%  
craal 2%  
web 0,5%

fa organizzare solo viaggio-alloggio 28%  
fa organizzare tutto 56%

Dalle risposte si evince che: gli anziani dimostrano molto interesse per i viaggi. Pochi si avvalgono di cataloghi e pochissimi di Internet; non amano viaggiare soli (solo il 4%, veramente pochi, considerando che il 43% delle donne e il 16% degli uomini è vedovo o *single*); in

---

prevalenza organizzano autonomamente i propri viaggi (un terzo circa) o partecipano a viaggi di associazioni (quasi un terzo). Si rivolgono di rado ad agenzie di viaggi o *tour operator*, che assieme non raggiungono il 20% della “fetta di mercato”. Questo fa supporre che non siano attratti dall’offerta, non trovando “pacchetti” adeguati alle loro esigenze. Infatti, dalle risposte si rileva che gli anziani gradiscano viaggi organizzati.

Anche per quanto concerne i mezzi di trasporto, le preferenze sono evidenti. Preferisce pullman 55%, aereo+bus 41%, auto 40%, treno 14%, nave 6%, camper 2%. Per quanto riguarda il periodo preferito, pur essendo rilevante il numero di anziani che amano viaggiare in luglio e agosto, questi due mesi di “calura” sono battuti nelle preferenze dai mesi di maggio, giugno e settembre. Interessante notare che, già nel mese di aprile, cresce la tendenza a viaggiare, rispetto al periodo meno ambito, che va da ottobre a marzo, interrotto fra dicembre e febbraio da un lieve aumento, forse relativo alle settimane bianche.

Per le destinazioni ovviamente il mare “conquista” la metà piena delle preferenze, quasi un terzo ama la montagna, ma oltre un terzo ha come mete solo o anche le città d’arte, cui sarebbe da aggiungere il 9% di appassionati di siti archeologici.

Come amano i parchi e i viali, così si aspettano il giardino presso l’alloggio. L’ascensore e il parcheggio sono molto gettonati e la piscina riscuote più consensi presso l’alloggio che presso lo stabilimento balneare. Amano gli spazi di svago comuni, ma non la tv in comune, gradita invece in camera. È abbastanza sentita l’esigenza di riscaldamento - condizionamento non gestito centralmente, ma regolabile nelle camere. La rapida consegna dell’alloggio è richiesto da oltre il 60%, un buon 40% gradisce la presenza di personale competente, il 50% ritiene molto importante l’assistenza medico-infermieristica. E alla domanda “cosa ritiene indispensabile per una buona accoglienza?” hanno risposto:

- registrazione già espletata e consegna camera 60%
- assistenza medico-infermieristica se necessita 51%
- personale competente per l’accompagnamento 24%
- addetto all’accoglienza 22%
- accoglienza animali 9%
- ginnastica dolce 7%
- diete particolari 5%
- accoglienza bambini 5%

Dall’intervista emerge che gli anziani ritengono che in Toscana ci siano sufficienti strutture turistiche, pertanto si tratta di adeguarle ulteriormente alle esigenze di questa fascia di utenza.

I suggerimenti proposti non devono indurre a pensare che siano necessarie “rivoluzioni” per prestare attenzioni alle necessità dei turisti con bisogni speciali contattati nel corso del progetto (ossia anziani e persone con disabilità lievi). È infatti emerso con chiarezza dal questionario che ciò che conta - e questo vale per tutti i tipi di clienti - è poter contare su personale cortese e disponibile. Certo resta importante l’esperienza e il supporto della formazione per realizzare una crescita che non sia solo economica ma anche e soprattutto umana.

#### 4. Ospitale delle Rifioienze Firenze

Il turismo sociale approda a Firenze, all'Ospitale delle Rifioienze, un punto di incontro a basso prezzo rivolto al mondo del volontariato italiano e internazionale. L'iniziativa, la prima di questo tipo in Toscana, si rivolge infatti a gruppi di giovani e ad associazioni che hanno come obiettivo un turismo sostenibile e solidale. L'Ospitale delle Rifioienze, che fa parte del complesso del Carmine, nasce da un progetto di Mani Tese Firenze in collaborazione con l'Assessorato al Terzo settore del Comune di Firenze, in partenariato con la Fondazione culturale responsabilità etica, la Caritas, la cooperativa Riciclaggio e Solidarietà e l'Educatore Fuligno.

Il prezzo per il pernottamento è l'altra novità della struttura: 20 camere con due letti a castello, per un totale di 80 posti letto, a partire da 15 euro, di cui un terzo del ricavato servirà come contributo per il progetto dell'emergenza freddo. All'interno dell'ex convento dei carmelitani si trova la sala del Tacca, uno spazio di 120 metri quadrati, destinato ad ospitare incontri, eventi, dibattiti, mostre e lezioni. Nell'atrio invece funziona la reception, un punto di ristoro equo e solidale, una biblioteca ed un *internet point*. L'Ospitale propone una gestione attenta alla riduzione e alla sobrietà dei consumi, attua la raccolta differenziata dei rifiuti, utilizza prodotti del consumo critico e del commercio equo e solidale e impiega forme di risparmio energetico.

L'Ospitale offre itinerari sociali che hanno come scopo la conoscenza della città contemporanea e solidale. Tra le iniziative ricordiamo "Le visioni di una città invisibile al Dio della Guerra" che affronta l'identità di Firenze di fronte alla guerra, alla globalizzazione, al mito delle metropoli, alla multiculturalità (da La Pira a don Milani, da Michelucci a Padre Balducci, dal Social Forum a Tiziano Terzani); i "Camminamenti Eco-solidali": attraverso le vie del centro e dei quartieri i giovani possono incontrare le esperienze di volontariato e di economia sociale fiorentina; l'itinerario "A passo d'asino sui colli fiorentini" porta alla scoperta di olivi, viti, cipressi, poderi per un'agricoltura del futuro fondata sulla biodiversità in compagnia dell'asino, simbolo di una diversa convivenza.

Infine "Prove di economie leggere" si tratta di una serie di visite e conoscenze di impianti, progetti pilota, centri che preludono ad una Toscana eco-efficiente e fondata su economie leggere. I prossimi itinerari invece sono: "Firenze sopra e sotto i ponti", un percorso per conoscere le millenarie risposte alla povertà da parte della comunità fiorentina, attraversando i suoi ponti storici e girando le sue periferie; "Le reti di mutuo aiuto", ovvero fare insieme per fare meglio: la mutualità nella storia fiorentina (dalla Misericordia alle Case del Popolo, dalle corporazioni ai gruppi di acquisto solidali). Informazioni: [www.firenzeospitale.it](http://www.firenzeospitale.it)

#### 5. Turismo sociale a Montarrenti

Il castello di Montarrenti è tornato a vivere. E diventa esempio di come un gioiello del XII secolo possa diventare laboratorio di iniziative: eventi, conferenze e seminari, campi rivolti ai giovani delle scuole, corsi sull'ambiente e sull'educazione alimentare. Nonché di soggiorni improntati al turismo sociale, collegati alle attività che si svolgono nell'antico complesso che domina la Montagnola. La Provincia di Siena, cui l'immobile appartiene, dopo il recupero delle torri ha affidato in comodato all'associazione Tutti insieme a Montarrenti la gestione del ca-

---

stello, basata sul volontariato. “Perché soci fondatori – spiega la presidente dell’associazione Serenella Pallecchi – sono Pubblica assistenza e Arci, Confcooperative e Club Alpino Italiano, più le Bollicine”.

Quanto ai disabili qui possono effettuare percorsi in completa autonomia e stretta è anche la collaborazione con le scuole. Quest’attività senza scopo di lucro vede come prossimo obiettivo la valorizzazione e la promozione delle iniziative anche attraverso il Touring. Inoltre per quest’anno è stato definito il calendario degli eventi da inserire nel cartellone del Comune di Sovicille. La vera sfida è quella di fare di Montarrenti – in collaborazione con l’unione dei Comuni della Val di Merse, una sede di rappresentanza, un luogo centrale, crocevia per il rilancio del turismo nella zona in quanto vicino a San Galgano, al Parco della Pia e a Colle stessa. Informazioni <http://www.tuttinsiemeamontarrenti.org/contatti.html>

## **6. Casa Sollievo**

La Casa Sollievo è stata realizzata dall’associazione Croce d’Oro di Ponte a Ema ed è destinata all’accoglienza residenziale e diurna dei disabili e degli anziani, è dotata del centro benessere per le medicine integrate e bionaturali per le prestazioni di shiatsu, osteopatia, agopuntura e della palestra per la riabilitazione motoria. La scelta di realizzare questo progetto è partita dal bisogno sempre maggiore di creare momenti di sollievo per le famiglie che hanno al proprio interno congiunti e disabili. Attualmente la risposta ai bisogni di queste persone e delle loro famiglie è scarsa e, quando avviene, si tratta per lo più di una forma di ricovero o pronto intervento. Per questo la struttura è stata caratterizzata come risposta in grado di uscire dagli schemi della Rsa o della Casa di Riposo e adatta invece a rientrare in quelli del *respite care* ovvero del sollievo, di una tregua da dare alle famiglie e agli ospiti.

La struttura ha anche l’ambizione di promuovere un centro di riabilitazione preventivo e di mantenimento e proporsi come centro di benessere per le medicine complementari e per le discipline bionaturali a disposizione dei residenti della zona. La struttura è situata in via Diacceto nel paese di Monticello Amiata in provincia di Grosseto è il risultato del recupero edilizio di alta qualità architettonica e di arredamento. La Casa Sollievo risponde a bisogni diversi che vanno dalla: socializzazione, accoglienza residenziale con assistenza e pensione completa, accoglienza diurna dalle ore 8 alle ore 20 con assistenza e pasti, centro benessere per le medicine complementari, palestra attrezzata per la riabilitazione motoria, attività turistica in collaborazione con la Pro Loco e l’Apt. Per accedere alle attività della Casa Sollievo ci si può rivolgere all’ufficio Servizi Sociali del Comune di Cinigiano (tel. 0564 993407).

## **7. Un’esperienza interprovinciale: il progetto Equal Pist “Promozione Impresa Sociale Toscana Sud”**

Il progetto Equal Pist “Promozione Impresa Sociale Toscana Sud” persegue il duplice obiettivo di consolidare, da un lato, il sistema imprenditoriale sociale, sia in termini di *network* che di supporto operativo permanente e, parallelamente acquisire competenze utili alla pianificazione ed erogazione di nuovi servizi; favorire, d’altro lato, la conoscenza della dimensione

e del valore dell'economia sociale. Quest'ultimo obiettivo mira a modificare la percezione del Terzo Settore nei soggetti esterni, quali le Imprese e la società ed, al contempo, mira a rilevare la percezione che i soggetti sociali hanno del proprio lavoro e della propria capacità di proporsi verso l'esterno.

Una delle azioni previste, denominata "Sperimentazioni sub-regionali di turismo sociale" si pone l'obiettivo di rendere fruibile a persone svantaggiate da disabilità fisica o psichica, luoghi ricchi di bellezza naturale e storia nelle province di Siena, Grosseto e Arezzo mediante tre specifiche sperimentazioni con lo scopo di costituire un marchio di area vasta e una rete integrata di servizi nell'ambito del turismo sociale:

- creazione di un centro di assistenza per promuovere e agevolare soggiorni turistici dei diversamente abili nella provincia di Siena
- gestione del Centro Visite "Casa Nova", all'interno della Riserva Naturale del Farma (Gr) che individua nel turismo ambientale la leva strategica di sviluppo socio- economico
- creazione e promozione di una rete aretina di turismo sociale con l'implementazione di servizi accessori alla rete e alle imprese turistiche.

### *7.1. Terre di Siena per tutti*

Attraverso il progetto Equal Pist si è voluto rendere fruibili anche a persone svantaggiate con disabilità fisica o psichica, luoghi ricchi di bellezza naturale e storia nella provincia di Siena mediante una rete integrata di servizi nell'ambito del turismo sociale. L'obiettivo è di creare un centro di assistenza per promuovere ed agevolare soggiorni turistici dei diversamente abili nella provincia di Siena con l'implementazione di servizi accessori alla rete e alle imprese turistiche.

I pacchetti turistici sono stati costruiti sul presupposto di creare una serie di proposte valide soprattutto per quelle fasce di persone che per motivi di salute o di varie inabilità si muovono con difficoltà, come ad esempio tutti coloro che a causa di monitoraggi clinici frequenti devono ridurre gli spostamenti a pochi giorni. L'altro aspetto curato dal progetto sono i percorsi da proporre ai disabili che una volta risolto il problema delle barriere architettoniche devono ancora fare i conti con aspetti di tipo pratico, come ad esempio carrozzelle adeguate per percorsi difficili o acquatici.

Grande attenzione anche per tutte le persone appartenenti a fasce economiche svantaggiate, riservando loro la possibilità di utilizzare ristoranti e alberghi di ottima qualità, ma che essendo gestiti da cooperative sociali possono stare sul mercato a cifre molto competitive. Ai fini di una efficace sperimentazione verranno, inizialmente, costruiti con l'aiuto di un professionista, tre pacchetti turistici sul territorio senese. In seguito verrà valutata, in base anche ai risultati della sperimentazione, la possibilità di aumentare il numero dei pacchetti. Per informazioni e dettagli si possono consultare i seguenti siti: [www.bookingsiena.it](http://www.bookingsiena.it) e [www.quadrivoglio.it](http://www.quadrivoglio.it).

Per la realizzazione di questi interventi quattro cooperative di tipo B che operano in provincia di Siena sono a disposizione per raccogliere le richieste e vivere una vacanza speciale: Liberamente, La Proposta, Solidarietà, Progetto Lavoro. L'iniziativa prevede, inoltre, in colla-

---

borazione con Coop Medici 2000, un servizio di consulenza telefonica con medici e pediatri, monitoraggi di terapie effettuate e terapia iniettiva, assistenza per l'accesso a dialisi, monitoraggio della terapia anticoagulante orale.

## 7.2. Turismo sociale: una rete per Arezzo

In questo caso l'obiettivo è creare e promuovere una Rete Aretina del Turismo Sociale partendo da un dato di fatto, ovvero che mettendo insieme alcune strutture di quelle Consorziato al Coob e aggiungendone altre che il consorzio può prendere in convenzione o con le quali il consorzio può fare contratti di servizio, si viene a creare una rete di primo livello sulla quale è stato poi possibile sviluppare attività e servizi funzionali sul territorio al movimento del Turismo Sociale.

La rete aperta funge da piattaforma nella quale si possono inserire anche strutture private che ritengono la proposta interessante e alle quali il Coob può fornire la propria esperienza. Si tratta di un progetto di estrema concretezza che coniuga l'esigenza di rispondere alla richiesta di strutture di turismo sociale a costi più accessibili a quella di affidarne la gestione anche a persone con svantaggio sociale, senza andare minimamente a discapito della qualità.

Il progetto riguarda sette strutture (4 ricettive, 3 punti di ristoro) gestite dalle cooperative consorziate al Coob, che ad Arezzo offrono servizi aperti a tutti: anziani, giovani, bambini, persone con svantaggio fisico, ma anche economico. Turismo sociale significa infatti accoglienza e accessibilità, rispetto dell'ambiente, delle culture e dell'essere umano per rendere fruibili a chiunque la natura, il paesaggio, l'arte e la storia, sviluppando al tempo stesso opportunità di lavoro e di crescita economica. È stata privilegiata l'idea di puntare sulla creazione di una piccola rete perché il turismo sociale ha una relazione stretta con molti enti ed associazioni presenti sul territorio e ciò rappresenta per le cooperative un'opportunità in più per inserire al lavoro persone svantaggiate.

L'iniziativa cerca di dare una risposta alle persone interessate fornendo informazioni sulle strutture esistenti. La rete ha infatti come obiettivo quello di offrire a tutti i cittadini condizioni di assoluta accessibilità, creando nuova imprenditorialità e nuovo reddito. Da questo punto di vista il turismo sociale è un bacino molto importante sul quale si può lavorare. L'idea finale è quella di creare una rete interprovinciale formata da strutture che esistono o che sono nate grazie al progetto, che operino secondo logiche etiche e di qualità e che offrano alle imprese sociali toscane lavoro genuino, non precario. Per informazioni: <http://www.coob.it/>.

### Le strutture

#### *Casa per ferie "Don Giuseppe Torelli" - San Pancrazio (Ar)*

La casa per ferie "Centro interculturale don Torelli" è situata nella frazione San Pancrazio (540 slm) nel comune di Bucine. Di recente ristrutturazione, si trova immersa nel verde delle valli dell'Ambra. Si presta bene ad accogliere gruppi ed associazioni per attività di studio, socio-culturali e ricreativo-sportive.

#### *Complesso turistico residence Riccardi - Castiglion Fiorentino (Ar)*

Occupava una struttura in aderenza alla Chiesa di Riccardi. Interamente ristrutturato, è circondato da un ampio giar-

dino con piante di ulivo. L'ottima collocazione geografica consente di utilizzarlo come luogo di semplice pernottamento, ma anche di vacanza.

*La Foresteria Pratacci – Arezzo*

Occupava una casa colonica dei primi del novecento, interamente ristrutturata, ed è situata a circa 4 km dal centro storico di Arezzo. La Casa colonica "I Pratacci" è circondata da un ampio giardino e disposta su due piani. La collocazione geografica consente di utilizzarla comodamente come luogo di pernottamento per visitare qualsiasi località toscana.

*Ostello Orma di Lupo - La Trappola (Ar)*

Orma di Lupo è un'occasione di incontro per gruppi di bambini, giovani, anziani, portatori di handicap, amanti della montagna e famiglie; uno spazio dove ospitare conferenze, seminari, convegni, stage, corsi. L'Ostello si trova a La Trappola, frazione del comune di Loro Ciuffenna (Ar) nel massiccio del Pratomagno a 851 slm nel cuore della Toscana. Uscendo dal vecchio borgo, sentieri e strade ci portano attraverso abetine e castagneti secolari, alla ricerca delle tracce dei pastori, dei carbonai, dei boscaioli.

*Ristorante Pizzeria Il Rintocco - S. Zeno (Ar)*

Ha come scopo primario l'inserimento lavorativo di soggetti con disabilità intellettiva e disturbi comportamentali. Nasce dalla convinzione che le persone con svantaggio siano in grado di fornire un servizio all'altezza di tutti i ristoranti. Le persone che vi lavorano hanno seguito un percorso di miglioramento della qualità della vita anche nell'ambito residenziale: dal ricovero in istituto alcuni sono andati ad abitare in Comunità Alloggio Protette ed altri in appartamenti assistiti situati nel centro della città.

*BetaBar - Terranuova Bracciolini (Ar)*

Di recente apertura, è collocato all'interno del Parco Pubblico Attrezzato di Terranuova. Si tratta di un chiosco in legno che di giorno è un bar per tutti i target, dai giovani alle famiglie. Adatto per aperitivi nel tardo pomeriggio, la sera si trasforma in pub e punto di ritrovo per serate ricche di musica, spettacoli ed animazioni dedicati a grandi e piccini.

*Meriggio – Pian della Fonte (Ar)*

È un piccolo ristorante/bar estivo collocato in un'area di sosta – Pian della Fonte – del Pratomagno. È anche un luogo di incontro, dove vengono organizzate attività culturali, musicali e di animazione. Il progetto è portato avanti in collaborazione con la Comunità Montana del Pratomagno ed alcune associazioni del territorio.

### 7.3. Centro visite "Casa Nova" riserva naturale del Farma

Attraverso l'azione di sperimentazione prevista dal progetto Equal, l'Ati coop. Sociale di Grosseto intende valorizzare l'importante opportunità offerta dalla provincia di Grosseto relativa alla gestione di un Centro Visite, recentemente restaurato e già utilizzabile, situato in una delle più interessanti aree naturali della provincia di Grosseto.

Nel dettaglio, il progetto di gestione del Centro Visite "Casa Nova", si colloca tra quelle iniziative che individuano il turismo ambientale come settore di intervento strategico ideale per lo sviluppo economico generale, per le componenti messe in campo, nel complesso delle relazioni socio-economiche integrate a sistema. La Riserva Naturale del Farma, come del resto tutte le aree protette, rappresenta una importante realtà storica/naturalistica da valorizzare, sia in termini di sviluppo culturale, che in quelli socio-economici.

Il *turismo ambientale* ha acquisito in questi ultimi anni un interesse sempre più ampio, sia per il bisogno di ritrovare quei legami con l'ambiente naturale, che si sono per molte persone assottigliati, sia per la validità della proposta che presenta alti contenuti di carattere culturale e socio-educativo. Non bisogna infatti dimenticare che anche il *turismo scolastico*, cerca sempre di più esperienze residenziali in stretto contatto con l'ambiente naturale abbinato a

---

percorsi di educazione ambientale non intesa unicamente come momento di studio e conoscenza delle emergenze naturalistiche, storiche e culturali, ma anche come interiorizzazione di stili di vita fondamentali per divenire fruitori consapevoli e responsabili del patrimonio ambientale a noi consegnato.

Le cooperative sociali coinvolte, promuovono una serie di servizi ed attività finalizzate a valorizzare la struttura e di conseguenza l'area protetta in cui si trova. Tra questi i principali sono: il punto di accoglienza/informazioni sulla Riserva Naturale Provinciale "Valle del Ferma", la distribuzione di materiale informativo e cartografico della riserva e della zona, un servizio di prenotazioni visite con guide autorizzate per il castello del Belagalo e la riserva naturale, convegnistica e servizi di *catering*. Contatti: tel. 0564 413483.

---

## CAPITOLO VIII

### Prospettive di sviluppo del turismo sociale

#### 1. Punti di forza e di debolezza

In questa parte si propone una matrice di analisi Swot per mettere in evidenza in maniera sintetica e chiara gli elementi di disturbo e di sostegno del Ts.

I principali punti di forza sono da individuarsi nella capillare presenza locale dei presidi associativi (e quindi di una rete di distribuzione potenzialmente molto efficace) e nella cultura di base delle Ots che si lega al volontariato, all'associazionismo e alla partecipazione condivisa.

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"><li>– Presenza capillare sul territorio dei presidi associativi.</li><li>– Cultura delle Ots basata sullo spirito di volontariato e su logiche partecipative.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Basso livello della qualificazione, della formazione e della motivazione degli operatori del settore.</li><li>– Rilevante eterogeneità delle iniziative in assenza di un approccio sistemico.</li><li>– Eccessiva distanza fra le enunciazioni e le “realizzazioni” del Ts.</li></ul>
Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"><li>– Ricerca di una migliore qualità della vita.</li><li>– Nuova voglia di socialità e valori.</li><li>– Ts come modalità di valorizzazione del patrimonio locale.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Cultura prevalente della società, caratterizzata da individualismo e consumismo.</li><li>– Eccessiva omologazione delle proposte turistiche.</li><li>– Debolezza del contesto legislativo.</li></ul>

**Tabella 4** - Analisi Swot del Ts

I punti deboli interni al Ts sono legati alla qualificazione professionale degli addetti, alla presenza di numerose iniziative tra loro poco integrate e all'eccessiva divaricazione fra quanto viene teorizzato a livello associativo e quanto viene poi attuato in sede operativa.

È interessante evidenziare come tra le condizioni ambientali ed i fattori di criticità interni siano rilevabili delle interdipendenze che potrebbero permettere di superare contemporaneamente alcune debolezze e di annullare delle minacce, nonché di sfruttare alcuni punti di forza per cogliere le opportunità più significative.

In particolare, un'adeguata formazione o riqualificazione degli addetti consentirebbe alle Ots di reagire alle minacce ambientali in maniera propositiva, per esempio realizzando delle barriere per distinguere e tutelare l'ambito del Ts, oppure creando marchi di settore sempre a supporto della identificazione del prodotto sul mercato.

Le opportunità riguardano essenzialmente due aspetti: la ricerca di una qualità della vita crescente, con nuovi stimoli alla socializzazione, ed il riconoscimento del Ts come fenomeno in grado di valorizzare il patrimonio locale.

Sono minacce per il Ts la prevalenza nella società di valori e comportamenti individuali-

---

stici, che vedono la vacanza come una forma di consumo, un basso livello di differenziazione dell'offerta turistica, che rischia di confondere il Ts con tutto il resto e, infine, un approccio legislativo non molto sensibile a questi aspetti.

## 2. Conclusioni finali

Essere sempre nella condizione di soddisfare la domanda di Ts, equivale ad una capacità tempestiva di adattamento al cambiamento che presuppone l'applicazione di una prassi consolidata ed in grado di determinare una permanenza sostenibile sul mercato.

Pertanto gli aspetti da tenere presenti in un prossimo futuro per lo sviluppo del Ts si possono ricondurre a due categorie: ingredienti culturali ed ingredienti organizzativi.

Dal punto di vista culturale, è importante distinguere i seguenti elementi.

Il *turismo sostenibile* che è una derivazione dello sviluppo sostenibile, ossia di una forma di crescita che *risponde alle necessità del presente, senza compromettere la capacità delle future generazioni di soddisfare le loro necessità* (Onu). Il concetto di sostenibilità è legato, in prima istanza, all'ambiente e successivamente si è esteso a tutti gli ambiti dove si può configurare una possibilità di gestione accurata e/o di prevenzione nell'impiego delle risorse. La sostenibilità nel turismo si collega direttamente alla gestione delle risorse di natura ambientale, ma anche culturale, nonché alle corrette valutazioni che permettono ad una destinazione di sostenere l'impatto dei flussi turistici e di preservare le sue risorse inalterate nel tempo.

Il *turismo responsabile*, che può essere considerato una nicchia del turismo sostenibile, con peculiarità specifiche che si legano in special modo al rispetto, come modalità di avvicinamento al confronto culturale, alla socialità, che si esplica nella ricerca di incontro tra le persone e all'equità, ossia ad una solidarietà produttiva che si basa sull'integrazione con le risorse umane e turistiche locali.

Lo *sviluppo global-glocal-glocal*, ossia l'evoluzione dello sviluppo economico/sociale complessivamente inteso secondo un processo sempre più vicino al rispetto delle diversità e alla solidarietà in ambito globale. Dal concetto onnicomprensivo della globalizzazione, si passa alla *glocalizzazione (glocal)*, che significa compresenza di logiche che esprimono sia una valenza globale, sia una forte identità locale. Il passo ulteriore va dalla *glocalizzazione* alla *glocalizzazione (glocal)*, ossia ad una logica mondiale che riesce a convivere con una molteplicità di dimensioni locali ispirate a logiche di equilibrio e solidarietà.

Gli ingredienti organizzativi a loro volta sono: le *nuove tecnologie*, il cui uso diventerà sempre più esteso, tanto da immaginare che Internet potrebbe non essere più soltanto uno strumento, ma un ambiente di lavoro, in un'ottica di collaborazione e crescita internazionale. Internet potrà portare dei vantaggi in termini di visibilità sul mercato e di operatività nella gestione delle attività associative e del rapporto con i soci delle Ots.

L'approccio gestionale della *Qualità Totale e dell'eccellenza* delle organizzazioni, in altre parole la possibilità di disporre di un vantaggio competitivo dato dall'innovazione gestionale ispirata al *Total Quality Management*, particolarmente efficace nella gestione delle organizzazioni sociali.

I *codici etici del turismo* elaborati nel corso di questi anni, nei quali sono presenti le linee guida da adottare per un comportamento gestionale ispirato da una nuova cultura e sensibilità nei confronti delle risorse umane e materiali che partecipano alla filiera turistica (in particolare la *Dichiarazione di Montreal 1996*).

Alla luce delle considerazioni appena esposte e della necessità di poter pensare ad un paradigma adatto a spiegare lo sviluppo di un turismo di massa come quello sociale, si può sintetizzare il percorso da compiere come il passaggio "*dallo sviluppo del turismo al turismo dello sviluppo*".

Da una prima fase di introduzione alla pratica turistica, come espressione del progresso economico/sociale, si è giunti ad una visione più evoluta, in cui è il turismo ad innescare processi di sviluppo compatibili con le esigenze ambientali, economiche e sociali.

Pensare al Ts come un *turismo dello sviluppo* permette l'affrancamento da un approccio materialistico e, per certi aspetti superato, della "vacanza ad ogni costo", per soddisfare quei bisogni superiori dell'uomo, propri del nostro secolo e delle aree del mondo economicamente più progredite, che riguardano l'identità, l'appartenenza sociale, le relazioni sociali fondate sul rispetto reciproco, l'apprendimento e l'autorealizzazione.

Il Ts moderno si può radicare su nuovi principi, non più legati a logiche assistenzialiste, ma a desideri rinnovati, alla voglia di stare insieme secondo un confronto equo e corretto, al rispetto fra le persone, per l'ambiente e per le risorse che entrano a far parte del processo turistico.

---

## BIBLIOGRAFIA

- Albanese A., Grandi G. (a cura di), *Turismo, risorse umane ed ambientali*, Cuem, 1997
- Barbetta G. P., *Il commercio equo e solidale in Italia*, Working paper n. 3, Università Cattolica del Sacro Cuore, Centro di Ricerche sulla Cooperazione, 2006
- Becheri E., *L'ambiente come variabile strategica dello sviluppo turistico. Alcuni problemi preliminari*, Edicon, 1999
- Benini E., Marocci G., Pozzi E., *Psicosociologia del turismo*, Patron, 2002
- Berruti A., Pochettino S., *Turisti responsabili dalle Alpi alla Sicilia*, Terre di mezzo 2008
- Bianchi M., *L'arte del viaggio, Ragioni e poesia di un turismo sostenibile*, MC, 1999
- Boyer M., *Il turismo. Dal gran tour ai viaggi organizzati*, Electa Gallimard, 1997
- Brilli A., *Quando viaggiare era un'arte. Il romanzo del Grand Tour*, Il Mulino, 1995
- Canestrini D., *Andare a quel paese, Vademecum del turismo responsabile*, Feltrinelli, 2001
- Dall'Ara G., *Turismo sociale, storia e attualità del diritto alle vacanze*, Panozzo, 2005
- Di Maria U., *Vacanze contromano. La guida del turismo responsabile, ai campi di lavoro e solidarietà*, Cart'Armata Edizioni – Terre di mezzo, 2001
- Gatti F., Suggelli F., *Nuove frontiere del turismo*, Hoepli, 2006
- Galli M., *Terza età amante dei viaggi*, in "Italia Oggi", n. 244 del 15/10/2003, p.15
- Galli P., Notarianni M., *La sfida dell'ecoturismo*, De Agostini, 2002
- Lavarini R., *Anziani con la valigia*, Arcipelago, 2005
- Martinengo M.C., Savoia L., *Sociologia dei fenomeni turistici*, Guerini e Associati, 1999
- Mela A., *Sociologia delle città*, Nuova Italia Scientifica, 1996
- Piccoli I., *Luoghi e professioni del loisir*, Franco Angeli, 1997
- Rulli G., Polimeno M. A., *Turismo sociale: orientamenti pratici per famiglie e servizi*, Vannini, 2008
- Sangalli F., *Organizzare il turismo sociale*, Franco Angeli, 2005
- Savelli, A., *Sociologia del turismo*, Franco Angeli, 1998
- Scramaglia R., *Il turismo degli anziani*, Arcipelago, 2003
- Tonini N., *Viaggio attorno al turismo sociale, sostenibile e solidale*, Franco Angeli, 2007
- Tonini N., *Si ha il diritto di realizzare i propri sogni*, in *Le tourisme mondial dans le monde*, n. 141, terzo trimestre 2003
- Vitale P., *Turismo sociale*, Aesse Comunicazione, 2005
- Vitali R., *Le persone con "bisogni speciali" e il turismo*, SiPuò – Laboratorio Nazionale Turismo Accessibile, 23 febbraio 2009 ([www.laboratoriosipuo.net](http://www.laboratoriosipuo.net))

---

## SITOGRAFIA

[www.accessibletourism.org/](http://www.accessibletourism.org/)  
[www.aitr.org](http://www.aitr.org)  
[www.villageforall.net/](http://www.villageforall.net/)  
[www.rcsw.it/sportellots](http://www.rcsw.it/sportellots)  
<http://turismosociale.cts.it/progettoprotus.html>  
[www.italiapertutti.org](http://www.italiapertutti.org)  
[www.segretariatosociale.rai.it](http://www.segretariatosociale.rai.it)  
[www.progettarepertutti.org](http://www.progettarepertutti.org)  
[www.cpaonline.it](http://www.cpaonline.it)  
[www.forumterzosettore.it](http://www.forumterzosettore.it)  
[www.cerpa.org](http://www.cerpa.org)  
[www.aiasnazionale.it](http://www.aiasnazionale.it)  
[www.turismabile.it](http://www.turismabile.it)  
[www.laboratoriosipuo.net](http://www.laboratoriosipuo.net)  
[www.caitoscana.it](http://www.caitoscana.it)  
[www.parks.it/regione.toscana/index.php](http://www.parks.it/regione.toscana/index.php)  
[www.wwf.it](http://www.wwf.it)  
[www.lipu.it](http://www.lipu.it)  
[http://www.marketing-turistico.com/turismo\\_sociale.html](http://www.marketing-turistico.com/turismo_sociale.html)  
[http://www.cipra.org/it/futuro-nelle-alpi/banca%20dati%20del%20sapere/patrimoniosapere/?set\\_language=it](http://www.cipra.org/it/futuro-nelle-alpi/banca%20dati%20del%20sapere/patrimoniosapere/?set_language=it)  
<http://conferenzats2008.provincia.rimini.it/sitenews.aspx?id=6>  
<http://www.mediterraneo-onlus.org/>  
<http://www.necstour.eu/necstour/home.page>  
<http://www.viaggisolidali.it/>  
<http://www.viaggiemiraggi.org/>  
<http://www.traterraecielo.it/new2009/vacanze.php>  
<http://www.farfalleincammino.org/>  
[www.fitus.it](http://www.fitus.it)  
[www.turismo-sociale.com](http://www.turismo-sociale.com)  
[www.sportelloturismosociale.it](http://www.sportelloturismosociale.it)  
[www.bits-int.org](http://www.bits-int.org)  
[www.ctsnet.it](http://www.ctsnet.it)  
[www.econ-pol.unisi.it/opts/](http://www.econ-pol.unisi.it/opts/)  
[www.earth-net.eu](http://www.earth-net.eu)  
[www.wttc.org](http://www.wttc.org)  
[www.gioventuinazione.it](http://www.gioventuinazione.it)  
[www.ecoturismo-italia.it](http://www.ecoturismo-italia.it)  
[www.ecoturism.org](http://www.ecoturism.org)  
<http://www.mediterraneo-onlus.org/>



---

## L'AUTRICE

**Barbara Bennati** si è laureata all'Univesità di Siena, facoltà Giurisprudenza, nel 1997 con una tesi sulla libertà di iniziativa economica privata. Ha lavorato per sei anni prima a Bruxelles e poi a Parigi come responsabile dei progetti di cooperazione internazionale in Asia e Europa dell'Est promossi dalla Ong Emmaus Internazionale. Attualmente lavora presso la Cna di Arezzo dove è responsabile dell'Area Politiche Sociali ed è direttrice della Onlus Socialnet.



---

# INDICE

<b>Introduzione</b> .....	3
<b>Capitolo I</b>	
<b>Genesi del corso “Sociale viaggiando”</b> .....	5
1. Socialnet e la rete dei partner .....	5
2. I bisogni rilevati .....	6
<b>Capitolo II</b>	
<b>Il turismo sociale</b> .....	7
1. Cosa è il turismo sociale? .....	7
2. Il quadro normativo di riferimento .....	10
2.1. La risoluzione del Parlamento europeo .....	14
2.2. Il codice mondiale di etica del turismo .....	15
2.3. La dichiarazione di Montreal .....	21
3. I principali attori del turismo sociale .....	23
3.1. Gli organizzatori .....	27
3.2. Le organizzazioni che si occupano di turismo sociale .....	28
<b>Capitolo III</b>	
<b>L'ecoturismo in Italia</b> .....	31
1. Definizione .....	31
2. Le attività ecoturistiche .....	31
3. Punti di forza e di debolezza .....	32
4. Le buone prassi .....	33
<b>Capitolo IV</b>	
<b>I giovani ed il turismo</b> .....	39
1. La mobilità giovanile ed il turismo sociale .....	39
2. Formazione e scambi giovanili .....	40
3. Il Servizio volontario europeo .....	43
<b>Capitolo V</b>	
<b>Il turista con “bisogni speciali”. Il valore aggiunto delle associazioni di volontariato</b> .....	45
1. Il viaggio come occasione di socializzazione .....	45
1.1. Viaggiatore o turista? .....	45
1.2. La Giornata mondiale del turismo .....	46
1.3. Perché un'agenzia mondiale del turismo? .....	46
1.4. Alcune cifre .....	46
2. Il turista portatore di bisogni speciali .....	48
2.1. Il turismo accessibile e le persone con “bisogni speciali” .....	48
2.2. Il “turista con bisogni speciali”: più turista o viaggiatore? .....	49

3. Il turismo per gli anziani .....	50
3.1. Il viaggio come metafora della vita .....	51
4. Il disabile psichico turista portatore di bisogni speciali .....	52
4.1. L'esperienza del gruppo "Sirio" .....	52
4.2. L'esperienza dell'associazione Vivere Insieme .....	53

## Capitolo VI

<b>Esperienze e buone prassi</b> .....	55
1. Il progetto Buoni Vacanze Italia .....	55
2. Gli Ostelli della Gioventù .....	57
3. Le case di accoglienza religiosa e le case per ferie .....	57
4. Il turismo responsabile ed il commercio equo e solidale .....	58

## Capitolo VII

<b>Il turismo sociale in Toscana</b> .....	65
1. Il turismo sostenibile .....	65
2. Le ippovie toscane .....	68
3. Il progetto "Nettur" .....	69
4. L'Ospitale delle Rifioienze .....	71
5. Il castello di Montarrenti .....	71
6. Casa Sollievo .....	72
7. Un'esperienza interprovinciale: il progetto Equal Pist "Promozione Impresa Sociale Toscana Sud" .....	72
7.1. Terre di Siena per tutti .....	73
7.2. Turismo sociale: una rete per Arezzo .....	74
7.3. Centro visite "Casa Nova" riserva naturale del Farma .....	75

## Capitolo VIII

<b>Prospettive di sviluppo del turismo sociale</b> .....	77
1. Punti di forza e di debolezza .....	77
2. Conclusioni finali .....	78

<b>Bibliografia</b> .....	80
---------------------------	----

<b>Sitografia</b> .....	81
-------------------------	----

<b>L'autrice</b> .....	83
------------------------	----



Finito di stampare nel mese di Luglio 2010

**Grafica, Impaginazione e Stampa**

BLU Comunicazione - Pontedera (PI)