

## "Turismo responsabile e nuove tecnologie: lo sviluppo dal territorio per il territorio"

**Manuela Bolchini**

**Presidente Il Sogno Diverso**

[presidente@ilsognodiverso.com](mailto:presidente@ilsognodiverso.com)

<http://www.ermes.net>



### **IL SOGNO DIVERSO**

Il Sogno Diverso si occupa di Turismo Responsabile, progettazione di pacchetti turistici per la valorizzazione del territorio, eventi ed iniziative sostenibili, formazione, consulenza per la comunicazione e la multicanalità.



### **LA SITUAZIONE ATTUALE**

Il turismo sostenibile è stato e rimane un fenomeno rilevante nel nostro paese, ma anche in molti altri stati. Più recentemente, le Organizzazioni di Turismo Sostenibile hanno cominciato a sviluppare una crescente presenza. Segno questo di una domanda di mercato in movimento verso un cambiamento che necessita una risposta adeguata dell'offerta.

Da circa 40 anni esiste il BITS (Organizzazione Internazionale del Turismo Sociale), che raccoglie le OTS a livello internazionale.

In Italia, dagli anni '50 agli anni '70 sono sorte e si sono sviluppate molte OTS sulla base dell'impegno di enti religiosi, di partiti e di sindacati.

Queste organizzazioni, costituite come associazioni, CRAL e cooperative hanno realizzato una molteplicità di iniziative e di strutture che hanno consentito alle categorie di cittadini meno abbienti di poter fruire del diritto di vacanza e di fare conoscenza di luoghi più o meno lontani dalla loro normale residenza, dando di fatto un contributo all'equità della vita sociale nel nostro paese.

Su questo humus culturale sono andati a strutturare le proprie basi altri criteri di sostenibilità, che sarebbero andati poi a costituire le fondamenta del turismo responsabile, presente dagli anni '80 in Italia e oggi rappresentato da AITR (Associazione Italiana Turismo Responsabile), che raccoglie enti ed organizzazioni significative ed operanti in questo ambito.

Attualmente, numerose reti regionali di TR stanno prendendo vita: TReS (rete piemontese di Turismo Responsabile e Sociale), per quanto riguarda il territorio in cui operiamo, ma anche esperienze di network in Liguria, Toscana, Puglia, Sicilia.

In altri casi, vengono a formarsi consorzi che riuniscono enti ed organizzazioni che operano nello stesso ambito: il consorzio LE MAT (per la promozione professionale, sociale e culturale delle persone con disagi fisico e psichico e la costituzione di un franchising alberghiero dell'impresa sociale), il consorzio GOEL (per la centralità assoluta della persona svantaggiata ed il rispetto della Legalità). Fare rete, costituire un network capace di agire e promuoversi è oggi fondamentale per uno sviluppo concreto di questo ambito del turismo.

Oggi siamo di fronte a due tendenze opposte: da un lato, le OTS hanno ridotto la loro visibilità e la loro spinta innovativa (a partire dagli anni '90, quando nuove sensibilità e nuovi contesti politico-economici hanno affermato modelli più individualistici nel tempo libero); dall'altro, si sono contemporaneamente sempre più valutate le necessità di un turismo sostenibile e responsabile, nell'impatto con l'ambiente e le comunità ospitanti.



## VERSO UN NUOVO PARADIGMA

A fronte della storia e soprattutto della situazione attuale, che richiede un nuovo ruolo in risposta a bisogni e ad aspettative culturali e sociali molto precise, è importante affermare la conoscenza e la condivisione di un nuovo paradigma del turismo sostenibile, cioè un modello interpretativo che esprima elaborazioni ed azioni efficaci, sulla base di valori condivisi.

La terminologia del turismo sostenibile è estremamente variegata. Per non eccedere in specifiche teoriche, semplificherò in 3 concetti base, in modo da sottolineare quali sono gli ingredienti culturali del nuovo paradigma del turismo sostenibile e come essi possano favorire una sua nuova concettualizzazione.

### 1 - Turismo Sostenibile

Il primo ingrediente riguarda il turismo sostenibile, in quanto ogni nuova pratica del turismo non può non accogliere le sensibilità e le norme di rispetto ambientale.

Si riferisce ad uno specifico tritico organizzativo; il Turismo Sostenibile deve essere:

- tollerabile a lungo termine dal punto di vista ecologico
- realizzabile sul piano economico
- equo sul piano economico e sociale per le popolazioni locali

Questa definizione è molto generale e applicabile a qualsiasi forma di turismo, in Italia o all'estero, nei paesi del sud o del nord.

### 2 – Turismo Responsabile

In Italia, il concetto di "**responsabilità**" è stato scelto per distinguere "l'altro turismo", frutto della particolare congiuntura nella quale nasce e si sviluppa la critica del turismo nel paese. Innanzitutto, sono due le differenze sostanziali rispetto alle esperienze del Nord Europa precedenti a quella italiana

- il fatto che il terzo settore italiano, già dagli anni '80, promuovesse viaggi di conoscenza e solidarietà con le comunità del Sud del mondo
- il fatto che i principi che andavano man mano definendo la "via italiana" alla sostenibilità turistica fossero applicabili (e quindi promossi) sull'intero comparto turistico

Durante il dibattito precedente alla definizione del 2005, sono due i concetti attorno ai quali si è dibattuto: "**consapevolezza**" e "responsabilità"; il terzo elemento fu poi quello della "sostenibilità", all'epoca (metà degli anni '90) ancora riferito soltanto alla dimensione ambientale, ma che nel corso degli anni si è estesa anche alla dimensione culturale ed economica. La scelta, come si vede dalla definizione del 2005, ricadrà sul concetto di "responsabilità", in quanto il concetto di consapevolezza non era sufficiente per un miglioramento del turismo: **si può essere consapevoli, ma non per questo responsabili.**

Il TR raggruppa dunque le forme di turismo che mettono al centro del viaggio l'uomo e l'incontro tra il viaggiatore e le comunità ospitanti e che si inseriscono in una logica di sviluppo del territorio.

L'implicazione delle popolazioni locali nelle varie fasi del progetto turistico, il rispetto della persona, delle culture e della natura, e una ripartizione più equa delle risorse generate sono le basi di questa forma di turismo ed è un turismo tout court (non campi di lavoro, volontariato..)

### 3 – Sviluppo globale de turismo

Con questa nuova *vision*, il turismo viene considerato nel suo aspetto globale e locale, orientandosi fortemente all'equità sociale, sia nelle condizioni sociali nei luoghi di generazione della domanda turistica, sia in quelli della comunità ospitante. In sostanza, il turismo fa proprio il principio *Think Globally, Act Locally* di David Brower (nel 1969) e lo capovolge nel nuovo paradigma *Think Locally, Act Globally* (paradigma che va appunto verso il concetto di *Glocale* e di sviluppo del *Genius Loci*).

Nel nuovo paradigma del turismo sostenibile e responsabile, vanno anche tenuti presenti gli ingredienti organizzativi che possono influenzare l'operato dei Promotori del Turismo Sostenibile.

Il primo è costituito dalle nuove tecnologie, che consentono di modificare radicalmente il modo di operare. Internet ed intranet possono generare a basso costo collegamenti, presentazioni di proposte, sistemi organizzativi che favoriscono le logiche direte (tipiche del turismo sostenibile). A livello di gestione, sicuramente vengono in tal modo offerti approcci e metodi che consentono di elevare la qualità delle proprie prestazioni.



## VISIONING ETICA

Un secondo punto viene dato dai codici etici del turismo (un esempio per tutti, la “carta dei valori” di AITR), che in questi anni hanno formalizzato le nuove sensibilità del turismo, ma anche riconosciuto le necessità che esso sia un vero strumento di sviluppo. Oggi è necessario creare un turismo di nuova qualità, uscendo dalla forbice tra turismo “di qualità per pochi” e turismo “di quantità per molti”.

L'allineamento progettuale consentirà di sviluppare con naturalezza l'efficacia gestionale, attraverso alcuni punti fondamentali.

- Definizione carta dei valori

Il punto di partenza non devono essere i dati economici o iniziative specifiche, ma i valori che hanno ispirato l'impegno originario dei responsabili e degli operatori. Da essi deriverà la missione, cioè lo scopo fondamentale per cui si opera e, conseguentemente, la visione futura dell'intera organizzazione, attraverso un'operazione di pianificazione imprenditoriale partecipata.

- Analisi status attuale

Dell'organizzazione, dal punto di vista culturale, organizzativo e operativo

- Definizione della mission

Dell'organizzazione, con particolare attenzione ai destinatari, alle competenze e al valore sociale da creare

- Definizione tratti distintivi

Dei nuovi scenari in cui opera l'organizzazione, nelle diverse componenti normative, sociali economiche e culturali

- Creazione della visione futura

Dell'organizzazione, con particolare riferimento alle aspettative degli stakeholders, alla mission ed ai valori

- Organizzazione comunicazione e Organizzazione livello di condivisione  
Di valori, mission e visione futura verso gli interlocutori esterni ed i collaboratori

Per fare questo è necessaria l'interazione tra coloro che possono dare un contributo innovativo, gli operatori, gli utenti, le nuove tecnologie. Concretamente ciò significa avviare, ai vari livelli, un lavoro comune nelle dimensioni organizzative e territoriali più sensibili a questa sfida.

Fortemente interessante, dunque, l'analisi del rapporto tra il turismo e le nuove possibilità tecnologiche, soprattutto per quanto riguarda un nuovo paradigma di dimensione strategiche del turismo, che vede fondamentale il rapporto tra gli utenti, tra questi e gli operatori, il territorio e la comunità ospitante.



## **TERRITORIO E SVILUPPO TURISTICO**

Il turismo sostenibile e responsabile DEVE E VUOLE essere un viaggiare etico e consapevole che va incontro ai paesi di destinazione, alla gente, alla natura con rispetto e disponibilità, portatore di principi universali: equità, sostenibilità e tolleranza.

Un turismo tanto più significativo quanto più collocato Italia e in aree che vogliono differenziarsi dalle solite proposte turistiche. Una riscoperta vera di cosa possono offrire i territori, al di là delle attrattive turistiche principali. Una rivelazione che non permetta ci siano territori sottovalutati, un volto dimenticato di città potenzialmente interessanti per il turismo.

Una risposta al desiderio di mantenere una propria identità al di là delle logiche di mercato, attraverso attività che si concentrino sulla promozione dei valori locali, dell'empowerment e della valorizzazione sociale. L'offerta sul territorio si sviluppa in modi differenti: i produttori di specialità tipiche, come detentori della tradizione nella quotidianità; la comunità in generale, come prima utente di un cambiamento in atto; le cooperative di inserimento, come soggetto il cui impegno imprenditoriale e lavorativo deve essere valorizzato; strutture ricettive sostenibili, come scelta di mercato diversa; percorsi di turismo responsabile, come forma integrata di turismo.

La base del cambiamento, dunque, costituita dal territorio per il territorio. Uno sviluppo che si definisce sostenibile perchè è in grado di soddisfare i bisogni delle generazioni attuali senza compromettere la possibilità che le generazioni future riescano soddisfare i propri (equità), preservando qualità e quantità delle risorse naturali (integrità) e con l'impegno di tutti (responsabilità); creando condizioni per uno sviluppo durevole, coerentemente con le esigenze sociali ed economiche e con la capacità reattiva dell'ambiente; agendo attraverso un coinvolgimento allargato in modo da ottenere giustizia sociale, sviluppo economico e tutela dell'ambiente e della salute.

Una tale innovativa prospettiva esige che gli attori chiave del settore turistico siano radicati nella struttura sociale e culturale della comunità locale e siano in grado di interagire con le differenti professionalità turistiche presenti sul territorio, così da poter garantire alla comunità locale a vocazione turistica il raggiungimento di importanti finalità di sviluppo e allo stesso tempo il rispetto della loro cultura e dei loro diritti fondamentali.

Fondamentale sarà analizzare, identificare e promuovere i beni culturali, aree naturalistiche, musei, risorse naturali, strutture ricettive accessibili, percorsi di turismo responsabile. Sulla base della

conoscenza dell'esistente, si potranno definire gli obiettivi progettuali futuri: uno sviluppo per un futuro già presente.



Fortemente interessante, abbiamo visto, l'analisi del rapporto tra il turismo e le nuove possibilità tecnologiche, soprattutto per quanto riguarda un nuovo paradigma di dimensione strategiche del turismo, che vede fondamentale il rapporto tra gli utenti, tra questi e gli operatori, il territorio e la comunità ospitante.



## **TURISMO E NUOVE TECNOLOGIE**

La ricerca ha rivelato che il consumatore italiano è sempre più multicanale, ovvero la sua decisione l'acquisto e la relazione con il prodotto sono determinate dall'interazione con molteplici canali di comunicazione che, seppur basati su tecnologie diverse e spesso non integrati tra loro, gli offrono un'esperienza coerente con i valori del prodotto.

Parlare concretamente di multicanalità significa considerare un utilizzo armonico e sincronizzato dei media e anche la coesistenza di diversi canali distributivi, ovvero la stretta collaborazione e sinergia tra canale fisico, canale digitale e tutti gli altri canali.

Ad oggi esistono organizzazioni che si occupano della promozione e del coordinamento dei soggetti necessari a raggiungere capillarità e visibilità, della produzione dell'eventuale materiale di supporto e dell'analisi dell'efficacia delle azioni per utilizzare sul territorio strumenti e metodi comunicativi e promozionali innovativi oltre ad impostare nuove strategie funzionali allo sviluppo di un turismo sostenibile. (in questo momento stiamo collaborando con un'esperienza simile e davvero il potenziale di sviluppo per le istituzioni e per gli operatori è alto).

Quello che è importante è il plusvalore dato da contenuti di sostenibilità e di turismo responsabile, per cui le nuove tecnologie devono essere a servizio di principio di valorizzazione e marketing territoriale. **TECNOLOGIA ED ESPERIENZA, MULTICANALITA' ED EMOZIONE:** una dinamica per sviluppare quello di cui oggi hanno bisogno i territori, per sviluppare una valorizzazione ad ampio respiro che sia diretta, efficace e sostenibile.