

UNIVERSITA' DELLA CALABRIA

SCUOLA DI DOTTORATO

in CONOSCENZE e INNOVAZIONI per lo SVILUPPO

“A.G. FRANK”

indirizzo

Sviluppo territoriale e globalizzazione

**LE NUOVE FRONTIERE DEL
TURISMO RESPONSABILE**

XXV ciclo

Anno accademico 2012-2013

sps/10

Direttore della scuola – Prof. Alberto Ventura

Tutor – Prof. Silvia Sivini

Candidato - Sergio Fadini

Indice

Introduzione

Giustificazione della ricerca..... 8

Impostazione della ricerca..... 11

Oggetto della ricerca

Obiettivi della ricerca

Scelta dei casi studio

Ipotesi di ricerca

Metodologia utilizzata

Tempi e Fasi della ricerca

Strumenti di selezione e di raccolta dati

Uso della terminologia adottata

Ringraziamenti..... 23

Capitolo 1 – Turismo e problematiche

1.a - Scienze sociali e turismo 24

1.a.1 - Le origini degli studi sociali sul turismo

1.a.2 - Gli studi in epoca “post-moderna”

1.b - Un prodotto speciale che può creare problemi 27

1.b.1 - I problemi legati all'attività turistica

1.b.2 - Primi passi per risolvere i problemi evidenziati

1.c -La ricerca di alternative 36

1.c.1 - Le varie forme alternative al turismo di massa

1.c.2 - Turismi alternativi affini al turismo responsabile

1.d - Illustri precedenti	44
<i>1.d.1 - Il turismo sostenibile</i>	
<i>1.d.2 - Dubbi e critiche</i>	
<i>1.d.3 - Verso il turismo responsabile</i>	
Capitolo 2 – Il turismo responsabile e i diversi approcci	
2.a - La letteratura esistente sull'argomento	56
<i>2.a.1 – I due approcci principali</i>	
<i>2.a.2 – Definizioni di turismo responsabile</i>	
2.b - Quadro delle organizzazioni di turismo responsabile in Europa.....	64
<i>2.b.1 – L'affermarsi delle prime realtà diffuse sui territori</i>	
<i>2.b.2 – Come si è modificato il quadro europeo</i>	
2.b - Cos'è il turismo responsabile per le realtà europee?	76
<i>2.c.1 – Le definizioni degli operatori europei</i>	
<i>2.c.2 – Principi a confronto</i>	
Capitolo 3 - Gli attori del turismo responsabile e le possibili interazioni	
3.a – Gli attori del turismo responsabile.....	85
3.b - Comportamenti responsabili dei turisti	89
<i>3.b.1 - I codici di condotta per turisti responsabili</i>	
<i>3.b.2 - Sul potere d'acquisto dei consumatori</i>	
3.c - Comportamenti responsabili degli operatori turistici	93
<i>3.c.1 - Le azioni richieste ai propri associati e i sistemi di valutazione</i>	
<i>3.c.2 - Sensibilizzare l'industria turistica convenzionale</i>	
3.d - Quali comportamenti responsabili delle comunità locali	101

3.d.1 - <i>Da chi sono formate le comunità locali</i>	
3.d.2 - <i>Il ruolo delle comunità locali nel turismo responsabile</i>	
3.d.3 - <i>Dalle teorie dell'impatto all'interazione</i>	
3.e - Pregi e difetti dell'approccio multi-attoriale	113
3.e.1 - <i>Gli studi sulle interazioni fra tutti gli attori</i>	
3.e.2 - <i>I rapporti di forza</i>	
3.e.3 - <i>I processi decisionali</i>	
3.f - Sguardo alle interazioni nel turismo responsabile.....	121
Capitolo 4 - Punti critici e prospettive	
4.a - Evoluzioni del turismo responsabile.....	126
4.a.1 - <i>Dalla sensibilizzazione al marketing</i>	
4.a.2 - <i>L'etica nel turismo responsabile</i>	
4.a.3 - <i>Lo squilibrio Nord-Sud</i>	
4.b - Critiche all'approccio neoliberista.....	136
4.b.1 - <i>Crisi di un modello</i>	
4.b.2 - <i>I legami con i concetti di sviluppo e turismo sostenibile</i>	
4.b.3 - <i>Critiche al codice etico dell'UNWTO</i>	
4.c - Nuove prospettive	144
4.c.1 - <i>Uscire dall'approccio neoliberista</i>	
4.c.2 - <i>Turismo come attività complementare</i>	
4.d - L'economia solidale e sociale.....	151
4.d.1 - <i>Principi teorici di economia solidale</i>	
4.d.2 - <i>Principi di funzionamento di una rete di economia solidale</i>	

Capitolo 5 – I casi studio Italia e Spagna

5.a – Introduzione allo studio dei casi 160

5.a.1 – Metodologia

5.a.2 – Scelta dei casi studio

5.a.3 – Identificazione dei casi da intervistare in Italia e Spagna

5.a.4 - La strutturazione delle interviste

5.b - Analisi dei dati..... 167

5.b.1 - Gli elementi che costituiscono il turismo responsabile

5.b.2 - La comunità locale nel turismo responsabile

5.b.3 – Il turismo responsabile e i viaggi nel nord del mondo

5.b.4 – Le relazioni con le realtà di economia solidale

Capitolo 6 - Conclusioni

6.a – Le nuove frontiere del turismo responsabile..... 207

6.a.1 – Sguardo di insieme

6.a.2 – Caratterizzare il turismo responsabile

6.a.3 – Sul ruolo degli attori del turismo responsabile

6.a.4 – Turismo responsabile e economia solidale: quali prospettive

6.a.5 – Considerazioni conclusive

Allegati..... 224

1 - Definizioni e concetti sul turismo responsabile

2 - Dichiarazione di Cape Town – ICRT

3 - Carta Italia – Bel paese buon turismo – AITR

4 - Il manifesto di Penne – AITR

5 - Le colonne dell'economia solidale – RES

La struttura dell'intervista.....	245
Riferimenti bibliografici.....	252

Introduzione

Giustificazione della ricerca

Nel 2010 l'APT di Lecce vince il Premio Turismo Responsabile, indetto dalla rivista online l'Agenzia di viaggi. La direttrice dell'APT dichiara: "attraverso una sorta di vademecum abbiamo stigmatizzato i tanti comportamenti e gesti consolidati con cui tutti i giorni si offende l'ambiente. Custodire la bellezza ed il paesaggio è alla base del turismo per il quale stiamo lavorando". La signora è anche alla guida di un'agenzia di viaggi che ha un proprio codice etico e sul sito web narra di un nuovo approccio al turismo responsabile che distingue l'azione dalla pianificazione.

All'indomani del sequestro dei due italiani nello Stato indiano dell'Orissa, gli autori del gesto hanno inviato un audio messaggio in cui dichiaravano che i due turisti stavano scattando foto in una zona proibita, definite addirittura "riprovevoli". Poco importa se dopo il rilascio gli stessi sequestratori hanno chiarito che si era trattato di un equivoco. Sul sito web dell'agenzia di trekking che aveva organizzato il viaggio non mancano foto dell'ideatore di questo progetto affianco a personaggi appartenenti a popolazioni tribali; e vi sono informazioni dettagliate e indicazioni chiarissime sui comportamenti da tenere: "Occorre molta discrezione nei rapporti con questi popoli, specialmente con alcune tribù dove ad esempio il rifiuto della fotografia è anche legato a motivi magici. Così, spesso bisogna resistere all'impulso di fotografare qualcuno molto fotogenico, per motivi di sicurezza e incolumità, la propria e quella dell'intero gruppo. Ad esempio con i famosi Bonda il rischio di ricevere una freccia in pancia è concreto, anche solo per piccoli sgarbi o scortesie. Evidentemente dopo essere stati ospiti di un villaggio, ed esserci conosciuti meglio reciprocamente, qualche foto domandando prima il permesso sarà possibile farla"¹.

Non c'è un riferimento al fatto che lo Stato dove è avvenuto il sequestro vieta che si facciano foto alle popolazioni tribali; è più un discorso legato alla responsabilità e alla sensibilità di ciascuno. Il messaggio sembra quasi: io te lo sconsiglio e ti dico cosa evitare e come è bene comportarsi, poi te la vedi con la tua coscienza... e le loro frecce.

1 Vedi <http://www.orissatrekking.com> visto il 10-2-2012

Il turismo responsabile è oramai un termine che viene usato in tutto il mondo per identificare un modo diverso di intendere il turismo rispetto a quello cosiddetto convenzionale.

Nato dalle critiche al turismo di massa, in riferimento alle storture socio-economiche, socio-culturali ed ambientali provocate dalle attività turistiche, in origine il termine fu usato per invocare maggiore eticità e comportamenti più rispettosi nei confronti delle popolazioni locali, tramite le prime campagne di denuncia o di sensibilizzazione. Si passò poi all'organizzazione delle prime esperienze di viaggio, ideate da organizzazioni delle società industrializzate impegnate nel settore della cooperazione allo sviluppo o che avevano contatti con realtà locali attive nella difesa dei diritti delle popolazioni indigene.

Si presentava dunque come un modo per supportare le popolazioni locali dei paesi poveri nella difesa dall'invasività delle attività turistiche, con lo scopo di renderle protagoniste del proprio sviluppo.

Oggi invece, a distanza di alcuni decenni, il quadro del turismo responsabile in Europa appare profondamente modificato. C'è ancora una presenza significativa e non marginale di tali organizzazioni, ma non rappresentano più la quasi totalità di coloro che utilizzano questo termine; sono nate nuove realtà, ognuna delle quali lo usa con accezioni differenti, inclusa la Responsabilità Sociale d'Impresa.

Da un lato queste innovazioni stanno permettendo l'affermarsi di alcuni principi, come il rispetto dei luoghi e delle comunità locali che vivono nelle destinazioni turistiche, anche fuori da certi recinti, oltre ad aver contribuito a rafforzare almeno in parte le realtà che si fanno paladine di questi principi.

Dall'altro si assiste a uno slittamento semantico del significato di turismo responsabile, con un uso anche da parte dell'industria turistica convenzionale, abile a utilizzare termini che possiedono buone capacità attrattive, indipendentemente da se vi sia un reale interesse per le modalità e i significati sottesi al termine prescelto; tutto viene adattato alle esigenze di mercato, anche quando sembrano esistere delle modalità decisamente alternative.

D'altronde non c'è da stupirsi, in un'attività così dinamica come quella legata al turismo, qualsiasi input che possa interessare una nicchia di mercato può suscitare

interesse da parte degli operatori turistici, se non per i contenuti quantomeno per le parole chiave che risultano essere gradite a un determinato target.

Il dibattito all'interno delle realtà europee che operano nel turismo responsabile dimostra che il problema è sentito ma non vi è al momento un quadro chiaro, anzi si denotano una scarsa coesione organizzativa a livello europeo, la mancanza di sintesi fra i vari principi, grande eterogeneità sul focus che viene posto da ciascuno su alcuni aspetti piuttosto che altri.

Oggi che il turismo è cambiato e che anche il quadro del turismo responsabile europeo si è articolato, molte distinzioni e molte critiche sembrano aver ceduto il passo a un pragmatismo che se da un lato può assicurare una maggiore longevità delle singole organizzazioni, dall'altro denota un distacco almeno parziale, rispetto ai principi originari. E c'è anche chi si spinge a considerare obsoleta la distinzione fra realtà *profit* e *no profit* (Grigolli, 2011b), ritenendo conciliabile la immissione sul mercato di un prodotto di turismo responsabile con tutti i valori teorici proposti, dal rispetto dell'ambiente al maggior coinvolgimento e benefici per le comunità locali. Il che non è da escludere a priori, ma neanche può essere considerato un passo acquisito o scontato.

La gran parte delle parole d'ordine che oggi vengono usate sono le stesse di quelle usate in passato per il turismo sostenibile; e ciò fa venire in mente come anche in quel caso, nonostante fossero stati elaborati concetti interessanti, si sono avuti risultati scadenti e si è assistito a una caduta nella deriva economicista (Cohen, 2008).

E' dunque interessante capire se il turismo responsabile sia da concettualizzare al di fuori del paradigma neoliberista o se questo approccio ha le potenzialità di cambiare l'intero comparto turistico, consapevoli che sarà una maratona e non uno sprint e che bisogna rifarsi al motto di Gramsci: il pessimismo dell'intelletto, l'ottimismo della volontà. (Goodwin, 2009).

Impostazione della ricerca

Oggetto della ricerca

Questo studio ha come oggetto di analisi gli operatori europei di turismo responsabile, alla luce delle novità avvenute negli ultimi anni in uno dei continenti dove è ben sviluppata la concezione moderna del turismo.

Un termine, “turismo responsabile” che si presenta con una veste che sottende un messaggio non univoco e di non immediata comprensione, cui le organizzazioni che lo usano si riferiscono con diversi significati, a seconda dell'approccio sotteso. La responsabilità verso qualcuno, innanzitutto (Leslie, 2012); ma anche altri temi che riguardano il come il turismo deve essere condotto in un territorio (Hall, 2012).

Alcune organizzazioni si basano ancora oggi su degli elementi che ne hanno caratterizzato la fase originaria, in cui c'era un forte legame con i temi della solidarietà e della cooperazione allo sviluppo; altre lo concettualizzano in modo nuovo, più vicino alle esigenze del mercato.

Da un lato un modo di pensare il turismo che affonda le sue radici nelle critiche al turismo di massa e si concentra sul problema degli squilibri Nord-Sud. Dall'altro una concezione pragmatica, slegata da discorsi solidaristici, che fa dell'etica e dei comportamenti l'unico faro e l'unico principio di cui tener conto, da confrontare prevalentemente con la legge della domanda e dell'offerta.

Una diversificazione che sarà analizzata nel corso dei vari capitoli e che può rappresentare sia fonte di arricchimento che di debolezza per l'intero comparto del turismo responsabile.

Quel che è certo è che oggi ci sono diversi modi per intenderlo, tanto che c'è chi teorizza l'esistenza di turismi responsabili (Grigolli, 2011c), con un'accezione plurale che sottende la difficoltà di trovare una sintesi fra i vari approcci.

Uno studio che parte dal considerare il turismo convenzionale un'attività di consumo basato sul paradigma neoliberista, e si interroga su cosa stia diventando il turismo responsabile, se l'ennesima nicchia di mercato dell'industria turistica convenzionale o se ci sono ancora gli spazi per concepirlo in modo differente, attraverso un diverso paradigma.

In particolare, la ricerca si interesserà dei soggetti che portano avanti il turismo responsabile in Europa, ognuno con una propria accezione e una diversa attività, fra chi organizza viaggi in modo esclusivo o prevalente e chi si occupa principalmente di sensibilizzazione, educazione o formazione.

Obiettivi della ricerca

La ricerca si è posta come obiettivo principale l'analisi dei legami fra turismo responsabile e economia solidale, attraverso lo studio del modo di pensare e di agire degli operatori europei di turismo responsabile, e i loro legami con i concetti e con le realtà di economia solidale.

Si intendeva cioè capire se i concetti che sottendono al turismo responsabile abbiano dei punti in comune con le teorie dell'economia solidale e se quindi quest'ultima possa rappresentare un paradigma teorico utile a rafforzare i principi originari del turismo responsabile, riadattati al contesto moderno.

Le novità che hanno coinvolto questo settore negli ultimi anni, con l'organizzazione di viaggi effettuati non più solamente nei paesi in via di sviluppo ma che vede la presenza nei cataloghi di mete anche nel continente europeo, impone infatti un'attenta analisi; inoltre bisogna tener conto anche dell'affacciarsi di nuovi operatori che dicono di rifarsi al turismo responsabile, pur non avendo legami con le realtà che lo hanno concepito.

Economia solidale intesa in particolar modo nell'accezione data da Mance, vista dunque come alternativa alla globalizzazione capitalista, basata su una produzione e un consumo solidale (Mance, 2006); ma tenendo presente anche gli apporti teorici di matrice europea, meno radicali e più possibilisti rispetto alla comunicazione fra mercato e solidarietà.

Utilizzare l'economia solidale come paradigma di fondo potrebbe evitare ulteriori slittamenti semantici al concetto stesso di turismo responsabile, che sembra stia ripercorrendo lo stesso percorso che si è avuto per esempio nell'agricoltura biologica, con un processo di sussunzione da parte del capitale che ha portato a una convenzionalizzazione del settore dell'agricoltura biologica. O nel turismo sostenibile, come evidenziato durante la ricerca.

Senza una cornice teorica adeguata, infatti, chiunque potrà continuare a utilizzare

questo termine a proprio piacimento, ognuno con un proprio significato e un proprio modo d'agire, e non ci sarà più modo per differenziarsi, agli occhi del turista, fra chi intende il turismo responsabile in un modo e chi in un altro.

Nel corso della ricerca ci si è posti anche alcuni obiettivi complementari.

Un primo obiettivo è stato capire l'evoluzione del turismo responsabile in Europa, visto che fino ad oggi mancava un quadro chiaro e un'esplicitazione dei due diversi approcci esistenti. L'importanza di tale analisi è legata anche alla volontà di capire se la concezione olistica della sostenibilità, per cui ogni cellula è una parte di un tutto, ma al contempo il tutto sta nella parte (Mance, 2006) aveva un senso all'interno dello studio. Si intendeva cioè mettere in luce se e in che modo le singole realtà europee di turismo responsabile formano un'unità concettuale; e al contempo, poiché tale unità esiste in ogni singola realtà, vi sono le basi per un continuo riprodursi, capace di modificare il quadro esistente.

Un secondo obiettivo è stato soppesare le interazioni fra i vari attori poiché il pensiero complesso cui si rifà Mance *“aspira alla conoscenza multidimensionale e riconosce l'importanza dei legami tra le entità”* (Morin, 1993: p.3). A tal fine si è indagato sui comportamenti dei diversi attori presenti nel turismo responsabile: l'industria turistica, sia responsabile che convenzionale; i turisti; le popolazioni locali. Un'analisi che ha inteso sottolineare le possibili interrelazioni alla luce dei rapporti di forza esistenti e in cui si è data la giusta importanza ai residenti delle destinazioni turistiche, troppo spesso dimenticati nelle analisi sugli effetti del turismo e non considerati attori di cui tener conto.

Un terzo obiettivo complementare prende spunto dalla frammentazione di cui ci si è resi conto durante lo studio dei documenti delle realtà europee e alla tendenza in atto a considerare il turismo responsabile caratterizzato da singoli fattori. Ci si è chiesto se ciò possa rappresentare un'evoluzione concettuale di spessore, o se invece si rischia l'assorbimento da parte dell'industria turistica, rendendo le differenze fra questi due modi di intendere il turismo troppo poco comprensibili agli occhi dei turisti.

A tal fine si è provveduto sia a effettuare una ricerca mirata, inerente l'odierno modo di proporsi di alcune organizzazioni francesi di turismo responsabile rispetto all'informazione e alla sensibilizzazione; sia approfondendo i rischi legati alla tendenza a focalizzare l'attenzione su singoli elementi che vengono ritenuti caratterizzanti del

turismo responsabile piuttosto che considerarli all'interno di una concezione complessiva. Elementi come l'etica, la solidarietà, i benefici alle comunità locali, l'incontro.

Scelta dei casi studio

La ricerca ha inteso studiare le modalità di azione e di pensiero delle realtà europee di turismo responsabile, in special modo occidentali perché è lì che si concentra la maggior diffusione di questi operatori e si trova la maggior parte dei documenti analizzabili.

Dopo un attento studio dei documenti delle realtà di turismo responsabile presenti in Europa e vista la mappa degli operatori emersa, delle 4 nazioni che presentavano numeri significativi di realtà diffuse del territorio, si è optato per analizzare le realtà spagnole e quelle italiane.

Nel caso della Spagna il motivo della scelta va cercato sia nell'eterogeneità delle posizioni esistenti, sia nell'abbondante elaborazione di documenti e di studi a tema. Nel caso dell'Italia, in particolare delle realtà aderenti all'Associazione Italiana Turismo Responsabile (AITR), ha giocato un peso determinante il lavoro che si sta facendo da parte di AITR a interloquire con le realtà europee.

Ipotesi di ricerca

La ricerca verte sull'ipotesi che all'interno delle realtà europee di turismo responsabile ci siano numerosi punti di contatto con le teorie dell'economia solidale; un legame che, se rafforzato, potrebbe divenire la base di una concezione moderna del turismo responsabile e permettere di affrontare le sfide imposte dalla post-modernità, senza dover tradire i concetti originari per cui questo termine fu coniato.

Un paradigma teorico che può dunque permettere al turismo responsabile di potersi caratterizzare in modo diverso dai dettami imposti dal paradigma neoliberista che caratterizza la maggior parte delle attività turistiche e trasforma le buone idee in termini alla moda, in slogan vuoti di senso, in nicchia di mercato. O almeno avere le basi per un percorso differente rispetto all'approccio sviluppatista.

Un'economia solidale che in Europa assume una visione che si discosta parzialmente dai concetti elaborati nel Sud e Centro America nei decenni passati, adattandosi al

diverso contesto presente nel vecchio continente.

Nei paesi a capitalismo avanzato, infatti l'impossibilità di individuare leggi economiche universali ha portato ad un rinnovato interesse per la dimensione locale, con un'attenzione tesa a valorizzare le qualità peculiari dei luoghi e a promuovere l'autogoverno delle società locali e di cui l'economia solidale rappresenta una delle più vivaci espressioni, la cui peculiarità è quella di riportare in auge le relazioni di reciprocità e la sfera sociale (Bonaiuti, 2008). Vanno in questo senso progetti di turismo responsabile che tendono a favorire la co-responsabilità nella creazione di un progetto territoriale partecipato (Théveniaut e Laurent, 2005).

In Europa l'economia solidale è iscritta *“al tempo stesso nella sfera economica e in quella politica”* (Laville, 1998: p.24), in cui le questioni principali originarie sono state il lavoro e la formazione di una società democratica, *“con una concezione estensiva dell'economia che ammette varie componenti (economia di mercato, economia tradizionale, economia solidale...)”* (Laville, 1998: p.26), un'economia pluralistica che possa derivare da vari principi economici e non solo dal mercato.

Tenendo a mente questo diverso posizionarsi delle correnti di pensiero legate all'economia solidale, l'ipotesi della ricerca è che le organizzazioni interessate a portare avanti il turismo responsabile possano trovare nell'economia solidale la cornice teorica ideale per definire un percorso alternativo a quello del turismo convenzionale.

Metodologia utilizzata

Il turismo, inteso come un'attività di consumo ma anche esperienziale, negli ultimi venti anni è profondamente cambiato; le critiche sono sempre significative anche se alla luce dei nuovi approcci teorici si tende a colpevolizzarlo di meno e a ragionare maggiormente in ottica di prospettiva dialogica.

Tale prospettiva è utile per analizzare le relazioni che intercorrono fra turisti e popolazioni locali, e più in generale fra i vari attori, tenendo presente che l'esito di tali interazioni dipendono anche dal capitale sociale preesistente e dai rapporti di forza in campo.

Il turismo responsabile intende essere un modo nuovo di intendere il turismo ma la maggior parte degli studi fin qui esistenti si sono limitati a considerarlo o nella sua

accezione originaria, dove la prospettiva dialogica è quasi del tutto assente; o guardando a singoli fattori, tendenza in atto in questi ultimi anni.

Lo studio ha inteso analizzare il turismo responsabile nella sua complessità, alla luce dei principi base del pensiero complesso di Morin che sottendono anche le teorie più radicali dell'economia solidale.

A tal fine si è provveduto a uno studio iniziale per effettuare una prima mappatura delle realtà esistenti, seguito dallo studio dei documenti realizzati dalle maggiori realtà di turismo responsabile europeo.

In seguito sono state approfondite alcune tematiche considerate importanti ma complementari rispetto al focus della ricerca e solo nell'ultima fase si è provveduto a una ricerca sul campo, con interviste semi-strutturate e in profondità, per confrontare sia gli operatori rispetto ai propri documenti, cioè la teoria con la prassi; sia per evidenziare ed approfondire alcune tematiche ritenute basilari; sia infine per poter valutare l'ipotesi di ricerca.

L'analisi è di tipo misto quantitativo e qualitativo, poiché le interviste semi-strutturate rappresentano *“un modo particolare di rilevazione nel quale i due approcci convivono”* (Corbetta, 1999: p.430). E anche perché le realtà intervistate soddisfano alla condizione di *“esser in grado di interagire strettamente e stabilire dei criteri e classificazione e di giudizio comuni”* (Corbetta, 1999: p.432).

Tempi e Fasi della ricerca

La ricerca è stata suddivisa in tre fasi.

Nella prima ci si è soffermati sulla ricerca bibliografica e sull'analisi della letteratura scientifica, compensate da studi di letteratura grigia e analisi documentaria. Questa prima fase è stata condotta prevalentemente dalla primavera 2010 fino alla primavera del 2011.

Nella seconda fase la ricerca è proseguita con degli approfondimenti delle diverse tematiche e problematiche emerse durante la prima fase, seguendo un percorso di ricerca articolato, in cui ogni passo è servito per chiarire o evidenziare alcuni nodi teorici riscontrati su cui si è ritenuto di doversi soffermare, prima di procedere oltre. E per identificare i possibili casi studio. Questa fase è iniziata sul finire della primavera del

2011 e si è conclusa un anno dopo, nella primavera del 2012.

La terza fase ha conciso con la ricerca empirica sul campo, e con la successiva analisi e interpretazione dei dati raccolti, iniziata nell'inverno 2011-2012 e terminata con la fine dello studio.

La ricerca bibliografica nella prima fase è stata resa possibile grazie in particolar modo agli strumenti messi a disposizione dalla biblioteca dell'Università della Calabria tramite la banca dati degli articoli online e la presenza in internet di molti articoli messi a disposizione gratuitamente da riviste di università straniere, in special modo spagnole. Per i libri, si è provveduto a utilizzare il prestito interbibliotecario laddove i volumi non erano presenti nelle biblioteche di Ateneo, oltre a diversi volumi messi a disposizione dalla tutor. Per i libri italiani di maggior e interesse sul turismo responsabile si è provveduto inoltre a un mirato acquisto. Per alcuni libri stranieri ritenuti basilari si è provveduto a acquisti online, utilizzando le librerie specializzate in libri usati

La letteratura grigia è ben presente *on line* ed è stata facilmente individuata dopo aver tracciato una prima mappatura di quali sono le ONG e altre realtà di livello internazionale che pubblicano articoli sui temi del turismo responsabile, o più in generale dei problemi legati al turismo.

Durante questa fase si è provveduto a effettuare una mappatura ragionata di come si è evoluto il turismo responsabile, punto di partenza per scegliere le Nazioni dove indirizzare la ricerca empirica; ma anche per tracciare alcune questioni che si è ritenuto fossero da tenere in conto poiché propedeutiche alla riflessione relativa all'ipotesi della ricerca.

Nella seconda fase si è provveduto ad approfondire alcune tematiche fra quelle emerse nella prima fase di studio; si è inoltre strutturata l'intervista, la si è testata e si sono scelti i casi studio.

Un primo approfondimento ha riguardato il tema degli attori e le possibili interazioni fra loro, cui si è dedicato un intero capitolo perché si è ritenuto significativo legare le teorie sulle interazione fra gli attori e quelle sui rapporti di forza all'interno di un settore, quello turistico, dove c'è la tendenza a dimenticarsi della presenza delle

popolazioni locali fra gli attori di cui tener conto.

In seguito si è effettuata una ricerca sui 12 operatori di turismo responsabile francesi certificati col marchio *Agir pour un tourisme responsable* (ATR), dei quali sono stati analizzati i siti web. Scopo di questo approfondimento è stato il voler sottolineare uno dei punti critici relativi al cambiamento in essere in Europa all'interno degli operatori di turismo responsabile: l'aumento di attenzione verso la promozione, quindi marketing turistico, e al contempo la diminuzione della sensibilizzazione, che fino a pochi anni fa era la caratteristica principale di chi operava nell'ambito del turismo responsabile. La scelta di queste realtà francesi è motivata dal fatto che ATR è un marchio nato in anni recenti, ben connotato da un disciplinare e ricadente in quelle esperienze innovative che rappresentano le nuove frontiere del turismo responsabile, con tutte le problematiche che ne conseguono, e di cui in questo studio si vuol tener conto.

Altre tematiche trattate in questa fase sono state il limite dell'utilizzo di singoli elementi per caratterizzare il turismo responsabile.

Il pre-test ha permesso di effettuare delle modifiche sia inerenti alla comprensione delle domande, sia alle possibili risposte; il primo è stato effettuato nell'ambito di un incontro pubblico organizzato da AITR all'interno della fiera del biologico SANA a Bologna, nel mese di settembre del 2011. Da questo test sono emerse indicazioni per una migioria nel linguaggio utilizzato, al fine di essere comprensibile alle diverse organizzazioni che si occupano di turismo responsabile.

Successivamente il test è stato effettuato anche in Spagna, per adattare il linguaggio.

La terza fase ha conciso con la ricerca empirica sul campo, ed è a sua volta divisibile in un primo periodo di partecipazione seguito da un periodo di interviste.

Il primo periodo è stato condotto partecipando a importanti incontri di respiro nazionale e internazionale, sia in Italia che in Spagna. Ma anche con la partecipazione a discussioni nate in seno alle realtà di turismo responsabile italiane e spagnole, in occasione di incontri *de visu* o telematici.

Nel secondo si è provveduto a effettuare interviste semi-strutturate e interviste in profondità. Sono state condotte 8 interviste in profondità ad alcuni operatori considerati osservatori privilegiati della situazione europea del turismo responsabile, per

approfondire determinate questioni, di cui si trova traccia all'interno dei capitoli centrali oltre che nel capitolo dedicato allo studio dei casi. E 40 interviste semi-strutturate, 20 in Spagna e 20 in Italia, con domande in prevalenza chiuse e la possibilità di commentare e di approfondire la maggior parte delle domande poste.

Le interviste sono state effettuate in Italia da settembre a dicembre 2011, in occasione di incontri dell'AITR o andando di persona a trovare determinati operatori che si erano detti favorevoli a concedere l'intervista.

Sono poi state condotte in Spagna da gennaio a marzo 2012, alcune in occasione di un incontro svoltosi a Madrid all'interno del FITUR, la Fiera del turismo spagnolo, e poi attraverso un viaggio per tutta la Spagna, per poter conoscere anche in modo più approfondito alcuni dei luoghi dove operano le realtà intervistate.

Il viaggio è stato anche un modo per osservare le differenze fra i diversi approcci al turismo responsabile in Spagna, mentre in Italia già questa conoscenza era in fase avanzata perché da tempo chi scrive frequenta le realtà di turismo responsabile italiane a causa del suo impegno all'interno del Gruppo Formazione dell'associazione che raduna la maggior parte delle realtà italiane di turismo responsabile.

Un viaggio in terra di Spagna che è servito dunque per fare una mappatura che oggi non esiste, cercando di conoscere quante più realtà possibili lungo il cammino e notare i loro diversi approcci, le loro sedi, il loro personale: tutti dati utili nel corso della ricerca; e così si è passati, tanto per citare qualche esempio dall'associazione catalana ben strutturata alla ONG valenciana che ha una sede piena di manifesti e cartelloni appesi alle pareti; dalla ditta che fa lavorare decine di giovani come *call center* per le prenotazioni alle variegate realtà madrilene; passando per l'agenzia di viaggio andalusa che mi ha raccontato tutti i passaggi societari da quando era associazione che faceva viaggiare gli amici fino al dover esser costretta a trasformarsi in agenzia.

Strumenti di selezione e raccolta dati

La selezione dei dati per l'approfondimento relativo al turismo responsabile, al fine di ottenere un quadro teorico chiaro di cosa stia accadendo in Europa, si è basata sullo studio della letteratura scientifica che si è rivelata essere insufficiente, per cui si è allargata a studi delle varie forme che oggi vengono comprese dentro il concetto di

turismo responsabile, come il turismo comunitario, quello solidale, quello equo e l'ecoturismo. Inoltre, visti i continui rimandi al turismo sostenibile, si è deciso di approfondire anche questo rapporto.

Solo in seguito si è riscontrata la pubblicazione di studi espliciti sul turismo responsabile, in particolar modo sul nuovo modo di intenderlo, di cui si è tenuto conto con un lavoro di integrazione fra l'approccio originario e quello attuale.

Per sopperire alla mancanza di testi afferenti alla letteratura scientifica riscontrate durante la prima fase, si è fatto anche uso della letteratura grigia disponibile, con articoli scritti dagli attivisti del turismo responsabile apparsi su riviste non scientifiche, utile a colmare i pochi studi esistenti sul tema, in particolar modo rispetto alle prime fasi in cui si è sviluppato nel mondo e poi in Europa.

E per completare la conoscenza del turismo responsabile dal punto di vista dell'oggetto di ricerca, si è poi fatto riferimento all'analisi documentaria, tramite lo studio dei documenti degli operatori europei e degli organismi sovranazionali, dalle carte di principi ai codici di condotta.

Lo studio della letteratura ha toccato anche altri punti fondamentali per la ricerca, come gli studi critici all'approccio neoliberista nel turismo, e quelli riferiti a temi che sono stati usati come base dell'impianto teorico, come le teorie sul capitale sociale, la prospettiva dialogica e i rapporti di potere, con riferimento al turismo.

Ci si è infine concentrati sullo studio dell'economia solidale, dalle posizioni dei teorici sud americani a quelle dei teorici europei.

Gli approfondimenti successivi, contenuti nei capitoli centrali dello studio, sono stati effettuati sia con uso di letteratura e in un caso grazie a una ricerca sui siti web di alcune realtà francesi scelte per monitorare i cambiamenti rispetto alla sensibilizzazione sui guasti del turismo e ai rapporti fra realtà di I e di II livello.

La ricerca empirica è stata condotta innanzitutto con un periodo di partecipazione a incontri significativi di operatori di turismo responsabile e con lo studio dei documenti e del dibattito in corso fra i vari operatori. Successivamente si è passati a effettuare interviste semi-strutturate e interviste in profondità.

La partecipazione a riunioni, assemblee e incontri di sensibilizzazione è servito a diversi scopi: innanzitutto far conoscere la ricerca; avere un quadro più preciso di cosa

accade in Europa; facilitare la scelta dei casi studio; decidere con maggior cognizione di causa quali fossero le questioni avvertite anche dai soggetti da intervistare rispetto a quelle emerse nello studio preliminare. E infine prendere contatti con le realtà del turismo responsabile europeo che si è inteso intervistare.

Nello specifico si è provveduto a esser presenti in occasione di incontri particolarmente significativi svoltisi sia in Italia che in Spagna, quali: le assemblee annuali dei soci di AITR; convegni a tema, riunioni su temi in cui il dibattito è aperto, come quello sulle certificazioni; le riunioni annuali dell'alleanza europea per il turismo responsabile EARTH; uno dei primi appuntamenti di rilievo nazionale svoltosi in Spagna sul turismo responsabile, all'interno della fiera del turismo di Madrid. Si è inoltre partecipato il più possibile a dibattiti, in genere avvenuti su internet, relativi alle principali tematiche evidenziate nella prima parte di questo studio.

Sono seguite interviste semi-strutturate e in profondità.

Le interviste in profondità sono servite per approfondire alcune questioni nodali. Sono state effettuate 8 interviste in profondità di cui 3 in Italia, il resto in Spagna. Tali interviste hanno toccato diversi temi, alcune dedicate ad analizzare questioni trattate durante la fase preliminare della ricerca, altre che hanno preso spunto dalle interviste semi-strutturate nel frattempo effettuate.

Le interviste in profondità sono state condotte a personaggi che sono stati ritenuti significativi per il ruolo che ricoprono nel panorama del turismo responsabile europeo, o perché rappresentavano delle organizzazioni che si sono distinte per il loro attivismo o per la propria riflessione su alcuni dei temi che si intendeva affrontare: il presidente, il vicepresidente e un altro esponente della rete europea di turismo responsabile EARTH, il presidente e la vicepresidente dell'Associazione Italiana Turismo Responsabile (AITR), un esponente del *Foro de Turismo Responsable* (FTR), uno dei responsabili del progetto TRES, un esponente del *Centro Español de Turismo Responsable* (CETR) oltre a esponenti di varie organizzazioni italiane e spagnole che si occupano di turismo responsabile.

L'intervista semi-strutturata, ne sono state effettuate 20 in Italia e 20 in Spagna, è stata pensata per conoscere il punto di vista degli operatori sulle questioni che l'analisi condotta nella prima fase di studio hanno evidenziato; inoltre è servita ad approfondire l'ipotesi di ricerca inerente i rapporti fra turismo responsabile e economia solidale.

I temi trattati sono dunque stati:

- Gli elementi che caratterizzano il turismo responsabile.
- Identikit teorico e pratico della comunità locale e il suo ruolo nel turismo responsabile.
- Turismo responsabile e possibili differenze fra viaggi nel Sud e nel Nord del mondo.
- Punti di contatto fra turismo responsabile e economia solidale.

Si è trattato di interviste semi-strutturate poiché quasi tutte le domande permettevano agli intervistati di aggiungere qualcosa, di approfondire qualche concetto, di effettuare chiarimenti; opportunità colta in alcuni casi con lunghi dialoghi di approfondimento, in altri casi in modo più sintetico.

Tale strutturazione è servita per indirizzare le risposte sulle questioni che si intendevano approfondire, senza tuttavia chiudere alle possibilità di precisazioni e chiarimenti.

Uso della terminologia adottata

Nel corso dello studio verranno utilizzati i termini Nord e Sud del mondo senza con questo voler tracciare una linea di demarcazione di tipo geografico. I due termini, che oggi risultano senza dubbio obsoleti, hanno il pregio di rifarsi a un'ampia letteratura sul tema degli squilibri che risulta di immediata comprensione.

Quando si farà riferimento a viaggi nel Sud del mondo, dunque, si intende parlare di tutti quei luoghi, indipendentemente da dove siano collocati geograficamente, che non hanno sviluppato economie di tipo capitalistico o dove, pur all'interno di Stati dove il capitalismo è presente o in ascesa come nel caso del Brasile, vi sono destinazioni dove l'impatto del turismo è particolarmente problematico, a iniziare dal fatto che le comunità locali non hanno un forte potere contrattuale per competere con le leggi imposte dal capitalismo, con la conseguenza che sempre più spesso interi territori vengono privatizzati per consentire lo sviluppo del turismo in senso capitalistico.

Un altro termine che sarà costantemente usato riguarda le realtà di I o di II livello. Nel primo caso si fa riferimento a singole organizzazioni, indipendentemente dal loro status giuridico. Al contrario le realtà di II livello sono organizzazioni che aggregano realtà di I

livello. Anche in questo caso il termine non evidenzia uno status giuridico, possono trattarsi di associazioni egualmente costituite, ma anche di network.

Ringraziamenti

Si ringraziano Isabel, Giacomo e Stefania, Vincenzo e Sara, Alessia per avermi facilitato le ricerche in Spagna. Il personale del centro residenziale e della biblioteca per l'ottimo lavoro svolto quotidianamente. I professori dell'UNICAL che mi hanno dato preziosi suggerimenti, in particolar modo Gilda Catalano e Santino Fiorelli, nonché il professor Alberto Marradi. La mia tutor, la dottoressa Silvia Sivini, per avermi seguito e avermi messo a disposizione la sua biblioteca personale. I colleghi della A.G.Frank per il loro sostegno fattivo.

Capitolo 1 – Dal turismo di massa al turismo responsabile

1.a – Scienze sociali e turismo

1.a.1 - Origini degli studi sociali sul turismo

Gli studi sul turismo nelle scienze sociali sono storia recente, per anni si è pensato che fosse sbagliato occuparsene (Smith, 1992) se non dentro campi di riflessione più ampi, come quello dei forestieri proposto da Knebel nel 1960 o all'interno di una critica alla società dei consumi di massa, come fece Boorstin, che paragonò il turismo a uno pseudo-evento (Savelli, 1996).

Poi qualcosa è cambiato, il turismo ha assunto una sua specifica valenza all'interno degli studi di scienze sociali, fino quasi a diventare una disciplina a sé stante e ciò si spiega innanzitutto con la crescita del fenomeno, tendente a coinvolgere i diversi strati della società, e le conseguenze sociali ed economiche che ne sono derivate (Romita, 2000).

Il turismo moderno nasce sulla scia è figlio dell'affermazione della società industriale che, dopo aver razionalizzato tempi e spazi lavorativi, ha iniziato ad assorbire anche il tempo libero all'interno della sfera della produzione (Krippendorf, 1987; Savelli, 2008). Tempo libero che all'inizio del Novecento aveva assunto una sua particolare valenza di massa da quando ai lavoratori erano state pagate le ferie (Nash, 2001).

Vacanze e turismo diventano prodotti da consumare, tempo lavorativo e tempo libero diventano due lati della stessa medaglia, entrambi assoggettati alle regole del consumo (Baudrillard, 1976), cui la società industrializzata fornisce motivi e mezzi: riposarsi per poi tornare a lavorare; soldi e tempo per poter viaggiare (Krippendorf, 1987).

Andare in viaggio diventa un rituale, un'esperienza sacrale della società dei consumi, in modo analogo a come gli antichi ritenevano sacri i momenti di non lavoro (Graburn, 1989); i turisti occidentali invadono il mondo e ciò implica contatti sociali fra persone culturalmente diverse e innesca processi acculturativi (Sertorio, 1998; Nash, 1996).

Visto il crescente aumento di turisti, questa attività diventa oggetto di studio da parte

di chi lo ritiene un fatto sociale (Cohen, 1972), meritevole di essere analizzato a sé stante. Vengono dunque poste le basi per uno studio sistematico del turismo, in cui ognuno sottolinea diversi aspetti; Riesman ad esempio compara le diverse fasi storiche con i tipi di soggetti corrispondenti mentre MacCannell interpreta l'incontro tra turisti e popolazione locale, oltre all'organizzazione turistica del territorio, basandosi sul concetto di rappresentazione dell'autenticità (Savelli, 2011).

Dopo i primi vani tentativi di trovare degli schemi universalmente validi, ci si è resi conto che il turismo non era analizzabile da una singola disciplina poiché entità dinamica e complessa (Crick cit. in Smith, 1992), un fenomeno sociale osservabile da diversi punti di vista (Sertorio, 1998). Ci si è allora concentrati sullo studio di determinate categorie concettuali, a iniziare dal turista (Cohen, 1974; Smith, 1989), per sistematizzare i diversi tipi esistenti e approfondire le sue motivazioni, le sue attese, le sue scelte, i suoi pregiudizi, il ruolo, il suo cambiamento, il suo sguardo. Altri studi si concentrano su aspetti quali i vari impatti del turismo sulle destinazioni, di tipo socio-economico, socio-culturale e ambientale; le possibili interazioni fra ospiti e ospitanti; le reazioni di chi vive nelle destinazioni (Cohen, 1984; Savelli, 2011).

Da questi studi emergono pregi e difetti del turismo, specie per quanto riguarda il suo impatto (De Kadt, 1979), la comunità scientifica si divide fra chi prosegue ad analizzare le problematiche nate in relazione a questa attività, con un approccio critico; e chi, seguendo una deriva economicista in un periodo storico in cui la possibilità dell'esistenza delle discipline accademiche si regge sul loro valore di scambio nel mondo delle merci (Nogués-Pedregal, 2009b), ha supportato l'industria turistica con lavori atti a persuadere specie le popolazioni locali di quanto fosse valido il turismo (Cohen, 2008). Tale propensione si è acuita nel decennio culturale 1988-1997 voluto dall'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura (UNESCO), in cui non si è persa occasione per inculcare l'idea che il patrimonio culturale poteva essere salvato solo da questo tipo di attività, grazie al concetto della valorizzazione, analogamente a quanto era stato fatto in precedenza per il patrimonio naturale (Nogués-Pedregal, 2009a).

1.a.2 – Gli studi in epoca “post-moderna”

L'evoluzione delle società occidentalizzate, con tutti i cambiamenti ambientali, culturali e politici connessi che portano verso la post-industrializzazione (Smith, 1992) e l'avvento della globalizzazione, vedono aprirsi nuovi scenari degli studi sul turismo (Savelli, 2011).

Nelle società occidentalizzate si affermano la frammentazione e l'individualismo, tanto da essere soprannominata “liquida” (Bauman, 2006), con forme meno massificanti nella vita quotidiana, e quindi anche nel tempo libero.

Gli studiosi si trovano davanti a “un uomo orientato secondo parametri innovativi nella costruzione e fruizione del tempo libero” (Guidicini, 1999, p.20). Si passa da una cultura turistica incentrata sull'affermazione di un'identità sociale sviluppatista, in cui il turista andava a confermare in viaggio la propria identità, a nuove modalità legate alla mancanza di certezze legate alla postmodernità, in cui viaggiare diventa un modo per costruire un'identità (Savelli, 2010) e si cerca di “cogliere, vivere, valorizzare, gustare i mondi altri” (Guidicini, 1999, p.24).

Il turista postmoderno ha iniziato a non seguire più solo le indicazioni di cosa andare a vedere o fare, orientato dal marketing turistico, ma a cercare altre proposte e diversificare le sue abitudini in viaggio (Savelli, 2004), permettendo nuovi approcci di studio che sottolineano il fattore esperienziale del turismo sia per i turisti che per le comunità locali (Savelli, 1999).

Inoltre se fino a pochi decenni addietro l'attenzione degli studiosi era rivolta quasi esclusivamente alla proposta eterodiretta che si identificò nel turismo di massa, con tutte le problematiche relative agli impatti sui territori, la diversificazione odierna degli stili di vita e degli stili di viaggio ha aperto spazi allo studio di fenomeni che, pur essendo sempre esistiti, erano stati trascurati perché ritenuti marginali, come il turismo *fai da te* (Romita, 2010), quel turismo cioè che sfugge spesso quasi del tutto ai dettami dell'industria turistica.

In questa “modernità liquida”, lo spazio non rappresenta più un tratto significativo (Bauman, 2002 e 2005; Richards e Hall, 2003) e vi è il superamento di alcune contrapposizioni del passato come quella fra interno ed esterno, fra turisti e comunità locali; infatti l'interazione nei luoghi diventa più complessa e meno polarizzata, con la presenza contemporanea di gruppi sociali diversi che vanno dai turisti agli immigrati,

dai pendolari ai residenti. Tutto è più sfumato e le categorie utilizzate in passato non permettono di capire facilmente questa nuova fase (Savelli, 2008).

Per questo motivo negli ultimi anni si è fatta strada l'idea che ci sia bisogno di un approccio transdisciplinare, per riportare lo studio del turismo all'interno di schemi concettuali più ampi, come può essere quello delle migrazioni o delle destinazioni turistiche (Nogués-Pedregal, 2009a).

Resta comunque viva la diatriba fra detrattori e fautori del turismo; da un lato si pone chi ha visto nel turismo l'esaltazione del processo di democratizzazione dell'uso del tempo libero (Romita, 2000) che può arrecare benefici economici ma anche favorire la conservazione del patrimonio e creare le premesse per la rivalorizzazione delle proprie peculiarità (Barretto, 2007).

Dall'altro chi ritiene che il turismo abbia delle caratteristiche simili a quelle imperialistiche, poiché invade i territori in cui ha deciso di svilupparsi e non dà possibilità alle comunità locali di seguire altre strade (Nash, 1989), un'attività dunque neocolonialista (ECOT *et al.*, 2009) o più semplicemente di stampo neoliberista (Gascón, 2009), da inserire nell'alveo degli studi sui consumi (Hall, 2012).

Tutto ciò alla vigilia di un ennesimo cambio epocale, rappresentato dall'imminente avvio di una nuova fase egemonica dove sarà presumibilmente la Cina a influenzare il dibattito internazionale (Sivini G., 2010) e anche il turismo sarà investito da nuove impostazioni che giungeranno stavolta dall'estremo oriente, con conseguenti adattamenti, nuovi documenti di indirizzo, nuove prassi che potrebbero modificare l'intero comparto turistico. E gli studi relativi, proponendo nuove problematiche da studiare o il ritorno di vecchie problematiche.

1.b - Un prodotto speciale che può creare problemi

Il prodotto venduto dall'industria turistica non ha le stesse caratteristiche di un elettrodomestico, innanzitutto perché non è un oggetto, ma appartiene al settore terziario, essendo il pacchetto turistico un servizio intangibile. Poi, caratteristica

fondamentale, perché non si consuma in casa propria ma in casa altrui, cioè nelle mete turistiche (Goodwin, 2011a) e ciò innesca una serie di meccanismi e di situazioni che coinvolgono direttamente altre persone (ONU, 1999), oltre che uso di risorse: l'acqua e l'energia, ad esempio, non sono quelle che consumiamo a casa nostra per fare una lavatrice, ma sono le stesse che utilizza chi abita quotidianamente nei luoghi divenuti mete turistiche. E tali risorse, comuni a entrambi i soggetti, sono esposte al degrado (Simonicca, 2006). L'aumento dell'antropizzazione derivante dal turismo è dunque un fenomeno con cui fare i conti e implica delle scelte (Grigolli, 2011c).

1.b.1 – I problemi legati all'attività turistica

Lunga è la lista dei problemi evidenziati dagli studiosi connessi con le attività turistiche; alcuni cagionati a prescindere dalla situazione di partenza, altri derivanti da peculiarità presenti sul territorio, in special modo lo squilibrio esistente fra potenzialità economiche dei turisti e comunità locali di accoglienza (Nash, 1989), riproducendo un sistema in cui i vari elementi che interagiscono hanno pesi differenti (Krippendorf, 1987).

Generalmente le problematiche vengono suddivise in 2 o 3 categorie; da un lato ci sono le problematiche ambientali, riferite quindi al territorio e alle risorse naturali; dall'altro quelle relative alle popolazioni locali, che sovente vengono suddivise in 2 sotto categorie: i problemi socio-culturali e quelli economici.

La divisione a 3 qui presentata viene mutuata dal linguaggio usato per porre le fondamenta teoriche dello sviluppo sostenibile, risalente al 1992, in cui vengono evidenziati i 3 settori cardine: ambiente, equità, che tocca dunque gli aspetti socio-culturali, economia.

Fra i maggiori punti critici presenti indifferenziatamente in tutto il globo vi sono innanzitutto le problematiche ambientali quali l'inquinamento, la distruzione del paesaggio, la deforestazione, lo sfruttamento e l'espropriazione delle risorse naturali locali (Laurent, 2003); la cementificazione delle coste e di altri territori ad alto pregio naturalistico (Gascón, 2010).

Il Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente (UNEP) segnala le seguenti criticità

legate all'utilizzo delle risorse naturali in ambito turistico²:

- Consumo di risorse (acqua; altre risorse locali non sufficienti a soddisfare le esigenze sia delle popolazioni che dei turisti; deterioramento del territorio).
- Inquinamento (dell'aria; rumore; produzione e smaltimento rifiuti; sporcizia).
- Scarico delle acque reflue.
- Inquinamento estetico.
- Impatti fisici dovuti allo sviluppo del turismo (deforestazione; distruzione di territorio; distruzione di costa).
- Impatti fisici dovuti alle attività dei turisti (consumo della vegetazione e del suolo; alterazione dell'ecosistema; ancoraggio e attività marine).

E più in generale, elenca i seguenti punti critici cui le attività turistiche contribuiscono:

- Perdita di biodiversità.
- Aumento del buco dell'ozono.
- Cambio climatico.

Altre problematiche afferiscono al campo socio-culturale, legate in particolar modo all'incontro fra turisti e popolazioni locali. Ma anche relative all'interazione fra operatori turistici e popolazioni locali e fra istituzioni e popolazioni locali.

I turisti hanno un impatto non solo sulle risorse naturali della destinazione prescelta ma anche sulle persone che incontrano durante le loro esperienze di viaggio, mentre "consumano" il prodotto turistico. Impatto che ha inevitabili ripercussioni socio-culturali, positive o negative, che varia al variare di molteplici variabili (Savelli, 1996; Boyer, 1993; Lanfant, 2003; Montani, 2005; Barretto, 2007) e che può influenzare la vita di singoli individui o di intere comunità.

Non si tratta solo di comportamenti poco rispettosi o invasivi da parte dei turisti (Laurent, 2003) che al più possono scatenare reazioni o risentimento da parte degli autoctoni; sovente, specie in nazioni dove la situazione economica è particolarmente disagiata, tali atteggiamenti modificano profondamente il tessuto sociale di un popolo, con delle derive quali il turismo sessuale specie a danno di minori, una piaga che esiste da decenni (Dehors, 2001; Cullen, 2005) e che coinvolge paesi come la Thailandia o il

² Fonte: sito dell'UNEP, <http://www.unep.org> - sezione Resource efficiency - Business - Sectoral Activities - Tourism, visitato il 15 luglio 2013.

Kenia.

Vi è anche il rischio che si inneschi un processo per cui i cittadini locali, specie le nuove generazioni, tendono a snobbare le attività tradizionali e a concentrarsi solo sulle attività turistiche (Stronza, 2008).

O si innescano tentativi di imitazione degli usi dei turisti da parte dei cittadini locali, problema legato a una generale occidentalizzazione negli usi e nei costumi locali (Llena, 2002; Barretto, 2007; Berruti e Delvecchio, 2009).

Ulteriori problematiche riguardano gli usi e costumi delle popolazioni locali e il rischio che avvenga una mercificazione delle culture, ridotte a mero folklore e alla banalizzazione dei propri luoghi per soddisfare le esigenze o spesso le attese dei turisti (Pieroni, 2003a; Berruti e Delvecchio, 2009). Ciò perché il turismo impatta sulla capacità di una comunità di mantenere un proprio equilibrio, visto che l'identità è relazionale, prodotta da una continua negoziazione, dovuta alla presenza dell'altro (Grigolli, 2011c), che in questo settore è rappresentato dai turisti.

Altri motivi di attrito sono stati riscontrati in relazione alle politiche turistiche decise dalle istituzioni locali e nazionali, che spesso sono favorevoli all'industria turistica e non tengono in particolare conto le richieste delle popolazioni locali. E' il caso della realizzazione di infrastrutture utili solo ai turisti, che provoca malumori e talvolta rivolte da parte delle popolazioni locali (Laurent, 2003), specie se le istituzioni locali sono responsabili di una diminuzione di spesa pubblica in settore tradizionali, in molti casi quello agricolo, a favore dell'implementazione delle strutture ricettive (Rivera-Mateos, 2012).

Questi fenomeni sembrano maggiori nei paesi meno industrializzati; in tali luoghi l'attività turistica è in genere voluta dalle autorità locali per diversificare le entrate economiche o è spinta dai desiderata dell'industria turistica internazionale, che individua territori appetibili per sviluppare un mercato turistico, il che si collega con la terza categoria di problemi, relativa ai problemi economici. Per intercettare flussi turistici provenienti dai paesi ricchi servono infrastrutture in grado di attirare tale potenziale clientela; per costruire le infrastrutture necessarie, quali aeroporti, strade, alberghi e ristoranti occorre attrarre investitori stranieri, gli unici a disporre del capitale necessario. Per convincerli a investire nella propria località, le autorità locali fanno concessioni di vario tipo, dall'abbassamento o azzeramento di tasse (Laurent, 2003) alla

concessione di estesi suoli a prezzi irrisori (Nash, 2001). Ciò ha creato le premesse per gli ulteriori squilibri esistenti fra investitori stranieri e cittadini del luogo, sia da un punto di vista sociale, con la perdita delle capacità di autogoverno delle comunità locali alla mercé delle multinazionali di questo settore (Plüss, 2003), sia da un punto di vista economico, visto che la maggior parte dei proventi del turismo internazionale non resta nella destinazione turistica ma va a finire nelle tasche degli stessi investitori (Pieroni, 2003a, Gascón, 2009).

Si ritiene inoltre che il turismo sia diventato, di fatto, “*parte integrante dei programmi di aggiustamento strutturale imposti dalle organizzazioni finanziarie internazionali come il Fondo Monetario Internazionale o la Banca Mondiale, che lo classificano come una strategia di esportazione e strumento per il rimborso dei suoi prestiti*” (Rivera-Mateos, 2012: p.28).

Altri problemi economici sono legati al lavoro, la cui qualità è prevalentemente stagionale e di basso livello; c'è poca possibilità di fare carriera (Krippendorf, 1987); si registra inoltre la bassissima sindacalizzazione (Fernández Miranda, 2011), oltre allo squilibrio sociale che si viene a creare fra chi lavora nel settore turistico e chi no, o perché i primi guadagnano comunque molto di più di chi effettua lavori tradizionali (Montani, 2005), o perché lavorare nel settore turistico è considerato servile, specie nelle nazioni industrializzate (Krippendorf, 1987).

Di queste criticità, alcune sono caratteristiche dell'attività turistica, ma in altri casi ci si trova davanti a situazioni che possono essere riscontrate anche in altre categorie merceologiche (Barretto, 2007) e ciò ha permesso ai fautori del turismo di rispedire al mittente alcune delle critiche rivolte a questa attività.

Non sarebbero i turisti ad essere un problema, bensì la gente; i problemi legati al turismo sono gli stessi che si presentano durante un festival musicale o un evento sportivo (Ashworth, 2012).

Analogamente si è ritenuto di dover difendere il turismo dalle critiche di chi lo vede come un veicolo di degrado culturale e di forzata occidentalizzazione se riferito agli usi e costumi delle popolazioni locali, visto che anche la televisione ha avuto un potere pervasivo simile e i media in generale possono avere gli stessi effetti. Per tale motivo oggi si preferisce parlare al più del turismo come ad un acceleratore di certi fenomeni tipici della globalizzazione (Barretto, 2007).

Date queste osservazioni, oggi piuttosto che criticare il turismo *tout court*, c'è chi preferisce dividere le problematiche in riferimento al grado di maturità di una destinazione turistica, oltre al fatto che pur essendo il turismo moderno un'attività legata al consumo (Hall, 2012), non bisogna ritenerlo automaticamente “cattivo” e collegarlo al consumismo, poiché si può ipotizzare anche una cultura del consumo nel settore turistico, che potrebbe essere giudicata in modo positivo (Sharpley, 2012).

1.b.2 – Primi passi per risolvere i problemi evidenziati

I problemi ambientali e quelli legati alle popolazioni locali sono stati tema di dibattito accademico, di predisposizione della società civile e di documenti da parte degli organismi sovranazionali.

I fautori del turismo non possono certo negare che vi siano problematiche rispetto alle risorse naturali di una destinazione, e si prodigano da decenni per trovare delle soluzioni, che in genere vengono affidate alla moderna tecnologia (Jenkins, 2002).

Gli organismi sovranazionali si muovono in modo macchinoso, specie quelli legati o vicini alle Nazioni Unite; sono lenti a recepire le istanze e a cercare almeno in linea teorica delle soluzioni.

Di problemi ambientali se ne parla nella Conferenza di Stoccolma del 1972 che ha per tema l'ambiente umano, organizzata dalle Nazioni Unite e che vede stilata una dichiarazione in 26 punti con delle raccomandazioni fra cui la necessità che le risorse naturali debbano essere protette, preservate e opportunamente razionalizzate per il beneficio delle generazioni future. Non vi sono ancora riferimenti al settore turistico.

E' un primo passo ma bisognerà attendere ben 15 anni per un passo avanti: nel 1987 viene redatto il Rapporto Brundtland, elaborato dalla *World Commission on Environment and Development* (WCED) delle Nazioni Unite, in cui viene definito il concetto di sviluppo sostenibile, inteso come “sviluppo capace di soddisfare i bisogni del presente senza compromettere le possibilità di fruizione per le nuove generazioni” (WCED, 1987).

Il rapporto Brundtland influenza i successivi documenti, come l'Agenda 21, stilata nel 1992 durante il vertice sulla terra di Rio de Janeiro; o in ambito turistico la “Carta di Lanzarote”, redatta nel 1995 in occasione della Conferenza mondiale sul turismo

sostenibile, promossa fra gli altri dall'UNESCO e dall'UNEP (Corvo, 2005); ma anche nello stesso anno "l'Agenda 21 per l'industria del turismo: verso uno sviluppo sostenibile" redatta dal *World Travel and Tourism Council* (WTTC), dal *World Tourism Organization* (WTO/OMT) e da *Earth council*. Documenti in cui vengono poste le basi del turismo sostenibile, mutuandone il concetto dallo sviluppo sostenibile, in cui da un lato si cerca di porre rimedio ai problemi che sono stati evidenziati, dall'altro si salvaguarda il fattore commerciale (Sharpley, 2000).

E' un documento che pur essendo ritenuto il pilastro per gli approcci sul turismo sostenibile, presenta diversi punti deboli di fondo, fra cui spicca la poca importanza data al problema dell'equità sociale fra le generazioni nonché alle cause economiche e politiche dell'ineguaglianza nella distribuzione delle risorse (Simonicca, 2006).

Sul lato dell'impatto socio-culturale ed economico del turismo sulle popolazioni locali, già negli anni Settanta del secolo scorso si era levata l'indignazione e le preoccupazioni di organizzazioni laiche ma soprattutto religiose presenti nei paesi del Sud del mondo.

I primi bersagli di questo atteggiamento critico sono i turisti e i loro comportamenti, ai quali si chiede di avere atteggiamenti maggiormente caratterizzati dall'etica.

Nel 1975 a Penang si riunisce la Conferenza Cristiana dell'Asia (CCA) e redige il "codice etico per i turisti" (vedi tab.1), che contiene 12 punti dedicati agli atteggiamenti che i turisti devono avere in viaggio per non fare danni.

Per trovare un documento dove si affrontano temi simili che sia stato redatto da organismi sovranazionali bisogna attendere dieci anni, quando nel 1985, in occasione della conferenza di Sofia, il WTO/OMT redige "La carta dei diritti del turismo" al cui interno trova posto il "Codice del Turista" (vedi tab.2). Il codice del WTO/OMT si richiama alla Dichiarazione di Manila del 1980, dove fu affermato che gli elementi valoriali devono precedere gli elementi tecnici e materiali (Goodwin, 2011a).

I due documenti, sebbene contengano parole chiave simili, sono diversi nell'impianto e nello scopo. Oltre al nome, che nel codice della CCA richiama espressamente l'etica, in quello del WTO/OMT no.

Nel primo caso ci si rivolge all'opinione pubblica, a quei turisti occidentali cui si chiede di avere un comportamento rispettoso delle popolazioni locali, con riferimento ai paesi cosiddetti in via di sviluppo; nel secondo caso si allarga il campo e ci si rivolge

anche agli Stati e alle possibili azioni in materia di lotta alla prostituzione e alle droghe; aumentano anche i riferimenti alle normative vigenti; oltre a dare molto spazio ai diritti del turista.

Tabella 1 - Il Codice Etico per i turisti della CCA – Penang, 1975

- 1- Viaggia con spirito di umiltà e un genuino desiderio di conoscere meglio il popolo che vive nella nazione che stai visitando.
- 2- Informati sulle sensibilità degli altri popoli, evitando atteggiamenti che possano essere considerati offensivi. Ciò vale in particolar modo per le fotografie.
- 3- Ascoltare e osservare sono meglio che sentire e vedere.
- 4- Comprendi che le popolazioni native spesso hanno una concezione del tempo e modi di pensare diversi dai tuoi; ciò non significa che siano inferiori, solo differenti.
- 5- Invece di cercare la spiaggia del paradiso, scopri la ricchezza di incontrare un modo diverso di vivere tramite altri occhi.
- 6- Informati sui costumi locali, la gente del luogo sarà felice di aiutarti.
- 7- Invece che pensare di sapere tutte le risposte, atteggiamento tipico degli occidentali, ricordati di ascoltare.
- 8- Ricorda che tu sei solo uno dei migliaia di turisti che visitano una nazione, non aspettarti privilegi.
- 9- Se davvero vuoi sentirti “a casa lontano da casa”, è stupido buttare i tuoi soldi viaggiando.
- 10- Quando fai shopping ricorda che lo sconto che hai ottenuto lo devi solo a un minor guadagno del produttore.
- 11- Non fare promesse alle popolazioni locali a meno che tu non sia certo di poterle mantenere.
- 12- Spendi il tuo tempo riflettendo sulle tue esperienze quotidiane cercando di approfondire la tua conoscenza.

Fonte : CCA, Codice Etico per il Turista

Il richiamo al rispetto di usi e costumi delle comunità locali oltre che dell'ambiente è presente in entrambi i testi, ma emerge un elemento distintivo inerente il modo con cui ci si rivolge al lettore: nel primo i consigli pratici e quelli di approccio partono da una colpevolizzazione del turista, cui si chiede di comportarsi bene nei confronti delle comunità locali. Nei cinque articoli che compongono il codice del WTO/OMT, invece, non vi è traccia di tale giudizio negativo e inoltre balza agli occhi che i tre quinti del documento riguardano l'idea che il turismo sia un diritto, per cui tale attività deve essere agevolata il più possibile. Se infatti il primo articolo è dedicato all'importanza dell'incontro fra i popoli e il secondo ai comportamenti rispettosi da avere nei confronti delle popolazioni locali, gli altri tre si soffermano sui diritti del turista, che deve essere

facilitato nel suo viaggiare, sotto tutti i punti di vista.

Tabella 2 – Il codice per il turista del WTO/OMT – Sofia, 1985

- X - I turisti dovrebbero, col loro comportamento, favorire comprensione reciproca e relazioni amicali fra i popoli, a livello nazionale e internazionale, contribuendo in tal modo alla pace.
- XI. 1. I turisti devono rispettare l'ordine politico, sociale, morale e religioso stabilito e rispettare la legislazione vigente.
2. I turisti devono anche:
- a) mostrare la massima comprensione per i costumi, le credenze e gli usi delle comunità locali, e il massimo rispetto per il patrimonio naturale e culturale;
 - b) evitare di sottolineare differenze economiche, sociali e culturali fra voi e le popolazioni locali;
 - c) siate aperti alla cultura delle comunità locale, che è parte del patrimonio umano comune;
 - d) evitare di incentivare lo sfruttamento della prostituzione;
 - e) evitare di commerciare, trasportare o usare sostanze proibite.
- XII - Durante il loro viaggio da una nazione a un'altra e dentro il paese ospite, i turisti dovrebbero poter beneficiare, grazie a misure governative appropriate, di:
- a) diminuzione di controlli amministrativi e finanziari;
 - b) le migliori condizioni possibili di trasporto e di soggiorno che possono essere offerte dai fornitori di servizi turistici.
- XIII. 1. I turisti dovrebbero aver garantito libero accesso, sia in patria che all'estero, ai siti e ai luoghi di interesse turistico, essere soggetti alle regole e ai limiti vigenti, avere libertà di movimento nei luoghi di transito e di soggiorno.
2. Sull'accesso ai siti di interesse turistico e riguardo al loro transito e soggiorno, i turisti dovrebbero poter beneficiare di:
- a) obiettive, precise e complete informazioni sulle condizioni e le facilitazioni previste durante il loro viaggio dalle autorità ufficiali del turismo e dai fornitori di servizi turistici;
 - b) difesa della propria persona, sicurezza dei propri bagagli, protezione dei loro diritti come consumatori;
 - c) garanzia di soddisfacente igiene pubblica, in particolar modo nelle strutture ricettive, nella ristorazione e nel trasporto; informazione sulla prevenzione reale di malattie trasmissibili e di incidenti e rapido accesso ai servizi sanitari;
 - d) accesso a comunicazioni pubbliche rapide e efficienti, sia interne che esterne;
 - e) procedure e garanzie amministrative e legali per la protezione dei loro diritti;
 - f) poter praticare la propria religione e disporre di facilitazioni a tal scopo.
- XIV – Ognuno è autorizzato a far conoscere i propri bisogni ai rappresentanti della legge e alle autorità pubbliche così che possano esercitare il proprio diritto alla permanenza e al divertimento, in merito al gioire dei benefici del turismo sotto le migliori condizioni e, dove appropriato e nel rispetto della legge, associarsi con altri per questo scopo.

Fonte: WTO/OMT, Sofia, 1985

Il diverso approccio fra questi documenti è dovuto ai diversi obiettivi di chi li ha redatti: la CCA punta alla sensibilizzazione diretta mentre realtà come l'allora WTO/OMT facevano un ragionamento più globale, rivolto ai vari attori.

Dal primo nascono importanti documenti e campagne internazionali come quella contro la prostituzione minorile legata al turismo (ECPAT) (Berruti e Delvecchio, 2009) o "Pericolo turisti", messa in campo da *Survival International*. Documenti che pongono l'accento sul rispetto come principio base cui deve rifarsi qualsiasi attività turistica.

Il rapporto fra etica e turismo, in special modo rispetto al comportamento dei turisti, rappresenta un elemento particolarmente caratterizzante anche per chi si occupa di turismo responsabile, sia fra gli studiosi che fra gli operatori. Questi ultimi sfornano continui codici sull'argomento mentre fra gli studiosi il dibattito è aperto, fra chi è particolarmente critico con l'idea di usare un approccio etico all'interno del settore turistico e chi invece lo ritiene basilare per favorire un cambiamento all'interno di tale settore, oltre a essere alla base di molti discorsi inerenti il turismo responsabile (Jenkins, 2002).

1.c - La ricerca di alternative

1.c.1 - Le varie forme alternative al turismo di massa

Dalla ricerca di soluzioni più incisive e dalla considerazione che l'impatto turistico causava problemi non solo sull'ambiente ma anche di tipo socio-culturale oltre che economici, alcune realtà hanno dato vita a nuove forme turistiche, il cui scopo originario era porre un argine ai danni causati dal turismo, contrapponendosi al turismo convenzionale promosso dall'industria turistica, rappresentato dal turismo di massa.

E che sovente hanno mutuato modalità maturate in altri settori, quali il commercio equo e solidale o la cooperazione allo sviluppo, entrambe sviluppatesi nel solco teorico della ricerca di alternative agli squilibri Nord-Sud (Laurent, 2003).

Questa opposizione al turismo per com'era portato avanti dall'industria turistica, cioè

il turismo di massa con le sue formule dei pacchetti tutto-compreso, si concretizzò con la nascita di diverse esperienze che cercavano nuovi metodi, nuovi approcci formando un ampio arcipelago che è stato raggruppato sotto la dizione generica di “turismo alternativo”, negli anni Ottanta del secolo scorso. Con tale termine, mai ben definito (Krippendorf, 1987), si intendeva accomunare forme di turismo nate essenzialmente per viaggi nel sud del mondo, il cui scopo era differenziarsi dal turismo di massa (Smith e Eadington, 1992) con l'idea di effettuare esperienze di viaggio che rispettassero le culture locali e non avviassero processi di deculturazione (Martinengo, 1998), in aree quanto più incontaminate possibili, cioè non turisticizzate, per ammirare e fruire sia della natura che della cultura di un luogo (Simonicca, 2006). Le caratteristiche di tali proposte erano il viaggiare da soli o in piccoli gruppi; il non utilizzo di infrastrutture ad hoc per turisti ma dormire e viaggiare con mezzi usati dai locali; una maggiore presa di coscienza e di informazione sulla situazione locale prima e durante il viaggio (Krippendorf, 1987). Un viaggiare che non intendeva dunque essere “attività coloniale in quanto non spoglia le comunità locali dei frutti derivanti dai flussi di visitatori” (Martinengo, 1998; p.77).

Oggi si ritiene che tale definizione sia errata come concetto, poiché non va oltre l'essere usata secondo la logica della differenza rispetto al turismo di massa, dimenticandosi però che la differenziazione è un percorso di omologazione alla società di massa (Martinengo, 1998); ciò che all'inizio si fa in pochi, inevitabilmente poi diventa di moda e lo fanno in molti, annullando una delle maggiori caratteristiche con cui lo si identificava (Savoja, 1998). Uno dei rischi maggiori in cui si incorreva era proprio quella di facilitare il compito all'industria turistica, scoprendo nuove mete che sistematicamente entravano poi a far parte dei circuiti del turismo convenzionale (Krippendorf, 1987).

Se guardiamo all'atteggiamento dei turisti alternativi, poi, insorgono altre problematiche perché per quanto questi ultimi potessero essere animati da buone intenzioni, il loro usare attrezzature costose come le macchine fotografiche, o il potersi permettere voli aerei per raggiungere mete lontane, di per sé agli occhi degli autoctoni non li faceva sembrare tanto diversi dai turisti convenzionali (Krippendorf, 1987). C'erano sempre più punti di contatto potenziali fra i due modelli turistici (Rousset, 2009; Laurent, 2003): i turisti cosiddetti alternativi utilizzavano sempre più i servizi strutturati dall'industria turistica; oltre al fatto che i cambiamenti nella società occidentale avevano

determinato un'evoluzione nei gusti dei turisti e una ricerca di offerte meno massificanti; di conseguenza una tendenza a diversificare l'offerta da parte dell'industria turistica, senza però intaccare i meccanismi tipici del turismo convenzionale (Collombon, 2004).

Dunque tali tentativi distintivi non sono riusciti a creare una reale alternativa rispetto al turismo di massa, anche perché facilmente inglobati dall'industria turistica all'interno di un processo di differenziazione del prodotto (Laurent, 2003).

Se il termine "alternativo" non ha più ragione di essere utilizzato, i problemi legati al turismo sono rimasti e ciò ha fatto sì che al di là delle critiche enunciate in precedenza, sono sempre di più i termini e le modalità che provano a opporsi al turismo convenzionale e al modo di operare dell'industria turistica.

Volendo citare quelli che hanno qualche affinità semantica con le tematiche ambientali o con le problematiche socio-culturali, abbiamo: turismo verde, turismo consapevole, turismo rurale, turismo integrato, *reality tourism*, turismo etico, turismo a basso impatto ambientale, *soft tourism*, turismo dolce, geoturismo, turismo naturalistico, *heritage tourism*, turismo coscienzioso (Beato, 2000), ma anche *slow tourism*, ecoturismo, turismo sociale, turismo equo, turismo comunitario, turismo solidale, turismo sostenibile. Cui poi va aggiunto il turismo responsabile.

Una babele terminologica, in parte dovuta a esigenze di marketing ma anche necessaria per differenziarsi all'interno di un mercato globale in cui ogni termine, una volta affermatosi sul mercato, è stato utilizzato da una gamma più ampia di operatori interessati a intercettare potenziali clienti più che a condividere modalità o valori sottesi.

Ma esiste dunque la possibilità concreta di concepire ed organizzare il turismo in modo diverso da quello considerato convenzionale o assistiamo solo a un susseguirsi di aggettivi che permettono all'industria turistica di raggiungere il proprio scopo, cioè quello di differenziare l'offerta all'interno delle logiche neoliberiste?

Le pretese differenze fra questi tipi di turismi e il turismo convenzionale sono reali o esistono sulla carta e nelle buone intenzioni di chi le struttura, ma non reggono all'analisi degli scienziati sociali?

Interrogativi che valgono anche per il turismo responsabile, come vedremo nel corso della ricerca.

1.c.2 – Turismi “alternativi” affini al turismo responsabile

Al di là delle critiche su esposte, queste definizioni continuano a essere usate dagli operatori per caratterizzare una serie di viaggi, e conseguentemente se ne tiene conto negli studi di settore.

Fra i vari termini usati, alcuni vengono da sempre ritenuti affini al turismo responsabile, in genere reciprocamente. Si tratta di: turismo sostenibile, eco-turismo, turismo equo, turismo comunitario, turismo solidale, turismo sociale, *pro-poor tourism*, *slow tourism* (vedi tab.3). Tranne il primo termine in elenco, gli altri rappresentano delle forme turistiche, cioè un prodotto che ha delle caratteristiche proprie. Il turismo sostenibile ha invece acquisito nel tempo una connotazione più trasversale, per cui viene considerato un modo di intendere il turismo, al pari del turismo responsabile.

Tabella 3 – Termini associati al turismo responsabile in Europa

Sostenibile	Usato in tutte le lingue europee, sovente con termini simili (sustainable, sostenible...). In francese si usa “durable”, in tedesco “nachhaltig”.
Ecoturismo	Usato in tutta Europa.
Equo	Usato nei paesi francofoni (equitable), nei paesi germanofoni (fair, faire) oltre che in Spagna (justo).
Comunitario	Termine che troviamo in uso specie fra gli operatori anglofoni (community o community-based) e ispanici.
Solidale	Usato specie nei paesi ispanici (solidario) e francofoni, oltre che in Italia.
Sociale	Usato in tutta Europa.
Per i poveri (<i>pro-poor tourism</i>)	Usato specie nei paesi anglofoni.
Slow tourism	Usato in tutta Europa
Responsabile	Usato un po' ovunque in Europa: nelle realtà latine (responsable, responsável), anglofone (responsible), slave (odpovědní, odgovorni, odpowiedzialny...), in Norvegia (ansvarlig).

Fonte : elaborazione dell'autore

Il termine “turismo sostenibile” si riferisce a una modalità di intendere e fare turismo non delimitato geograficamente, che nel tempo è stato concepito secondo diverse accezioni e in cui si pone attenzione al rispetto soprattutto dell'ambiente (Pieroni, 2003a). Non una forma dunque, ma una filosofia, almeno in teoria.

Inizialmente tale termine viene utilizzato per viaggi che hanno come meta prevalente i luoghi dove il turismo di massa ha provocato maggiori scompensi (Nash, 1992) contrapponendosi, almeno nell'immaginario comune, al turismo di massa (Simonica, 2006). Ciò ha permesso lo svilupparsi di una nicchia di mercato, inizialmente legata a pochi ma convinti viaggiatori ambientalisti e successivamente intercettata dall'industria turistica, pronta a utilizzare termini e modalità, sebbene piegandole alle esigenze di profitto che si cerca sempre di salvaguardare (Savelli, 2008).

Il turismo sostenibile diventa una formula ampia con cui si afferma di volere e poter cercare di coniugare la protezione dell'ambiente con la necessità di far girare l'economia utilizzando anche l'ambiente come risorsa (Jardel, 1999). Vi puntano anche le istituzioni nazionali, regionali e locali, nella speranza di garantire lo sviluppo dei propri territori (Moscardo, 2008). Negli studi sul turismo responsabile ci sono notevoli riferimenti al turismo sostenibile.

Il termine “ecoturismo” indica un tipo di viaggio che viene effettuato nelle aree fragili del pianeta. Il concetto originario di ecoturismo prende spunto dal turismo sostenibile con alcune aggiunte specifiche, come il contribuire attivamente alla conservazione del patrimonio culturale oltre che naturale dei luoghi; l'inclusione delle comunità locali nei programmi e nelle attività ecoturistiche; l'indirizzamento verso viaggiatori individuali e piccoli gruppi (Pieroni, 2003b). Le idee di fondo contengono indicazioni importanti per evitare danni peggiori (Cohen, 2002) e le comunità locali vengono non solo citate ma ora si predispone il loro coinvolgimento. Lo sviluppo dell'ecoturismo nel mondo ha convinto l'ONU a sceglierlo come tema dell'anno, al termine del quale è stata stilata la Dichiarazione di Quebec che ne definisce i parametri. L'ecoturismo viene spesso ricordato negli studi sul turismo responsabile sia per via della sua attenzione teorica al protagonismo delle comunità locali, sia per i limiti dimostrati nel passaggio dalla teoria alla pratica.

Il termine “equo” fa espresso riferimento ai concetti fondanti del commercio equo e solidale, pur essendo due tipologie merceologiche difficilmente confrontabili perché

presentano notevoli differenze (Evans e Cleverdon, 2003), fra cui le più significative sono la diversa natura del bene in commercio (intangibile nel turismo, tangibile nel commercio equosolidale) e il fatto che nel commercio equo le merci vengono esportate e consumate altrove mentre nel turismo sono i consumatori che arrivano in loco (Cleverdon, 2001). Ciò nonostante è un termine che è stato mutuato nel turismo in vari paesi europei, fra cui in particolar modo la Francia. I principali criteri su cui si basa sono: la presenza di partner locali, con i quali fare accordi basati sugli apporti reali di ciascuno e non sul potere di negoziazione o la disponibilità di capitale, atti a garantire un guadagno dignitoso ai partner locali; favorire la partecipazione democratica, l'incontro fra turisti e comunità locali, il rispetto dei diritti umani, del lavoro e dell'ambiente nonché il rispetto delle variabili culturali, sociali ed economiche della comunità locale. In pratica è un tipo di turismo che lega assieme varie dimensioni: economica e commerciale, etica, politica, educativa e quella relativa alla sostenibilità (Cleverdon, 2001; Evans e Cleverdon, 2003; Palomo-Pérez, 2006). In Europa sono molteplici le realtà che utilizzano questo mutualismo, sulla scia di una campagna internazionale elaborata da *Tourism Concern* fra il 1999 e il 2002 (Plüss, 2003) che favorì la creazione di una rete internazionale che vide per la prima volta un fattivo contributo da parte di realtà del sud del mondo (Garrone, 2007). Nel dibattito spagnolo il turismo equo viene utilizzato come termine ombrello (Palomo, 2006), con riferimento a un turismo che minimizzi l'impatto sul territorio, conservi l'ambiente locale (cultura, tradizioni, valori, risorse naturali), fortifichi le società locali, favorisca lo sviluppo di reti di scambio e azioni per lo sviluppo (Pulido, 2009). Il riferimento al turismo responsabile è dovuto al suo cercare strade diverse da quelle del turismo convenzionale ponendo al centro dell'attenzione le popolazioni locali.

Il termine "comunitario" lo si ritrova soprattutto nel mondo anglofono e ispanico, usato da operatori e studiosi per definire un turismo che entra in contatto con la comunità locale e che le pone espressamente come soggetto attivo del turismo inteso come attività che favorisce l'integrazione a reddito, strumento per dinamizzare l'economia locale, opportunità di arricchimento culturale, diminuzione delle disparità di genere (Cañada, 2008). Non ci sono documenti o accordi transnazionali riconosciuti da più realtà, e come spesso accade ognuno usa il concetto in maniera flessibile, ma generalmente c'è concordanza sul fatto che sia un tipo di turismo distante dall'industria turistica, dove gli appartenenti alle comunità locali siano proprietari o gestori dei servizi

turistici; al contrario sul tema dei benefici economici a favore di una fascia di persone più ampia rispetto a coloro che sono impegnati nel settore turistico ci sono delle differenze di approccio (Goodwin e Santilli, 2009). Le proposte possono essere attente all'ambiente ma anche essere di tipo urbano, portate avanti da realtà ecoturistiche come da ONG che si richiamano al turismo responsabile, fino addirittura a comprendere la possibilità di comunità virtuali, legate tramite il web da interessi comuni (Mader, 2006). Il *Foro Turismo Responsable* (FTR) spagnolo lo associa a “rurale” dando vita all'acronimo “TRC” che si richiama alle esperienze del Centro America da parte di realtà come la *Red de prensa rural*. Concettualmente si salda agli studi post-coloniali come nel caso della *Red de Turismo Comunitario de América Latina* o del “Programma governativo alternativo per le zone indigene” della Commissione Nazionale per lo Sviluppo Indigeno (Coronado, 2012), a una forte critica al turismo convenzionale (Equations *et al.*, 2004; FBOMS, 2009) e ha collegamenti con l'economia solidale, specie in Centro e Sud America, come nel caso di *Rede TRAF*, *Red de prensa rural*, *Red de Turismo Comunitario de América Latina*. Viene utilizzato anche con un'accezione diversa che va sotto il nome di *Community Benefit Tourism Initiatives* (CBTI), dove non si pone come discriminare la proprietà o la gestione da parte delle comunità locali, ma è un concetto che si basa sulla ricaduta dei benefici alle comunità locali delle attività turistiche (Rousset, 2009). Anche questo termine viene associato al turismo responsabile per via del suo porre le comunità locali al centro dell'attenzione.

Il termine “solidale” non associato a “equo” viene usato in tutta Europa, soprattutto nel mondo ispanico, collegato a una vasta tradizione teorica e pratica, quella dell'economia solidale (*economia solidaria*) e della teologia della liberazione. Caratterizza viaggi organizzati da ONG o altre realtà legate alla cooperazione allo sviluppo, in paesi economicamente poveri del sud del mondo o con notevoli problemi sociali. Scopo di questi viaggi è il legame con un progetto di sviluppo locale oltre a favorire l'incontro con le comunità locali impegnate in questi progetti (Bellia e Richez-Battesti, 2004; BITS, 2005). Al suo interno vengono generalmente contemplati anche i viaggi in cui i volontari vanno ad aiutare le comunità locali a completare o attuare dei progetti specifici (campi di volontariato, nel mondo anglofono *volontourism*). Per alcuni operatori è da considerarsi all'interno del concetto del commercio equo (FITS, 2008). I contatti con il turismo responsabile sono molteplici, dovuti alla comune attenzione alle sorti delle popolazioni locali.

Il termine “sociale” rappresenta la modalità di turismo che si differenzia dal turismo tradizionale più antico, grazie alla nascita nel 1963 del *Bureau International du Tourisme Social (BITS)*. Se un tempo tale termine si riferiva a un turismo per le classi disagiate quali anziani, minori e disabili, nel 2006 la definizione è stata rinverdata dallo stesso BITS, che ha ridefinito il turismo sociale come un tipo di turismo che, oltre a garantire il diritto al turismo anche alle categorie più deboli, viene esteso a tutte quelle realtà no-profit che si occupano di turismo senza avere come scopo il guadagno. Vengono aggiunte inoltre una serie di tematiche quali il rispetto ambientale, il rispetto delle popolazioni locali che devono aver accesso alle proprie risorse ambientali e ai benefici derivati dalle attività turistiche, l'incontro fra turista e residente, il partenariato con ONG e realtà no-profit (BITS, 2006). Nel 2010 il BITS ha deciso di cambiare nome e si è trasformato nell'*Organization International de Tourisme Social (OITS)*. Riferimenti al turismo responsabile sono presenti negli studi sul turismo sociale in modo minore rispetto agli altri termini, relativi all'accessibilità al turismo alle persone svantaggiate. Ma i punti in comune sono molteplici, specie con la nuova definizione di turismo sociale.

Il turismo “per i poveri” (*pro-poor tourism*, PPT) è un termine che viene fatto risalire alla campagna che le ONG *Overseas Development Institute (ODI)* e *International Institute for Environment and Development (IIED)* organizzarono nel 1999, con lo scopo di utilizzare il turismo per alleviare la povertà (Meyer, 2012). Il termine ha subito anche delle trasformazioni, c'è chi preferisce chiamarlo turismo anti-povertà mentre UNWTO e UNEP hanno lanciato il programma *Sustainable Tourism for Eliminating Poverty (ST_EP)* (Scheyvens, 2012). I riferimenti al turismo responsabile sono costanti, sempre relativi al concetto dei benefici alle comunità locali.

Lo *slow tourism* nasce nel 2007 all'interno del movimento *slow food* e sviluppa il concetto originario dell'ecoturismo, acquisendo il concetto di Daly della crescita zero, come base per promuovere lo sviluppo socio-economico e l'equità oltre che la sostenibilità ambientale, cioè i tre assi del concetto dello sviluppo sostenibile. Scopo di chi promuove questa forma di turismo è ribaltare alcuni concetti dell'economia di mercato, sviluppando soprattutto le risorse locali (Conway e Timms, 2012). Gli studi sullo *slow tourism* non sono ancora particolarmente sviluppati, pochi ma chiari i riferimenti al turismo responsabile, con cui condivide i riferimenti ai 3 assi dello sviluppo sostenibile³.

3 Vedi la mission dell'associazione internazionale slow tourism; su <http://www.slowtourismclub.eu>

Il turismo responsabile viene usato dai diversi operatori e anche dagli studiosi in modo differente, e non è facile darne una definizione univoca, sebbene vi siano tratti comuni, come il focus sui diversi comportamenti che possono tenere i singoli attori per migliorare il turismo. E' un termine che inizialmente intende essere la risposta alle critiche ai turismi alternativi, con un'attenzione particolare alle popolazioni locali e costanti riferimenti ai concetti dello sviluppo sostenibile. In seguito ha assunto una connotazione di termine ombrello, all'interno del quale possono essere raccolti molte delle forme di turismo fin qui citate. La sua peculiarità principale è il cercare di tenere nel giusto conto le esigenze di tutti gli attori del turismo, sebbene ogni studioso e ogni operatore ha poi approcci diversi, che portano a riflessioni divergenti.

1.d - Illustri precedenti

1.d.1 - Il turismo sostenibile

Dei vari termini su citati, nel corso degli ultimi decenni quello che viene maggiormente accostato, a torto o a ragione, al turismo responsabile è il turismo sostenibile. Che è anche divenuto l'unico forte punto di riferimento per gli organismi sovranazionali.

Il termine è mutuato dal concetto di sviluppo sostenibile con l'intento di riconciliare simbolicamente tensioni antagoniste quali la crescita economica e l'equità sociale (Savoja, 2007), con un'attenzione particolare ai temi ambientali (Pieroni, 2003a).

E' un concetto complesso (Bramwell, 2012), che tende ad essere globale nella sua accezione pur non potendo che essere locale nelle sue applicazioni (Bramwell, 2012). Ne esistono differenti approcci e definizioni, di conseguenza anche le tecniche per renderlo concreto sono diverse e ogni studioso pone l'accento su un determinato fattore (Ruhanen-Hunter, 2006), il che rende difficile averne un quadro concettuale chiaro.

Così come arduo è capire quanto tale approccio arrechi benessere a una destinazione, poiché i fattori che influenzano tali esiti sono diversi, a iniziare dalla situazione esistente: se il turismo già è un'attività prospera oppure no, se il turismo ha già

provocato danni cui in parte riparare senza però negare il suo sviluppo oppure no; se nella zona ci sono attività commerciali potenzialmente più dannose del turismo oppure no (Hunter, 1997). Rispetto ai precedenti approcci, col turismo sostenibile si cerca un modo che possa essere applicato a tutta l'industria turistica.

I fautori di tale turismo cercano da anni di trovare validi meccanismi per attuarlo e per permettere un avanzamento dei dettami contenuti nei vari documenti sul tema (Ruhanen-Hunter, 2006), affidandosi a concetti quali il capitalismo responsabile oltre che alla tecnologia (Bramwell, 2012). Si assiste per questo motivo a un continuo riadattamento delle modalità di attuazione ma anche dei concetti di fondo, per cercare di risolvere le criticità che emergono di volta in volta; ma si bada anche a non creare alcuna rottura con i trascorsi, ritenendo che molto è stato fatto per minimizzare l'impatto ambientale mentre c'è ancora molto da fare per il raggiungimento della sostenibilità in senso lato (ICRT, 2002).

Nel 1988 il WTO/OMT dichiarava: "Lo sviluppo sostenibile del turismo va incontro ai bisogni dei turisti e delle aree ospitanti attuali e allo stesso tempo protegge e migliora le opportunità per il futuro. Deve essere il principio guida per una gestione delle risorse tale che i bisogni economici, sociali ed estetici possano essere soddisfatti e contemporaneamente possano essere preservati l'integrità culturale, gli equilibri fondamentali della natura, la biodiversità e il sostegno al miglioramento della qualità della vita" (Corvo, 2005: p.143).

Nel 2004 invece, dal porre l'accento solo sul problema delle risorse da conservare per le generazioni future si passa a ritenere che non ci potrà essere un turismo sostenibile se oltre a un uso ottimale delle risorse non ci sarà il rispetto per le autenticità socio-culturali delle comunità locali e se non assicureranno benefici socio-economici a lungo termine a tutti gli attori coinvolti nella filiera turistica, comprese le comunità locali (UNWTO, 2004). Viene inoltre sottolineato che i principi di sostenibilità sottendono l'equilibrio fra l'aspetto ambientale, quello economico e quello socioculturale. Equilibrio che per svilupparsi necessita di un ambiente propizio, che a sua volta abbisogna di vari fattori: la responsabilizzazione delle autorità e delle istituzioni in favore di politiche volte a far affermare modelli di produzione e consumo sostenibile; un processo partecipativo; una componente etica che coinvolga l'intera società mirante a far capire a tutti l'importanza del riconoscere un valore intrinseco all'ambiente, all'identità culturale

e all'organizzazione sociale di un territorio; diffondere la conoscenza (Sanchez-Rivero e Pulido-Fernández, 2009). La sostenibilità dunque viene vista come una sfida politica che per essere vincente deve coinvolgere un gran numero di attori (Goodwin, 2011a).

Il continuo ricalibrare gli indicatori e il voler spesso rilanciare questo termine rappresentano una costante per gli organismi sovranazionali, tanto che nel 2005 l'UNWTO e l'UNEP elaborano i 12 obiettivi per un turismo sostenibile, che sono:

- 1) Fattibilità economica. Per garantire la vitalità e la competitività delle destinazioni e delle imprese turistiche, in modo che siano in grado di continuare a prosperare e a trarre benefici a lungo termine.
- 2) Prosperità locale. Per massimizzare il contributo del turismo alla prosperità della destinazione turistica, includendo la quota di reddito turistico trattenuta a livello locale.
- 3) Qualità dell'occupazione. Per rafforzare il numero e la qualità dei posti di lavoro creati a livello locale e sostenuti dal turismo, compreso il livello di retribuzione, le condizioni di servizio e la disponibilità per tutti, senza discriminazioni di sesso, razza, disabilità o di altro tipo.
- 4) Equità sociale. Per ottenere una distribuzione ampia dei benefici economici e sociali derivanti dal turismo in tutta la comunità ospite, compreso il miglioramento delle opportunità, dei redditi e dei servizi accessibili dalla popolazione povera.
- 5) Soddisfazione dei visitatori. Fornire ai visitatori un'esperienza sicura, soddisfacente e appagante, disponibile per tutti senza discriminazioni di sesso, razza, religione, disabilità o altro.
- 6) Controllo locale. Impegnare e dare potere alle comunità locali, nella pianificazione e nel processo decisionale relativi alla gestione e allo sviluppo futuro del turismo nella loro regione, dopo aver consultato altri soggetti interessati.
- 7) Benessere della comunità. Mantenere e rafforzare la qualità di vita delle comunità locali, comprese le strutture sociali e l'accesso alle risorse, ai servizi e ai sistemi di sostegno vitale, evitando qualsiasi forma di degrado o sfruttamento sociale.
- 8) Ricchezza culturale. Rispettare e migliorare il patrimonio storico, la cultura autentica, le tradizioni e le caratteristiche peculiari delle comunità ospiti.

- 9) Integrità fisica. Mantenere e migliorare la qualità dei paesaggi, sia urbani sia rurali, ed evitare il degrado fisico e visivo dell'ambiente.
- 10) Diversità biologica. Per sostenere la protezione delle aree naturali, degli habitat e della fauna selvatica, e minimizzare i danni.
- 11) Rendimento delle risorse. Per minimizzare l'uso delle risorse scarse e non rinnovabili nello sviluppo e nella gestione delle strutture e nei servizi turistici.
- 12) Purezza ambientale. Per minimizzare l'inquinamento di aria, acqua e terreno e la produzione di rifiuti da parte delle imprese turistiche e dei visitatori (UNWTO e UNEP, 2005).

Rifacendosi a questo documento, l'Unione Europea nel 2007 ha stabilito 50 indicatori, 8 obiettivi generali e 3 obiettivi chiave per connotare la sua politica di sviluppo sostenibile applicata al settore turistico, che sono (CE, 2007):

- prosperità economica;
- equità e coesione sociale;
- protezione dell'ambiente.

I principi di tale agenda sono i seguenti:

- adottare una strategia globale ed integrata per giungere a un turismo equilibrato e rispettoso della società e dell'ambiente;
- programmare a lungo termine, tenendo conto delle esigenze delle generazioni future e della nostra;
- raggiungere un ritmo di sviluppo appropriato, che rispetti cioè le caratteristiche delle destinazioni turistiche;
- coinvolgere tutte le parti in causa;
- utilizzare le migliori conoscenze disponibili e condividerle a livello europeo;
- ridurre al minimo e gestire i rischi (principio di precauzione), cioè evitare in modo preventivo ogni effetto nocivo sull'ambiente o sulla società;
- riflettere gli impatti sui costi (l'utente e l'inquinatore devono pagare). I prezzi dovrebbero riflettere maggiormente i costi reali delle attività di consumo e di produzione per la società;
- ove opportuno, fissare e rispettare i limiti - è a volte necessario valutare la

capacità di accoglienza delle destinazioni turistiche e fissare i limiti al livello di sviluppo turistico;

- effettuare un monitoraggio continuo. La sostenibilità richiede una vigilanza permanente.

L'attività commerciale dovrebbe essere capace di autolimitarsi, non subendo un'imposizione da parte delle autorità ma facendo una scelta volontaristica, che si spiegherebbe con i potenziali vantaggi economici (Grigolli, 2011c).

1.d.2 – Dubbi e Critiche

Le critiche al turismo sostenibile sono molteplici e si intensificano nel corso degli anni, nonostante continui a essere molto promosso a tutti i livelli.

Ve ne sono rispetto alla vaghezza del concetto, all'effettiva possibilità di riuscita oltre che da un punto di vista economico-politico.

Uno dei dubbi riguarda il fatto che al di là dei documenti scritti dai pionieri che per primi usarono questo termine, nel corso del tempo si è utilizzato il termine attribuendovi ognuno un proprio significato, per giustificare proposte e attività profondamente diverse le une dalle altre (Corvo, 2005). Mancano precise indicazioni di cosa devono essere queste esperienze da un punto di vista teorico, molteplici sono le idee di fondo e gli approcci teorici di base (Simonicca, 2006).

Ciò facilita il *green-washing*, cioè l'uso del termine in modo promozionale per fare bella figura agli occhi dell'opinione pubblica.

Inoltre quando si parla di turismo sostenibile, oramai è un continuum di indicatori che dovrebbero garantire un efficace monitoraggio, sia di tipo preventivo che per intervenire in tempo; e di idee innovative e tecnologicamente avanzate per limitare l'impatto ambientale.

Poco viene preso in considerazione il tema di chi ripaga una destinazione per i problemi causati dalle attività turistiche (Fernández Miranda, 2011), specie per quel che riguarda la responsabilità; d'altronde si fa riferimento a concetti vaghi come armonia e compatibilità, che non trovano facile applicazione (Hunter, 1997) e che spesso vengono sostenuti più a parole che nei fatti, visto che poi si ritiene che il compito di raggiungere la

sostenibilità sia di altri (Goodwin, 2011a).

Rispetto ai nuovi approcci, che hanno allargato il campo di indagine dall'ambiente anche alle tematiche socio-culturali, non sono mancate ulteriori critiche, sia perché si ritiene che l'eredità lasciata dal turismo di massa in termini di edificazione e depauperazione del territorio risulta difficilmente sanabile (ECOT *et al.*, 2009); sia perché si dubita sulle reali possibilità di messa in pratica di tali concetti, poiché per riuscire a produrre delle conseguenze positive nel turismo, che lo rendano sostenibile, le variabili da tenere in conto sono tante e far accettare, condividere e porre in essere le regole della sostenibilità coinvolgendo contemporaneamente tutti gli attori non è impresa facile, sebbene la sensibilità sia aumentata nell'opinione pubblica negli ultimi anni (Romita, 2008); chi dubita inoltre che i metodi per monitorare l'effettiva sostenibilità possano giungere a dei risultati che non siano arbitrari (Savoja, 2007).

Da un punto di vista economico-politico, il turismo sostenibile viene inteso come interno al capitalismo avanzato, poiché contempla la tendenza all'accumulo del capitale e l'incentivazione al consumo degli habitat per aumentare la produzione (Bramwell, 2012), al più prevedendo degli interventi per riparare i danni prodotti (Sharpley, 2000); o promesse similari, utili a distrarre l'opinione pubblica e impedire una radicale messa in discussione di tale paradigma (Rist cit. in Savoja, 2007).

Ciò comporta che non è prevista la possibile fine delle attività turistiche in un luogo come possibile soluzione, il che appare assurdo perché significa dare per assodato che le attività turistiche dovranno essere sempre presenti in una località, mentre una qualsiasi attività economica che non garantisce un corretto sviluppo di un luogo, anche solo perché non redditizia, viene fermata e si pianifica la riconversione dell'area (Moscardo, 2008).

Per questo motivo c'è chi critica la vicinanza teorica con lo sviluppo sostenibile, ritenendo impensabile che possa davvero esserci della sostenibilità nel turismo all'interno dell'ottica liberista (Slee *et al.*, 1997; Sharpley, 2000). La base del turismo sostenibile risulta essere frutto di un modo di concepire il turismo e di pianificarlo secondo ragionamenti occidentali orientati dall'idea modernizzatrice dello sviluppo (Sharpley, 2000).

Inoltre si ritiene che il turismo sostenibile fallisce nel momento in cui non mette in primo piano la componente socio-culturale, quando pretende cioè di quantificare in

termini economici non solo il patrimonio culturale ma soprattutto i beni intangibili, rendendo di fatto merci i valori legati al senso che ciascuno dà del proprio territorio (Simonicca, 2006).

Il turismo, inteso come attività commerciale legata all'economia di mercato, deve fare sempre i conti con la legge della domanda e dell'offerta, in questo settore con i desideri dei turisti, senza il cui consenso o interessamento nessuna idea eco-compatibile risulterà economicamente sostenibile. Di certo il ruolo dei turisti nelle società post-industriali è diverso dal passato, l'individualismo delle scelte è prevalso sul collettivismo della società di massa, i consumi si sono differenziati così come le possibilità economiche e il livello culturale dei potenziali turisti (Bauman, 2000); e ciò ha comportato anche maggiori capacità da parte dei turisti, almeno quelli occidentali, di influenzare con opinioni e scelte le azioni dell'impresa turistica. Ma ciò non significa automaticamente che si vada verso una richiesta di ambientalismo o di rispetto per le popolazioni locali.

E alla prima crisi sarà abbastanza difficile che l'industria turistica continui a occuparsi di fattori legati alla sostenibilità ambientale o culturale, proprio come avviene in qualsiasi altro settore dell'economia di mercato, basti pensare alle difficoltà incontrate nel per ora vano tentativo di far applicare agli Stati-Nazione le direttive di Kyoto (Viale, 2011). Può inoltre accadere che turisti che scelgono forme legate ai valori del turismo sostenibile, come l'ecoturismo, siano mossi da motivi che con l'ambiente c'entrano poco, come il voler fuggire dalla saturazione provocata dalla città; non è dunque detto che siano disposti a minimizzare il loro impatto ambientale (Simonicca, 2006; Castoldi, 2010).

Diverso forse sarebbe se si abbandonasse il paradigma neoliberista a favore di una visione non mercificata, dove le risorse non siano solo concepite come patrimonio da sfruttare ma sapendo prendersene cura, oltre a capire come poterle usare a fini turistici (Jamal e Stronza, 2008); un approccio dove l'ambiente sia un tutt'uno fra regno animale e regno vegetale, così da permettere l'affermarsi di modalità turistiche realmente sostenibili (Coriolano e Leitao, 2009), come l'approccio eco-compatibile (Alves e de Hilal, 2009).

Gli scenari futuri del turismo possono determinare delle significative variazioni, a seguito dell'imminente affacciarsi sul mercato internazionale di flussi ingenti di turisti

provenienti dal continente asiatico o da altri paesi emergenti che si riverseranno in tutto il globo (Cohen, 2008; Berruti e Delvecchio, 2009), che non è detto siano sensibili ai problemi ambientalisti o socio-culturali. Ipotesi supportata dai dati dell'UNWTO (2010) che denotano un forte incremento di spese per turismo da parte di brasiliani, russi e cinesi. Questi ultimi vedono nel 2011 aver varcato la frontiera 65 milioni di turisti, 13 più del 1997 (Nyíri, 2012).

Ciò potrebbe permettere all'industria turistica di riprendere a riempire con i nuovi venuti le strutture edificate in passato o di edificarne di nuove, indipendentemente dalla loro mancanza di attenzione verso l'ambiente (Romita, 2008). Mentre soddisferà le nuove richieste dei turisti postmoderni occidentali, attenti all'ambiente o ai problemi socio-culturali, diversificando l'offerta, trattandoli come una nicchia più o meno importante cui offrire determinati prodotti.

D'altronde basta guardare come è stato ridotto il litorale tirrenico e jonico di regioni come la Calabria o il sud della Spagna, per notare come basta che ci sia un'adeguata domanda per far nascere un'offerta, a prescindere da altri ragionamenti di tipo etico.

1.d.3 – Verso il turismo responsabile

Che al di là dell'ambiente ci sarebbero da considerare anche le popolazioni locali è un dato su cui da decenni il dibattito si è sviluppato.

Le forme o gli approcci al turismo fin qui presentati contengono riferimenti alle popolazioni o comunità locali, sia riguardo al fattore economico sia nell'analisi degli impatti del turismo sui cambiamenti degli usi e costumi locali avvenuti in seguito all'avvento del turismo.

Le forme di turismo che se ne occupano rappresentano ancora oggi delle nicchie di mercato, che incidono forse poco rispetto al panorama del turismo internazionale ma che vanno prese in considerazione in questo studio sia per i legami esistenti con gli operatori di turismo responsabile, sia da un punto di vista teorico, perché è a causa dei loro limiti che il concetto di turismo responsabile si è fatto largo, tanto da diventare un riferimento che ritroviamo come un pilastro all'interno delle politiche comunitarie europee.

Un concetto che infatti nasce negli anni Ottanta del secolo scorso per rispondere alle principali critiche che gli studiosi avevano avanzato nei confronti delle forme di turismo alternativo (Goodwin, 2011a); si pensava a un modo di fare turismo capace di includere “*a framework and set of practices that chart a sensible course of action between the fuzziness of ecotourism and the well-known negative externalities associated with mass tourism*” (Harrison e Husbands cit. in Goodwin, 2002: p.23). Viene definito inizialmente un movimento di turisti-consumatori (Goodwin, 2002) senza una genesi ben definita nei contenuti, in cui si pescano concetti già delineati nelle forme di turismo alternativo.

Non a caso in uno dei primi studi approfonditi sul turismo responsabile, Laurent (2003) per analizzarne il significato raffronta le altre forme turistiche rispetto ad alcune tematiche chiave: territorio coinvolto, caratteristiche del prodotto, tipo di realtà con cui si interagisce nella destinazione e tipo di partecipazione della comunità o della popolazione locale (vedi tab.4).

Dal quadro è stato tolto il riferimento al turismo sostenibile, che viene oramai utilizzato in modo trasversale più che come forma turistica.

La mancanza invece di altre tipologie di turismo che pure hanno alcuni punti in comune con il turismo responsabile, sia nello studio di Laurent citato che nel prosieguo di questo studio, si spiega col fatto che al momento non sembrano poter aggiungere nulla al dibattito in corso. Ci si riferisce al turismo sociale e al *pro-poor tourism*.

Il turismo sociale come visto ha un focus più sul tema dell'accessibilità al turismo che altro. Un tema che ritroviamo nel turismo responsabile ma che non offre prospettive di studio o contributi all'analisi del turismo responsabile, sebbene negli ultimi anni le tematiche discusse all'interno del turismo sociale si spostano sempre più verso altri fattori, che non sono solo quello dell'accessibilità.

Il *pro-poor tourism* viene incluso nel novero delle forme possibili di un turismo responsabile (Goodwin, 2010b) ma per molti versi sembra più una moda del nuovo millennio, come l'ecoturismo lo fu degli anni Novanta del secolo scorso, un'idea buona per farsi pubblicità (Scheyvens, 2012). I motivi di tale scetticismo, condivisibili, sono vari: non ha alle spalle nessuna particolare denuncia del turismo e ritiene che l'importante è far arrivare i soldi nelle comunità povere, un elemento che da solo non permette di tenerlo concettualmente assieme alle altre forme turistiche (Gascón, 2009) prese qui in esame, poiché non si pone minimamente in un'ottica trasformativa. Inoltre

non è mai stato evidenziato che riduca davvero la povertà e i guadagni per gli autoctoni sono sempre miserrimi (Scheyvens, 2012).

Tabella 4 – Caratteristiche delle principali forme di turismo attente alle comunità locali

	Ecoturismo	Turismo Solidale	Turismo Equo	Turismo Comunitario
Territori	Aree naturali, con forte componente culturale	Zone che non sono destinazioni turistiche	Zone fuori dal turismo di massa	Zone svantaggiate a rischio spopolamento, abitate da minoranze
Caratteristiche	Preservare la natura	Cofinanziare progetti di sviluppo locale	Riequilibrare i rapporti commerciali Nord-Sud e migliorare le condizioni di lavoro	Attività gestite per la maggior parte dalle comunità locali
Tipo di realtà con cui si interagisce	Comunità locali	Associazioni, comunità rurali e gruppi in contatto con ONG	Comunità locali legate a progetti di commercio equo	Comunità locali che scelgono cosa rappresentare (costumi, usi...)
Partecipazione e delle popolazioni locali a pianificazione	In alcuni casi è prevista la loro partecipazione alla fase progettuale, in altri sono beneficiarie	In prevalenza sono beneficiarie ma a lungo termine è previsto il loro attivismo	In prevalenza sono beneficiarie ma non è escluso un loro attivismo	In genere sì
Affinità	Turismo naturalistico	Turismo sociale e rurale; economia solidale	Commercio equo, economia solidale	Ecoturismo, turismo rurale, economia solidale

Fonte: adattamento di uno studio di Laurent del 2003

Altre tipologie sono invece troppo giovani, come nel caso dello *slow tourism*, per cui non se ne tenne conto nei primi studi sul turismo responsabile e ancora oggi non si hanno traccia di reali collegamenti fra gli operatori, sebbene ci sia una forte coincidenza di valori.

Dunque all'inizio del ventunesimo secolo queste erano le forme turistiche che venivano considerate in grado di rappresentare il concetto di turismo responsabile, che venne ben presto considerato un termine trasversale, non una forma turistica. E come tale utilizzabile come termine ombrello.

Le altre forme a confronto, infatti, presentano delle affinità ma nessuna fra queste si è ritenuto poter essere utilizzata come termine ombrello, poiché ognuna ha un suo particolare focus. In Spagna per alcuni anni si è cercato di utilizzare come termine ombrello *turismo justo*, mutuando il termine dal commercio equo e solidale (Palomo-Peréz, 2006; Tudurì, 2007), ma il tentativo non è andato a buon fine tanto è vero che durante la ricerca empirica gran parte degli intervistati non riusciva a capire il senso di tale termine, associandolo a un più generico senso di equità che è argomento differente dal concetto di equo e solidale cui si riferivano gli autori di tale utilizzo.

Il turismo responsabile nasce all'interno di questi tentativi di trovare delle soluzioni ai problemi addebitati al turismo, sottolineati da svariati studi e da numerosi attivisti nel corso degli ultimi decenni, non solo di tipo ambientale.

La sua genesi è differente rispetto a movimenti che hanno preso piede nello stesso periodo in altri settori merceologici, o che erano mossi dalle stesse motivazioni. Il commercio equo e solidale, ad esempio, che pure affonda le sue radici nei problemi legati agli squilibri Nord-Sud, si è dato delle regole chiare fin da subito, condivise poi in tutto il mondo. Ciò non è mai avvenuto nel turismo responsabile, che è rimasto un termine vago, usato agli inizi degli anni Ottanta del secolo scorso con la nascita dei primi centri sul turismo responsabile a Goa e a Sant'Anselmo (Goodwin, 2011a), che si impegnavano in attività di denuncia e di sensibilizzazione.

La differenza con la genesi del commercio equo e solidale si spiega in parte con il fatto che mentre quest'ultimo è stato concepito come azione pratica da parte di un manipolo di giovani olandesi che nel 1959 intesero aiutare le popolazioni siciliane, nel turismo responsabile l'opera di denuncia e di sensibilizzazione è sembrato inizialmente l'unico raggio d'azione plausibile, l'organizzare viaggi basati su un approccio diverso da quello dell'industria turistica rappresenta un'evoluzione degli ultimi quindici anni, che ognuno ha poi interpretato e messo in pratica a modo suo.

Il tema delle comunità locali nel turismo responsabile non è l'unico che ritroviamo all'interno della discussione sui problemi socio-economici e culturali legati al turismo,

ma è senza dubbio una tematica importante da trattare, poiché gli scenari cambiano a seconda del ruolo che si vuole attribuire loro, fra chi lo vede attivo e chi si accontenta di un ruolo passivo, che guarda più ai possibili benefici economici che altro.

Capitolo 2 – Il turismo responsabile e i diversi approcci

Il termine “responsabile” negli ultimi anni sta guadagnando peso nel dibattito turistico internazionale (Cañada, 2012); si registra infatti un incremento degli studi e l'organizzazione di alcuni convegni dedicati al tema, dopo anni di indifferenza; ma ancora i contributi non sono sufficienti a chiarire alcune delle questioni in cui ci si imbatte quando si affronta il tema del turismo responsabile, la cui definizione non è stata mai ben definita all'interno del dibattito scientifico, né concordata fra gli operatori europei che usano questo termine.

In Europa oggi sono molteplici le esperienze che si rifanno a questo concetto, sia di primo che di secondo livello, su queste ultime si concentra l'analisi di questo capitolo.

2.a – La letteratura esistente sull'argomento

Una delle caratteristiche comuni su cui ci si basa quando si parla di turismo responsabile è il riferirsi a questo termine non come a un prodotto, ma in modo trasversale, come sistema di produzione turistica (Palomo-Pérez, 2006), una filosofia (Font, 2011), parallelamente a quanto si cerca di fare col turismo sostenibile.

La differenza consiste nel fatto che mentre alcuni termini e definizioni usati nel turismo descrivono attività, luoghi o tipi di turisti, vi sono altri termini che invece si appellano ai valori etici. Nel primo caso ci si riferisce a famiglie motivazionali o a target di domanda, mentre nel secondo caso ci si riferisce agli impatti del fenomeno turistico (Andreotti e Sacco, 2011). Turismo solidale, comunitario, equosolidale o ecoturismo rappresentano dunque delle forme di turismo, mentre il turismo responsabile è concepito in modo trasversale, legato all'etica e alla sostenibilità (Font, 2011) dove si prevede al più, al suo interno, determinate forme di turismo (Laurent, 2003).

Altra caratteristica comune è il suo legame col concetto di sviluppo sostenibile, in particolar modo riguardo al fatto che chi si occupa di turismo responsabile si preoccupa di questioni ambientali, economiche e sociali legate alle attività turistiche (Andreotti e

Sacco, 2011).

All'interno di questo filone di studi c'è chi pone l'attenzione sui comportamenti dei turisti (Del Chiappa *et al.*, 2009), chi ne fa un problema di *governance* (Hall, 2012) e chi punta l'accento sullo sviluppo e sul protagonismo delle popolazioni e comunità locali (Rivera-Mateos e Rodriguez-Garcia, 2012).

Ma soprattutto vi sono due approcci divergenti, che rispecchiano a grandi linee le differenze di comportamento degli operatori attivi all'interno dell'universo del turismo responsabile in Europa; da un lato chi ritiene che bisognerebbe uscire dal paradigma neoliberista, dall'altro un approccio che tende a non rompere né mettere in dubbio tale paradigma che caratterizza l'industria turistica convenzionale.

2.a.1 - I due approcci principali

Il primo filone di studi, sviluppatosi specie nei paesi europei di origina latina, ha approfondito il concetto di turismo responsabile analizzando i viaggi che venivano organizzati da realtà europee per clienti europei, che avevano come meta destinazioni prevalentemente del Sud del mondo e che erano legati al concetto di solidarietà e alla tematica degli squilibri Nord-Sud (Dollfus, 2001; Laurent, 2003; Collombon, 2004; Bellia e Richez-Battesti, 2004; Aime, 2005; Palomo-Pérez, 2006, Garrone, 2007; Cravatte e Chabloz, 2008; Béville *et al.*, 2009).

Analisi che tracciano una visione identitaria del turismo responsabile, che intrecciano gli studi di chi aveva sottolineato le iniquità generate dal turismo e aveva invocato maggiore equità e responsabilità nel modo di organizzare il turismo (Scheyvens, 2002).

Si tratta di un modo di intenderlo in contrasto alle logiche sviluppite che caratterizzano l'industria turistica (Palomo-Pérez, 2006), in cui le regole di mercato sono viste in contrapposizione all'etica che dovrebbe contraddistinguere il turismo responsabile (Laurent, 2003).

In questi ambiti troviamo forte il concetto della solidarietà, talmente significativo che si parla di turismo solidale e responsabile, inserendolo nel solco della sostenibilità, ma dando maggiore importanza alle persone implicate nella relazione turistica: il viaggiatore-consumatore da un lato, coloro che ospitano dall'altro (Collombon, 2004); un incontro che deve essere basato sul rispetto reciproco (Dollfus, 2001).

Più nello specifico, si ritiene che il turismo responsabile abbia carattere

multidimensionale, che comprende una dimensione economica, una etica, una legata alla sostenibilità (sociale, culturale e ambientale), una politica e una educativa (Palomo-Peréz, 2006).

Partendo da queste idee si sono sviluppati specie in Spagna degli studi che ritengono che bisogna cambiare il modo di concepire il turismo e il tempo libero, in cui il turismo non sia più idealizzato come fattore di sviluppo né come un'attività che si può fare ovunque come se fosse un diritto; in cui chi viaggia non deve farlo degradando le condizioni ambientali e socio-culturali dei luoghi e delle persone che abitano nelle destinazioni turistiche. E in cui sia capovolta la prospettiva dominante per cui ciò che conta sono solo i desiderata dei turisti, e si sostengano le lotte delle popolazioni locali che cercano di difendersi dall'invasività del turismo convenzionale (Ortiz, 2011).

Un differente approccio è riferibile agli studi che si sviluppano nel mondo prevalentemente anglosassone. Le riflessioni critiche sui possibili problemi legati al turismo sono le stesse che ritroviamo nel primo filone di studi: si sottolinea che l'impatto del turismo si riversa sulle popolazioni locali e si somma a quello ambientale (Goodwin, 2011c); che c'è un aumento del livello di antropizzazione, delle possibili fluttuazioni speculative dei valori di mercato dei terreni (Grigolli, 2011c); che le comunità locali sia dei paesi del Sud che di quelli del Nord si trovano spesso *“in coda a un processo che è spesso fuori dal loro controllo e si considerano sfruttate o quantomeno in posizione asimmetrica rispetto ai fruitori”* (Goodwin, 2011a: p.20).

Ma a differenza di chi ha posto l'accento sul legame con i temi solidaristici e comunitari (Andreotti e Sacco, 2011), questi studiosi si spingono oltre, ritenendo che qualunque forma di turismo può essere più responsabile (Grigolli, 2011b) e che il turismo responsabile vada inteso come una filosofia da cui partire per attuare ogni tipologia e forma di sviluppo turistico (Font, 2011). Con un'attenzione marcata verso il mercato (Andreotti e Sacco, 2011), orizzonte che è meno presente se non del tutto assente negli studi afferenti al primo filone di studi.

Secondo questo approccio, il turismo responsabile è un modo di intendere il turismo che ha come obiettivo *“creare luoghi migliori da vivere e da visitare, per chi ospita e per chi è ospitato”* (Goodwin, 2011a: p.23), sebbene poi ogni autore abbia un suo modo di porsi rispetto a chi si deve fare carico dell'applicazione di tale concetto. Chi ritiene che i comportamenti responsabili di cui tener conto siano quelli dei turisti (Del Chiappa *et al.*,

2009) è dell'idea che sono loro a influenzare l'offerta e quindi le scelte di chi pianifica e organizza il turismo. Se i turisti domandano rispetto per l'ambiente o per le popolazioni locali, l'industria turistica ne terrà conto.

Chi è attento prevalentemente alle scelte effettuate dall'operatore turistico (Font, 2011) lo ritiene l'unico motore in grado di far cambiare la situazione.

E c'è chi invece tiene conto della responsabilità di tutti gli attori, comunità locali incluse (Savoja, 2009), in un'ottica di necessaria sinergia.

E' un approccio in cui l'orizzonte non è rappresentato dagli operatori di turismo responsabile ma ci si preoccupa dell'intera filiera turistica. E infatti ci si concentra su studi sulle certificazioni (Manente, Minghetti e Mingotto, 2011; Bobbin, 2012), sul marketing (Lucci e Sacco, 2011) o sulle opportunità offerte all'industria turistica dal turismo responsabile (Candela, Castellani e Dieci, 2007; Grigolli 2011a).

All'interno degli studi sul turismo responsabile negli ultimi anni si è distinto l'*International Centre for Responsible Tourism* (ICRT), centro studi dell'università di Leeds. L'ICRT rappresenta una realtà indipendente dall'industria turistica che si è distinta negli ultimi anni per la capacità di organizzare con continuità conferenze in diversi continenti sui temi del turismo responsabile che hanno coinvolto centinaia fra studiosi e operatori e che hanno toccato vari temi inerenti al turismo responsabile.

Nel 2002 organizza una conferenza ai margini del vertice ONU di Cape Town, al termine della quale viene redatto un documento noto come "Dichiarazione di Cape Town", contenente quelle che secondo questo centro studi sarebbero le caratteristiche del turismo responsabile.

L'impegno dell'ICRT per l'implementazione del dibattito sul turismo responsabile negli ultimi anni si è fatto assiduo. Nel 2008 organizza a Cochin, nella regione indiana del Kerala, la II conferenza internazionale sul turismo responsabile nelle destinazioni, in cui l'attenzione si sposta, rispetto alla prima, *"su un piano più concreto, in cui vengono presentati una serie di approcci strategici e best practice progettuali che mirano a favorire il passaggio da una dimensione strettamente progettuale ad una maggiormente operativa"* (Andreotti e Sacco, 2011: pp.48,49).

Nel 2009 l'ICRT organizza la III conferenza internazionale in Belize, incentrata sui seguenti assi di discussione:

- Turismo e sviluppo economico locale.

- Gli impatti del turismo sulle aree costiere e marine.
- Gli impatti del turismo crocieristico.
- L'Impatto del turismo delle seconde case sulle comunità locali.
- Gli impatti del turismo sul cambiamento climatico.

Nella dichiarazione finale si sottolinea come è importante che ONG, comunità locali e operatori turistici prendano delle decisioni assieme e si diano da fare per raggiungere gli obiettivi datisi (ICRT, 2009).

Nel 2010 si svolge la IV conferenza nell'Oman da cui non fuoriescono documenti conclusivi finali, mentre nella V conferenza, svoltasi nel 2011 a Edmonton, in Canada, l'attenzione si focalizza su 5 assi di riflessione:

- Turismo per tutti.
- Turismo polare.
- Turismo indigeno.
- Turismo e sviluppo economico locale nelle nazioni sviluppate.
- Governance.

La VI conferenza si svolge nel 2012 a Sao Paulo, in Brasile, sull'interrogativo: “quali progressi sono stati fatti per la messa in pratica del turismo sostenibile dal 1992?”.

Ad eccezione delle prime due, su queste ultime conferenze e sui documenti finali non si sono sviluppate analisi di alcun tipo esterne agli studiosi dell'ICRT, mentre su quella di Kerala del 2008 si è sottolineato come siano stati fatti pochi progressi nella direzione auspicata di un turismo più sostenibile e responsabile (Sivini S., 2008).

Tutti i documenti delle conferenze dell'ICRT si rifanno alla “Dichiarazione di Cape Town” elaborata dall'ICRT nel 2002, e che riprende (vedi allegato 2) a sua volta una serie di documenti del passato inerenti la sostenibilità e l'etica nel turismo.

2.a.2 – Definizioni di turismo responsabile

La “Dichiarazione di Cape Town” contiene i 7 punti che secondo l'ICRT caratterizzano il turismo responsabile (vedi tab.5).

Il documento riprende il lavoro fatto in Sud Africa sul concetto di turismo responsabile, che vide un primo passo con la stesura nel 1996 del *White Paper on the Development and Promotion of Tourism in South Africa*, cui seguì la pubblicazione

denominata “*National Responsible Tourism Guidelines for South Africa*” nel 2002 (Booyens, 2010).

Tabella 5 - il turismo responsabile per ICRT

1. Minimizzare gli impatti negativi di tipo economico, ambientale e sociale.
2. Generare maggiori benefici economici per la popolazione locale; favorire il ben-essere delle comunità ospitanti; migliorare le condizioni di lavoro e l'accesso lavorativo al settore turistico.
3. Coinvolgere le popolazioni locali nelle decisioni che riguardano le loro vite e le loro possibilità.
4. Contribuire positivamente alla conservazione del patrimonio naturale e culturale, oltre che al mantenimento della (bio)diversità del mondo.
5. Far fare esperienze piacevoli ai turisti attraverso relazioni significative con la popolazione locale, nonché una maggiore comprensione dei temi culturali, sociali e ambientali della destinazione turistica.
6. Favorire il turismo sociale (rendere accessibile a tutti il turismo).
7. E' culturalmente sensibile, favorisce il rispetto tra turisti e locali, rafforza l'orgoglio locale e facilita l'instaurarsi di un buon clima.

Fonte: ICRT, 2002

Le caratteristiche evidenziate si riferiscono al campo del rispetto (ambientale e del patrimonio culturale); al rapporto con le comunità locali, che devono essere sia coinvolte nei processi turistici sia maggiormente beneficiare degli introiti generati dalle attività turistiche; al campo dell'accessibilità; e al rapporto fra turisti e comunità locali, che richiamano l'interculturalismo e il rispetto reciproco.

La definizione dell'ICRT è stata avversata espressamente da chi ritiene che non bisogna porsi problemi tecnico-organizzativi dell'attività turistica, oltre al fatto che si pongono forti dubbi sul autoregolazione volontaria dei vari attori coinvolti (Cañada e Gascón, 2005).

In opposizione alla definizione dell'ICRT, si propone di concepire il turismo

responsabile come movimento sociale, capace di denunciare gli impatti negativi dovuti al turismo; di stabilire modelli di sviluppo turistico sostenibili; di valorizzare e promuovere la responsabilità di tutti gli attori che partecipano al processo turistico in modo da favorire modelli turistici sostenibili in cui la priorità venga data ai benefici per le comunità locali (Cañada, 2012b).

L'analisi delle 7 caratteristiche scelte dell'ICRT offre ulteriori riflessioni, alcune che sono da ritenersi un patrimonio che accomuna i diversi approcci, altre che lasciano invece aperte questioni di interpretazione.

L'idea di “minimizzare i problemi economici, ambientali e sociali”, era già presente nei documenti sul turismo sostenibile, e si presta alle critiche già evidenziate nel primo capitolo. Ripropone inoltre la questione del rapporto fra turismo responsabile e sostenibile, che non è un dato scontato, sebbene in diversi casi se ne faccia un uso quasi sinonimico (Andreotti e Sacco, 2011). C'è chi ritiene che il secondo rappresenti il modo di operare dell'industria turistica, l'offerta, mentre il turismo responsabile rappresenterebbe i comportamenti dei turisti, la domanda (Del Chiappa *et al.*, 2009), facendo leva sulla nozione stessa di responsabilità che attiene al campo del comportamento (Andreotti e Sacco, 2011).

Ma c'è un modo diverso di intendere la questione, in cui si ritiene che il turismo sostenibile si occupi prevalentemente di ambiente mentre il turismo responsabile sarebbe più concentrato sui problemi socio-culturali. Una dicotomia che non trova riscontro nei documenti teorici sul turismo sostenibile, dove vi sono costanti riferimenti all'importanza del prestare attenzione non solo alla sfera ambientale, ma anche a quella economica e a quella sociale; così come nei documenti inerenti il turismo responsabile è innegabile che ci sia una forte attenzione anche all'ambiente. Tale modo di pensare affonda probabilmente la propria esistenza sulla prassi di come si è evoluto il turismo sostenibile (Andreotti e Sacco, 2011).

Inoltre, considerando anche il quarto punto (contribuire alla conservazione del patrimonio naturale e culturale) si evidenzia come entrambi questi punti risultano concetti che oltre a ricordare i fallimenti degli stessi dettami avvenuti nel turismo sostenibile, si scontra con una serie di difficoltà legate al modo di essere dell'industria turistica convenzionale, fra cui: l'importanza che assume la domanda, senza la quale nessuna buona idea turistica riuscirà a svilupparsi; la necessità di trasformare dei beni un tempo gratuiti in beni economici, con adeguamento anche della gestione di tali beni;

il rischio di una “monocoltura” turistica, cioè l'insufficiente diversificazione delle economie locali; l'avversione dei grandi gruppi industriali del turismo e dell'indotto (arredi, bevande, alimenti congelati, imballaggi...) a favorire le economie locali (Béville *et al.*, 2009).

Il secondo e il terzo punto affrontano il tema delle popolazioni locali che vivono nelle destinazioni turistiche; vengono sottolineate due questioni importanti che vengono equiparate fra loro: i maggiori benefici che tali soggetti devono ricevere dai proventi delle attività turistiche e il loro ruolo all'interno dei processi turistici. Questi due concetti rappresentano uno dei nodi che saranno approfonditi nel prosieguo della ricerca, perché non vi è accordo fra chi ritiene che sia sufficiente che l'industria turistica si impegni a dare maggiori benefici economici alle popolazioni locali, e chi invece è del parere che sia necessario passare anche per un coinvolgimento attivo delle popolazioni locali nella gestione dei processi turistici.

La pretesa che un viaggio di turismo responsabile permetta “relazioni significative” (punto 5) fra turisti e comunità locali è un concetto già criticato in passato (Aime, 2005), poiché il fattore tempo, in cui uno passa e l'altro resta, non deve essere sottovalutato o peggio ancora sottaciuto. Un problema che aumenta all'aumento della diversificazione sociale ed economica fra chi viaggia e le popolazioni locali. Appare come il classico tentativo di far passare l'esperienza turistica come un'attività che sarà ben accetta ovunque, un modo per rassicurare il consumatore occidentale su quanto sia corretta e condivisibile la sua voglia di partire.

I rimandi alle relazioni fra gli attori (parte finale del punto 5 e punto 7) in cui si prevede che devono essere incentrati sul rispetto reciproco e sull'interesse che un turista dovrebbe avere verso le culture presso cui si reca, sono un ottimo punto di riferimento per il turismo responsabile.

L'includere il turismo sociale dentro al concetto di turismo responsabile (punto 6) è un criterio significativo: qui il richiamo all'accessibilità non è intesa nel senso neoliberista con cui anche l'UNWTO usa questo termine, bensì nel senso ben esplicitato di favorire il turismo sociale, cioè abbattere barriere di tipo architettonico come economico, per permettere alle fasce più deboli di poter viaggiare.

Il vero nodo che l'ICRT non risolve, è quello di restare nel solco di un'ottica neoliberista, in cui conta solo l'aumento del PIL (Sivini S., 2008), rendendo vane le speranze di poter applicare davvero gli interessanti principi contenuti nei propri

documenti.

In questo studio ci si rifa' alle posizioni degli studiosi che concettualizzano il turismo responsabile al di fuori dell'ottica sviluppatista, aggiungendo un focus sulla *governance* dei processi turistici (Hall, 2012) e sui rapporti di forza; un turismo responsabile visto come una serie di processi di produzione turistica che devono garantire una distribuzione equa, in cui le comunità locali abbiano il controllo dello sviluppo del turismo in base alle proprie esigenze, vi sia attenzione agli aspetti ambientali, economici e socioculturali; una prospettiva basata sull'etica, alternativa al modello dominante (Rivera-Mateos, 2012).

Un modo di intendere il turismo in cui i singoli elementi che hanno caratterizzato la fase originaria come la solidarietà, l'etica, l'incontro e il protagonismo delle comunità locali sono rivisti alla luce dei recenti cambiamenti, come ad esempio i viaggi nel Nord del mondo; ciò per evitare che sia una proposta teorica applicabile solo per i viaggi nei paesi del Sud del mondo.

2.b - Quadro delle organizzazioni di turismo responsabile in Europa

2.b.1- L'affermarsi delle prime realtà diffuse sui territori

Storicamente, il movimento del turismo responsabile iniziò come fosse un movimento di consumatori nell'era in cui la Thatcher proclamava la sua narrazione neoliberista del TINA, acronimo di *there is not alternative*, con l'idea che un'alternativa ci fosse (Goodwin, 2009). Le alternative si sono concretizzate inizialmente nella nascita delle prime organizzazioni i cui sforzi miravano a cambiare le modalità del turismo operando su più fronti, dalla denuncia delle storture messe in atto dall'industria turistica alle campagne di sensibilizzazione dell'opinione pubblica; dalla stesura di articoli di riflessione alla redazione dei primi documenti di riferimento.

Le prime iniziative sono legate al tema della solidarietà e dello squilibrio Nord-Sud, organizzate in antitesi al paradigma sviluppatista portato avanti dal WTO/OMT, come nel 1980, quando la Conferenza Cristiana d'Asia indice a Manila un contro-meeting di una conferenza del WTO/OMT. Vengono poste alcune riflessioni chiave che costituiranno in gran parte la spina dorsale della concezione del turismo responsabile, quali: i limiti dello

sviluppo turistico, che non può essere concepito come illimitato; la necessità di riconoscere il punto di vista dei popoli che abitano nei paesi che all'epoca venivano definiti del Terzo Mondo; il problema del turismo sessuale.

Conferenze, articoli, vicinanza ai popoli che vivono nelle nazioni non industrializzate, vicinanza con chi è impegnato nei settori della cooperazione allo sviluppo, del commercio equo e solidale, delle lotte per i diritti dei popoli, dell'ambiente. E qualche primo tentativo di organizzare dei viaggi che si auspica siano diversi da quanto proposto dall'industria turistica convenzionale.

Le prime realtà attente ai problemi del turismo nascono in Europa fra la fine degli anni Sessanta e la fine degli anni Settanta del secolo scorso (vedi tab.6).

Nel 1968 in Francia viene fondata l'*Association, Rencontres, Voyages, Etudes, Loisirs* (ARVEL), che dopo qualche anno inizierà a occuparsi di turismo responsabile e sociale. Nel 1971 nasce l'ONG Dichiarazione di Berna, per uno sviluppo solidale, che prende il nome da un appello lanciato 3 anni addietro atto a rendere più equi i rapporti tra la Svizzera ed i paesi del cosiddetto all'epoca "Terzo Mondo". Nel 1975 diventa operativa l'ONG tedesca ZEB, poi rinominata *Tourism Watch*, che viene patrocinata dall'ente per lo sviluppo della chiesa evangelica EED e edita una rivista; 2 anni dopo a Basilea nasce il "Gruppo di lavoro per il Turismo e lo Sviluppo" (AkTE), che scriverà numerosi articoli di riflessione sui problemi legati al turismo.

Il panorama si arricchisce nel corso degli anni Ottanta; alcune decidono di unire le loro forze costituendo entità di II livello, vuoi reti informali, vuoi associazioni; altre proseguono in modo individuale.

La prima rete europea dove si introduce il termine responsabile nel turismo risale al 1981. Si tratta della *Tourism European Network (TEN)*, una rete internazionale di respiro europeo al cui interno non ci sono organizzatori di viaggio puri, ma realtà che si occupano in vario modo di sensibilizzazione e di denuncia dei problemi legati al turismo.

Nel primo decennio di attività TEN vedrà annoverati fra i suoi membri oltre a Dichiarazione di Berna, ZEB-*Tourism Watch* e AkTE, altre realtà che possono essere considerate le pioniere del turismo responsabile in Europa, come le associazioni belghe *Karavaan* e *Tourès*; l'ONG inglese *Tourism Concern*, che un tempo parlava di turismo responsabile, poi di turismo comunitario, oggi di turismo etico; l'austriaca *Respect*, oggi assorbita da *NatureFriends International* (NFI); le olandesi *Informatie Verre Reizen*, che redige guide informative e *Retour*, fondazione che offre consulenze per un turismo meno

dannoso; l'associazione no-profit francese *Tranverses*, che opera nel settore dell'informazione; l'italiana RAM, nata come realtà di commercio equo e solidale e oggi piccolo tour operator di turismo responsabile.

Tabella 6 – Le prime realtà aggregate europee di turismo responsabile

Anno	Nome	Aderenti	Nazioni	Tipologia aderenti
1981	Tourism European Network (TEN)	15	Varie nazioni	Realtà no-profit
Dal 1986 al 1993	Tourism with Insight (TwI)	30	Germania	Associazioni no-profit
1998	Associazione Italiana turismo Responsabile (AITR)	12 in origine, oggi 90	Italia	Varie, da associazioni no-profit a tour operator specializzati
1998	Forum Anders Reisen	12 in origine, oggi 130	Germania	Tour operator
2000	Réseau Archimède	25	Francia e paesi del Sud del mondo	Prevalenza di associazioni
2004	Foro de Turismo Responsable (FTR)	10	Spagna	Prevalenza di associazioni e ONG
2004	Association des Tours opérateurs Thématiques (ATT)	13	Francia	Operatori turistici
2006	Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire (ATES)	35	Francia	In prevalenza piccoli operatori turistici
2007	Coalition International de Tourisme Responsable (CITR)	145 di cui 5 attivi	Tutto il mondo	ONG, professionisti
2007	Agir Responsable En Méditerranée par le Développement du Tourisme solidaire (AREMDT)	14	Mediterraneo	Realtà di II livello, autorità
2008	European Alliance for Responsible Tourism Hospitality (EARTH)	24	Varie nazioni	Varie, con significativa presenza di realtà di II livello

Fonte: elaborazione dell'autore

Nel corso degli anni alla rete TEN hanno aderito altre organizzazioni, come l'istituto tedesco *Studienkreis* impegnato in un'opera di informazione e educazione, il circuito di hotel svedesi *Schyst Resande* e il *Foro de Turismo Responsable* (FTR) spagnolo, cui a sua volta aderiscono ONG, associazioni e realtà che si occupano di sensibilizzazione e di

denuncia delle storture del turismo.

La maggior parte di queste singole realtà è ancora oggi attiva o ha lasciato in buone mani la propria eredità esperienziale mentre TEN funziona ancora oggi, si occupa di organizzare meeting annuali fra i membri. La sua rilevanza nel panorama europeo è data oltre che dall'aver segnato la storia del turismo responsabile europeo, dall'aver fatto azioni di pressione e denuncia assieme a reti e ONG di altri continenti e azioni di sensibilizzazione in favore di un turismo più responsabile.

Dal 1986 al 1993 si consuma invece l'esperienza di un'altra rete prevalentemente formata da realtà tedesche, denominata *Tourism with Insight* (TwI) che nei suoi sei anni di attivismo arriva a comprendere al suo interno trenta organizzazioni di vari paesi di carattere ambientalista o terzomondista, con all'interno realtà religiose, organi di stampa, organizzatori di viaggi giovanili, associazioni che si occupano di sviluppo, di lotta contro il razzismo, di diritti umani, di popoli minacciati. L'importanza della rete TwI nella storia del turismo responsabile è duplice: da un lato la sua capacità di comprendere al suo interno tipologie differenti di realtà, non solo dunque quelle impegnate nel settore della cooperazione allo sviluppo; dall'altro per la elaborazione di uno dei primi codici di condotta per un turismo responsabile, in cui si cercava di passare dalla teoria alla prassi; un codice particolarmente dettagliato il cui schema è stato poi utilizzato da altre organizzazioni di turismo responsabile negli anni a venire (Garrone, 2007).

Oltre a queste due reti, il panorama europeo si completa di diverse organizzazioni che operano in modo differente sul tema degli squilibri Nord-Sud, chi organizzando campi di volontariato, chi con progetti di sviluppo, chi facendo opera di sensibilizzazione e educazione.

Dal 1993 al 1998 l'azione di pressione nei confronti degli organismi sovranazionali da parte delle realtà afferenti a TEN viene affiancata da campagne in favore di un turismo più eticamente connotato rivolti all'opinione pubblica, come quella elaborata da *Tourism Concern* nel biennio 1995-1996, dal titolo: "*Our holidays, their homes*"; ma anche altre organizzazioni esterne a TEN si danno da fare in tal senso, come nel caso dell'associazione inglese VSO, che lancia la campagna *WorldWise* focalizzata a incoraggiare le persone a vivere vacanze migliori.

Nel 1998 vengono poi fondate in Italia l'Associazione Italiana per il Turismo Responsabile (AITR) e in Germania il *Forum Anders Reisen*, entrambe da una dozzina di organizzazioni che rappresentano due basi sociali particolarmente differenti fra loro, il

che influirà sul loro modo di intendere il turismo responsabile. Prevalenza di ONG e di associazioni no-profit per la prima⁴, tutti piccoli e medi operatori turistici per la seconda.

Oggi fanno parte di AITR quasi 100 organizzazioni⁵ molto diverse le une dalle altre per tipologia di azione e per struttura. Sono presenti infatti organizzazioni che a loro volta sono di II livello, come Borghi Autentici d'Italia (BAI) che federa amministratori di piccoli comuni; ARCI turismo, Legacoop. Fino al 2010 c'era anche la cooperativa Viaggi e Miraggi che si è poi staccata e ha costituito una sua rete di operatori, associazioni e botteghe di commercio equo e solidale, che continua l'opera di promozione di un turismo responsabile particolarmente legato ai principi del commercio equo e solidale e più in generale sensibile alle teorie dell'economia solidale⁶.

AITR raggruppa la gran parte degli operatori di turismo responsabile attivi sul territorio italiano, assieme a realtà legate al settore dei viaggi ma non coinvolte nella loro organizzazione, come case editrici specializzate in viaggi o ditte che vendono materiale per il trekking. Vi sono poi ONG, associazioni no-profit, istituti di certificazione. L'associazione si occupa di formare i propri soci e facilitarli nell'opera di promozione, sensibilizzare l'opinione pubblica e l'industria turistica; da qualche anno è anche attenta al discorso delle certificazioni.

Il *Forum Anders Reisen* si è ingrandito nel corso degli anni e al gennaio 2011 contava al suo interno 130 operatori turistici⁷. Gli aderenti organizzano viaggi che rispettano dei criteri ambientali, fra cui il non utilizzo di aerei per destinazioni inferiori ai 700 chilometri e criteri riferiti ad aspetti sociali quali il rispetto per le società, le culture e i bisogni delle popolazioni locali che vivono nelle destinazioni turistiche. Criteri che vengono messi in pratica tramite l'utilizzo di mediatori culturali che accompagnano i gruppi, oltre al favorire lo sviluppo e l'implementazione delle attività turistiche locali.

La rete francese *Réseau Archimède* nasce in Francia nel 2000 e vede oggi l'adesione di 20 realtà, per la maggior parte associazioni, oltre a qualche piccolo operatore turistico e case editrici⁸. Vi aderiscono inoltre 5 persone a titolo individuale. Nata per creare una rete di attori del turismo responsabile, la *Réseau Archimède* organizza serate a tema e promuove i viaggi dei propri aderenti. Fra le sue parole chiave troviamo la diffusione di

4 Le realtà che hanno fondato AITR furono: ACU, ANCST, ASPAC, CTS, ECPAT, ICEI, Legambiente, MLAL, RAM, Insieme nelle Terre d Mezzo, WWF

5 Per un elenco completo delle realtà che aderiscono oggi ad AITR si veda il sito web <http://www.aitr.org>

6 L'elenco completo dei membri si trova sul sito web <http://www.viaggiemiraggi.org>

7 Ulteriori informazioni si trovano sul sito <http://www.forumandersreisen.de>

8 L'elenco completo dei membri della *Réseau Archimède* si trovano sul sito web <http://www.reseau-archimede.org>

un turismo solidale e responsabile.

Altre associazioni di II livello che fanno da raggruppamento per singole realtà nascono in Europa fra il 2004 e il 2008, come nel caso del *Foro de Turismo Responsable* (FTR), nato nel 2004⁹ “con l'obiettivo non di offrire viaggi ma di sensibilizzare l'opinione pubblica sull'impatto del turismo di massa, denunciare alcune pratiche e potenziare un turismo più responsabile, su tutto quello rurale comunitario”.¹⁰ La posizione del FTR si distingue nel panorama europeo perché contrappone il turismo responsabile al turismo convenzionale, non ritenendo percorribile l'idea che tutto il turismo possa diventare responsabile e preferendo lavorare per la costruzione di un'alternativa. Le pubblicazioni inerenti le problematiche legate al turismo sono tutte scaricabili gratuitamente dal loro sito web. Fra le realtà aderenti al Foro si distingue *Alter Nativas*, associazione navarra che nel 2012 ha pubblicato uno dei primi studi sul turismo responsabile in Navarra e ha avanzato proposte che saranno riprese nel corso di questo studio sulle possibili evoluzioni del turismo responsabile per quanto riguarda i viaggi in Europa.

Nello stesso anno nasce l'*Association des Tour opérateurs Thématiques* (ATT), dopo un processo costitutivo durato 3 anni, costituito da piccoli e medi operatori turistici legati prevalentemente al mondo dell'avventura e della natura. L'ATT ha una sua Carta Etica dedicata al comportamento dei viaggiatori. Ma ha anche elaborato per i propri aderenti un marchio di certificazione denominato *Agir pour un tourisme responsable* (ATR).¹¹

Nel 2006 nasce l'*Association per un Tourisme Equitable et Solidaire* (ATES), la cui genesi è particolarmente articolata: voluta dal governo diversi anni addietro, il processo per farla divenire realtà viene affidato all'*Union Nationale des Associations de Tourisme et de plain air* (UNAT), che associa tutte le esperienze no-profit del settore turistico francese. Oggi l'ATES aggrega 35 membri¹², i cui viaggi sono legati al commercio equo e solidale.

Vi è poi la rete *Agir Responsable En Méditerranée par le Développement du Tourisme solidaire* (AREMDT), composta da 14 organizzazioni, che inizia ad operare nel 2007 in tutti i paesi che si affacciano sul mediterraneo; si occupa di formazione, scambi,

9 Al settembre 2012 gli aderenti al FTR che operano in Europa sono: l'ONG Acsud las Segovias; le associazioni Sodepau, Bidaetiko, AlterNativas, Venivè Turismo Sostenible; il portale web Acciò por un turismo responsable (ATR), il centro studi Alba Sud, Iniciativas de Cooperación Internacional para el Desarrollo (ICID), la Xarxa de Consum Solidari

10 Intervista a uno degli aderenti al FTR, Madrid, 13 febbraio 2012

11 Al settembre 2011 i soci certificati ATR risultavano essere 12: Allibert, Atalante, Chamina, Clubaventure, Comptoir de voyages, La Balaguère, Nomade, Sans Frontières, Terre d'aventure, Terre voyages, Tirawa, Voyager autrement, Voyageurs du monde.

12 Per una lista completa dei suoi membri si veda il sito <http://www.tourismesolidaire.org>

monitoraggio di esperienze turistiche sulle sponde del mediterraneo, con lo scopo di strutturare una rete di attori di turismo responsabile e solidale¹³.

Così come nel 2007 nasce la *Coalition International de Tourisme Responsable* (CITR) che coordina la Giornata Mondiale del Turismo Responsabile e appoggia tecnicamente e finanziariamente progetti di turismo responsabile a livello internazionale tesi a favorire lo sviluppo locale, la lotta alla povertà e la preservazione dei patrimoni. Ne fanno parte 145 membri fra professionisti e organizzazioni del settore turistico, del commercio equo e solidale e della cooperazione allo sviluppo¹⁴.

Nel 2008 nasce *Schyst Resande*, un network di 6 organizzazioni¹⁵, che opera in Svezia nel settore alberghiero. Sprona gli albergatori ad avere atteggiamenti eticamente connotati, commercializza le proposte dei propri soci, produce materiale informativo, organizza seminari, ha dei propri “ambasciatori” nelle nazioni che stanno affianco alle comunità locali, partecipa a fiere sul commercio equo. Negli ultimi anni ha organizzato diverse campagne, fra cui: *an exclusive trip: an evaluation of the effects of the tourism on Thailand and Brazil* (2008); *mapping/overview of the Swedish tour operators: a selection of the Swedish tour operators ethical policies work /on human rights and sustainability* (2009); *happy hour in the paradise: alcohol and tourism in Thailand, Cambodia and elsewhere* (2010).

Nel 2008 nasce anche l'*European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality* (EARTH), costituita da una decina di organizzazioni¹⁶ che han deciso di federarsi con lo scopo di promuovere e sensibilizzare i principi del turismo responsabile; dialogare con le istituzioni pubbliche; osservare, comparare e dialogare con l'industria turistica affinché accolga sempre più principi etici al suo interno (EARTH, 2008). La sua natura è eterogenea, ciascun membro promuove forme di turismo diverse (comunitario, ecoturismo, solidale, equosolidale) ed è composta da realtà sia di I che di II livello, con prevalenza di organizzazioni provenienti dal mondo latino rispetto a quelle

13 Le organizzazioni europee che aderiscono a AREMDT sono l'associazione *Citoyens de la Terre*, l'associazione spagnola *Sodepau* e AITR.

14 Di questi solo 5 sono quelle realmente attive, e fra queste troviamo 2 realtà francesi di II livello che si occupano di turismo. Si tratta di ATES e di *Acteurs du Tourism Durable* (ATD)

15 Al settembre 2012 ne fanno parte: Unionen, ECPAT, Fair Trade Center, Swedish Hotel and Restaurant Workers Union, chiesa di Svezia e il movimento IOGT-NTO.

16 Al settembre 2012 gli aderenti a EARTH sono: le italiane AITR, BAI, CTS, COSPE, ICEI, Planet viaggi, Legacoop, ICEA, Lo spirito del pianeta viaggi, Terre di mezzo, Viaggi solidali; le spagnole Koan Consulting, Quidamtour, Ismalar Rutas, Pandora, Observatorio de los recursos humanos en el sector turistico de Andalusia; le francesi ATES, ATR e Marco Polo; la tedesca KATE, il Sustainable Tourism Ireland, la sezione austriaca dei Nature Friends International; le belghe Diesis e Tourisme Autrement. Fra i fondatori c'erano anche Tourism Concern e il portale italiano web Ermes.net.

anglosassoni.

Il quadro formato da queste realtà vede due estremi contrapposti, da un lato le realtà che non organizzano viaggi, dall'altro gli operatori turistici, generalmente seguendo la dicotomia no-profit – profit. E in mezzo si trovano associazioni e altre realtà come le ONG che hanno affiancato attività di turismo responsabile ad altri settori di attività già consolidati, considerando le attività turistiche una delle fonti possibili di guadagno, ma non l'unica.

Questa differenziazione non ha creato problemi a una realtà come AITR, ma è fonte di problematiche in Spagna, dove il dialogo fra mondo del no-profit e mondo imprenditoriale è quasi del tutto assente.¹⁷

2.b.2 - Come si è modificato il quadro europeo

Nel corso degli ultimi anni il quadro europeo si è notevolmente modificato, sono nate nuove organizzazioni che utilizzano il termine turismo responsabile, ognuno con una propria accezione, da una catena di resort alle ONG, da una fondazione bancaria ai tour operator. Oltre ai portali web e altri strumenti informativi.

Darne conto non è facile, poiché manca una qualsiasi mappatura a livello europeo delle realtà di turismo responsabile esistenti, tranne dove operano realtà di II livello diffuse su un territorio. Inoltre mancano dati per confrontare le varie organizzazioni fra loro, a causa di vari fattori: in primis non esiste un'unica caratterizzazione di cosa sia il turismo responsabile fra gli operatori turistici, ognuno dei quali si rifà a un diverso documento di principi. Poi vi è l'eterogeneità delle attività portate avanti, fra chi fa viaggiare turisti, chi si occupa prevalentemente di fare sensibilizzazione; chi offre servizi, vuoi per operatori turistici vuoi per viaggiatori. E mancano indicatori comuni.

Pur nella consapevolezza di queste problematiche e dell'inevitabile incompletezza del dato fornito, si è ritenuto importante presentare un quadro di come si sta evolvendo il turismo responsabile in Europa.

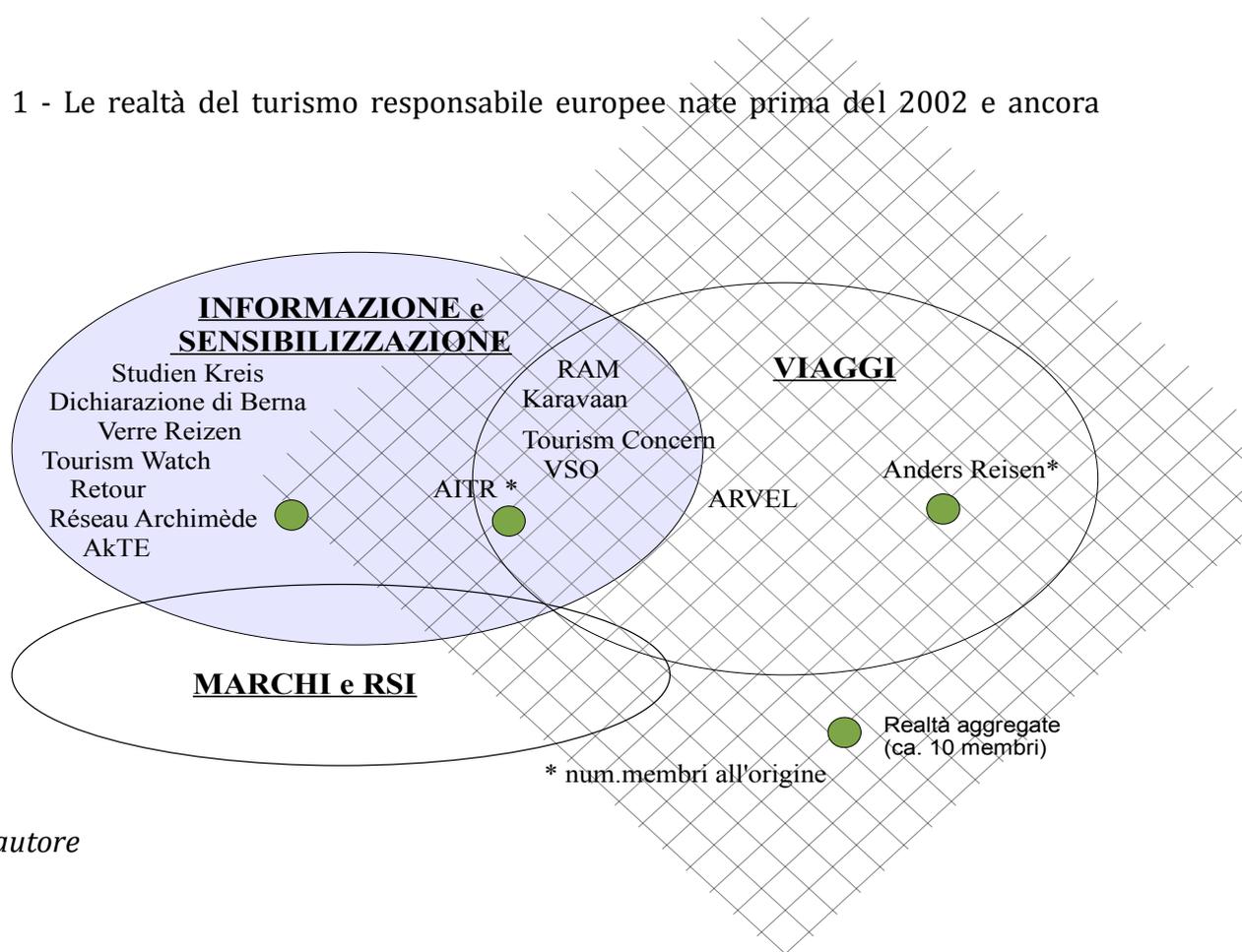
Per far comprendere la dinamicità e l'evoluzione della situazione, si è scelto di dividere il dato in due, il primo contenente le realtà nate prima del 2002, l'altro con quelle nate successivamente o evolute nel corso degli anni.

La divisione al 2002 coincide con l'anno in cui l'ICRT ha dato la sua definizione di cosa

¹⁷ Intervista a uno dei responsabili del nascente Centro Espanol de Turismo Responsable, Madrid, 20 gennaio 2012

sia il turismo responsabile, ai margini del vertice mondiale sullo sviluppo sostenibile promosso dalle Nazioni Unite in Sud Africa. Sebbene non sia altro che uno dei tanti documenti sull'argomento senza alcuna forza prescrittiva, ha il pregio di aver avviato un dibattito più qualificato attorno al tema, oltre al fatto che essendo stato diffuso in questi ultimi anni in tutto il mondo rappresenta un punto di riferimento con cui tutti gli studiosi e gli operatori si sono dovuti confrontare.

Grafico 1 - Le realtà del turismo responsabile europee nate prima del 2002 e ancora attive¹⁸



Fonte: autore

Fino al 2002 il termine “turismo responsabile” era usato da poche realtà in Europa (vedi graf. n.1), la maggior parte delle quali membre di reti o associazioni di II livello. Ci si occupava prevalentemente di sensibilizzazione tramite campagne e denunce, fra queste solo alcune organizzavano sporadicamente anche qualche viaggio; come nel caso di RAM che nasceva da esperienze di commercio equo e solidale, di *Karavaan* e di *Tourism Concern* che oggi si è ristrutturata come *charity* e porta avanti un lavoro

¹⁸ In questo grafico si è preferito inserire in modo accorpato le realtà socie di associazioni di II livello e in modo singolo le realtà afferenti a TEN, che in quanto rete non ha meccanismi interni di indirizzamento delle attività degli aderenti.

esclusivamente di sensibilizzazione.

Lo stesso accadeva all'interno della *Réseau Arcimède* e di AITR, dove l'opera di sensibilizzazione dei turisti e dell'industria turistica era l'attività principale, oltre alla promozione di qualche viaggio solidale o sostenibile, legato alla presenza di ONG e di operatori di turismo giovanile.

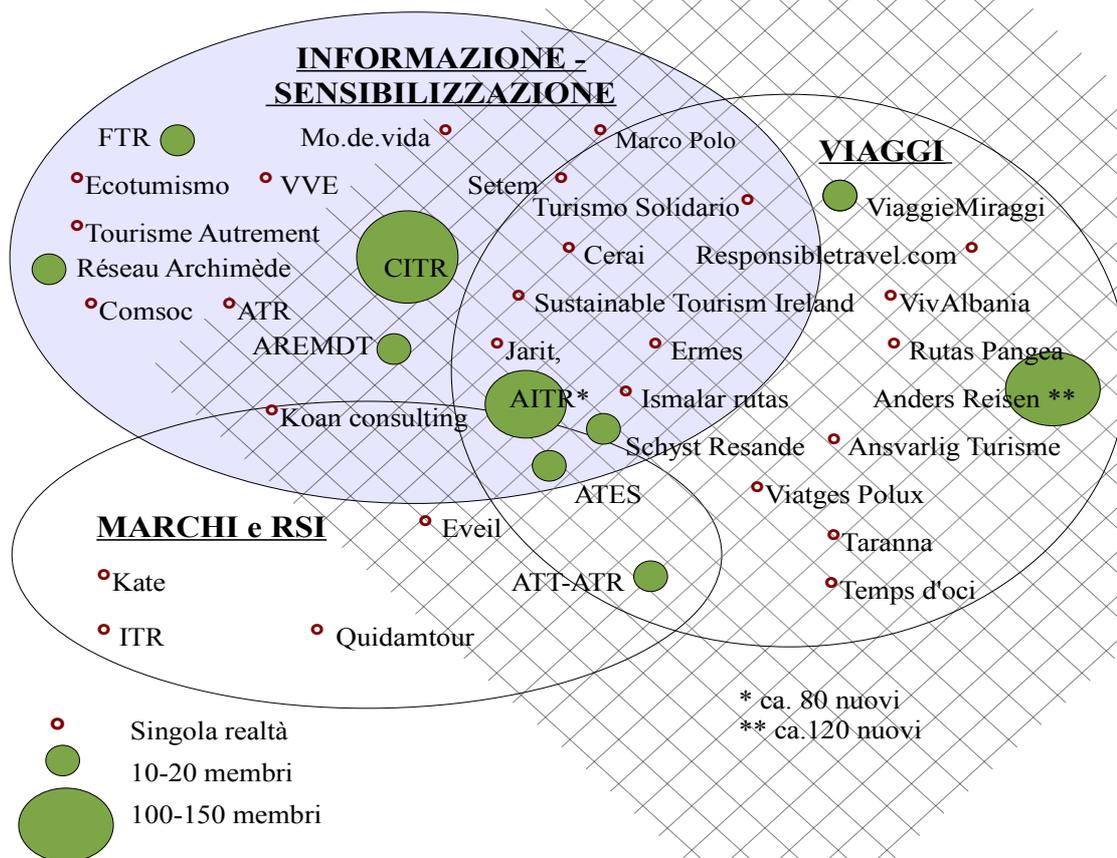
Esclusivamente di viaggi si occupavano solo gli operatori tedeschi aderenti al *Forum Anders Reisen* e l'associazione francese ARVEL, che ha una sua Carta dei principi ed è stata una delle realtà fondatrici di ATES. Il panorama si potrebbe completare con altre realtà che oggi organizzano viaggi di turismo responsabile nate prima del 2002, ma il loro interessamento verso il turismo responsabile è avvenuto negli ultimi anni.

Dopo il 2002 la mappa del turismo responsabile in Europa si evolve e si differenzia notevolmente rispetto alle origini (vedi graf. n.2).

Alcuni elementi significativi di novità sono:

1. l'aumento considerevole degli operatori che se ne occupano, specie in Spagna, dove la presenza di realtà di II livello non ha raggiunto ancora numeri significativi;
2. l'aumento di adesioni all'interno di alcune organizzazioni di II livello in Italia e Germania;
3. la differenziazione del tipo di attività effettuate, con un aumento degli operatori che organizzano viaggi, ma anche la nascita di radio o di portali web;
4. la nascita di organizzazioni che si sono specializzate in attività di portata internazionale;
5. la nascita di un'attenzione verso i temi della certificazione;
6. la limitata penetrazione dell'uso del termine in altri Paesi europei.

Grafico 2 – Principali realtà europee di turismo responsabile nate dopo il 2002



Fonte: autore

Rispetto al primo punto è bene sottolineare la presenza di nuove organizzazioni di I livello che hanno avuto il merito di elaborare delle riflessioni sul turismo responsabile o ne hanno fornito quantomeno una definizione, che saranno richiamati nel corso della ricerca. Si tratta dell'agenzia viaggi spagnola *Ismalar Rutas*, della ditta di consulenze turistiche spagnola *Koan Consulting* e dell'associazione francese *Voyageurs et Voyagistes Éco-responsables (VVE)*, che promuove il viaggiare eco-responsabile e ha redatto una carta per i viaggiatori e una per gli operatori turistici.

Rispetto alle realtà di II livello, si segnalano la nascita delle già citate FTR, AITES, CITR, AREMDT e EARTH, ma soprattutto l'incremento di soci che hanno ottenuto il *Forum Anders Reisen*, che registra 120 nuove adesioni e AITR, che è arrivata a 90, cifra considerevole se si pensa che per accedere ad AITR non basta fare richiesta di iscrizione e pagare una quota associativa, ma bisogna attendere il parere di una commissione

permanente composta da soci del direttivo, che valuta caso per caso le richieste che pervengono.

L'aumento di operatori che prevalentemente o esclusivamente vendono viaggi ha modificato profondamente l'aspetto del turismo responsabile in Europa con evidenti conseguenze che bisogna tenere in conto rispetto in special modo al conseguente slittamento semantico che assume il concetto di turismo responsabile, che ha condizionato gli studi sul turismo e di cui si terrà conto anche in questa ricerca. Inoltre sono nati alcuni portali web specializzati in turismo responsabile come *responsibletravel.com*, con proposte di viaggio in tutto il mondo e buone informazioni di tipo teorico; *viajesresponsables.com* creato da *Viatges Polux*, mentre il gruppo *ID-Croisé* ha attivato il portale web *voyager-autrement.fr*. La ditta *Cosmoc* ha invece dato vita a una radio specializzata sul turismo responsabile.

Nascono anche due realtà significative per il loro attivismo di portata internazionale: la prima è l'associazione francese *Marco Polo*, che da anni organizza il *Forum International de Tourisme Solidaire* (FITS), un incontro fra gli operatori del turismo responsabile e solidale che si svolge generalmente sulla sponda sud del Mediterraneo cui partecipano centinaia di osservatori e di studiosi. I documenti finali di tali Forum aiutano il dibattito sull'evoluzione del turismo responsabile. In Belgio opera invece *Tourisme autrement*, un'associazione che organizza una fiera sul turismo sostenibile che ha raggiunto un livello internazionale ed è oggi un punto di riferimento per tutti gli operatori del turismo responsabile e sostenibile europei.

Discorso a parte va fatto per le realtà che espressamente si occupano di realizzare strumenti per misurare e valutare la responsabilità di un'impresa turistica e il suo impegno nel turismo responsabile, su cui si tornerà nel prossimo capitolo in modo più approfondito. Quelle che in modo esplicito utilizzano il termine "turismo responsabile" sono: l'associazione francese *Citoyens de la terre* che ha strutturato il marchio *Eveil* attivo per gli operatori turistici provenzali; l'*Instituto de Turismo Responsable* (ITR) che ha messo a punto la certificazione *Biosphere*, attribuibile agli hotel; il centro per l'ecologia e lo sviluppo *Kate* che assieme all'Università di scienze applicate di Eberswalde, il dipartimento Sviluppo della chiesa tedesca EED e la sezione austriaca dei *NaturFriends International* promuove il marchio *Tourcert*; la ditta spagnola di consulenze turistiche *Quidamtur*, che ha sviluppato una serie di indicatori per il turismo responsabile, oltre alla già citata ATT che ha elaborato il marchio ATR. Sulle differenze fra questi diversi

strumenti di certificazione si tornerà nel prossimo capitolo.

Infine c'è da considerare che l'aumento dell'uso del termine responsabile in Europa è ancora abbastanza limitato da un punto di vista dei paesi coinvolti, sebbene il termine sia oggi dibattuto a livello accademico in altre nazioni, come ad esempio nei paesi slavi. In Portogallo è attiva la cooperativa di commercio equo e solidale *Mo.de.vi.da*, che ha mutuato il suo approccio dalla Carta di AITR che è stata tradotta in portoghese. In Albania è nato il progetto *VIVA Albania* che organizza l'ospitalità nel paese delle aquile per i turisti stranieri, in special modo italiani. In Repubblica Ceca troviamo l'agenzia viaggi *Plchová*, in Slovenia l'agenzia di viaggi *Maya* mentre in Irlanda l'associazione *Sustainable Tourism Ireland*, che organizza campi di volontariato, ha aderito alla rete europea di turismo responsabile EARTH. In Norvegia dal 2007 è attiva *Ansvarlig turisme* che oltre a consulenze e a attività di formazione ha dato vita al portale di viaggio sul turismo responsabile *ethicaltravelportal.com*.

2.c - Cos'è il turismo responsabile per le realtà europee?

Le differenze fra chi si pone più dalla parte del mercato e chi da' maggiore risalto alle tematiche della solidarietà e inquadrano la loro attività in un contesto di integrazione a reddito, sono più sfumate di quel che si crede, almeno nei documenti teorici che ciascuna organizzazione ha elaborato.

Dallo studio dei documenti di ciascuna realtà è possibile risalire ai tratti salienti e focalizzare punti di convergenza e punti di distanza, tenendo presente soprattutto le idee delle realtà di II livello, dando comunque conto anche delle posizioni di singole realtà che si distinguono per aver elaborato una riflessione autonoma sul tema.

2.c.1 - Le definizioni degli operatori europei

L'AITR nel panorama europeo presenta l'approccio più articolato, che rappresenta un punto di equilibrio fra chi si pone dalla parte del mercato e chi vi si oppone.

Nella sua succinta ma chiara definizione, l'associazione italiana si sofferma sui principi piuttosto che sulle possibili buone prassi. Una definizione che è stata scelta come citazione di riferimento dalle realtà afferenti alla rete europea di turismo

responsabile EARTH, che recita: *“il turismo responsabile è il turismo attuato secondo i principi di giustizia sociale ed economica e nel pieno rispetto dell'ambiente e delle culture. Il turismo responsabile riconosce la centralità della comunità locale ospitante il suo diritto ad essere protagonista nello sviluppo turistico sostenibile e socialmente responsabile del proprio territorio. Il turismo responsabile opera favorendo la positiva interazione fra industria del turismo, comunità locali e viaggiatori”* (AITR, 2005).

Il rispetto per l'ambiente e almeno in teoria i riferimenti al rispetto delle culture sono patrimonio comune anche da parte di chi si occupa di turismo sostenibile, così come il riferimento alla centralità della comunità locale lo ritroviamo in tanti studi e documenti, seppur concepito in modo diverso in base all'approccio di partenza; mentre riguardo alla giustizia sociale la differenza fra le realtà no-profit e quelle profit è ancora appannaggio solo delle realtà no-profit (Somoza, 2005).

Le prassi sono invece state racchiuse all'interno della “Carta per viaggi sostenibili” e nella versione redatta per i viaggi in l'Italia, denominata “Bel paese, buon turismo” (vedi allegato 3)¹⁹. Due Carte che hanno come documenti comuni di riferimento:

- Carta di Lanzarote
- Agenda 21 dell'ONU
- Manifesto del movimento tedesco 'Tourism with Insight'
- Tourism Bill of Rights and Tourist Code
- Manila Declaration on the Social Impact of Tourism
- Montreal Declaration

Le due Carte chiariscono cosa dovrebbero fare gli operatori turistici, i turisti e le comunità locali per un viaggio responsabile, mutuando dunque lo schema che era stato elaborato da *Tourism With Insight* (TWI) a inizio degli anni Ottanta del secolo scorso. L'AITR ha declinato tali doveri differenziandoli oltre che per soggetti, anche in modo temporale, poiché ha tenuto conto dei comportamenti da assumere prima, durante e dopo il viaggio.

Nel 2005 l'AITR si è dotata di un ulteriore documento, il “Manifesto di Penne” (vedi allegato 4), in cui si trovano indicazioni e auspici dell'associazione riguardo ad alcuni temi fra cui il coinvolgimento nelle politiche del turismo di tutti gli attori che agiscono su un territorio, con riferimento all'allargamento a *“tutti quei soggetti, associazioni, organizzazioni ambientaliste e dei consumatori, cooperative, rappresentanti del mondo del*

¹⁹ Intervista al presidente di AITR, Monopoli, 4/6/2011

volontariato che da anni operano per la qualificazione del turismo in Italia, promuovono forme nuove di turismo, valorizzano la bellezza, i saperi e la cultura materiale del nostro Paese, contribuiscono al miglioramento dell'immagine dell'Italia all'estero" (AITR, 2005). Ma anche il favorire la collaborazione spontanea fra i vari attori nei singoli territori, con particolare attenzione alle istanze espresse dalle comunità locali; l'attenzione ai temi della sostenibilità dello sviluppo, del rispetto dell'ambiente, e delle popolazioni locali, cui riconoscere un ruolo da protagoniste; il garantire l'accessibilità alle persone con disabilità.

Il caso italiano è da anni ritenuto un esempio importante nel panorama europeo, poiché nei suoi documenti non si affida a termini generici come accade nella gran parte dei documenti redatti dagli altri operatori europei dove ci si limita a evocare dei principi di massima; al contrario l'AITR cerca sempre di andare a fondo nei dettagli, per evitare ambiguità (Laurent, 2003); inoltre è stata la prima realtà che si è posta in modo collettivo il problema del turismo responsabile da intendere con un'accezione globale e non limitato ai viaggi nei paesi del sud del mondo (Bellia e Richez, 2004).

Altre realtà hanno un approccio simile a quello di AITR ma pongono al centro del loro concetto di turismo responsabile il tema della solidarietà, mutuato dalle esperienze legate alla cooperazione allo sviluppo o al commercio equo e solidale, legandosi meno ai concetti riferibili al turismo sostenibile.

Vi insistono in modo esplicito realtà francesi quali la *Réseau Archimède*, la rete mediterranea *Agir Responsable En Méditerranée par le Développement du Tourisme solidaire* (AREMDT) e l'*Association per un Tourisme Equitable et Solidaire* (ATES), l'*Association des Tour opérateurs Thématiques* (ATT).

La prima lo caratterizza in modo sintetico ma chiaro, differenziandolo da altri tipi di turismo poiché apporta benefici per le popolazioni locali, rispetta l'ambiente e le culture locali. La posizione della seconda la si ritrova nella propria Carta di principi, in cui viene sottolineato che l'attività è tesa a far promuovere "*un turismo differente, fattore di sviluppo delle popolazioni locali e dei territori*"²⁰. I soci francesi di ATES si ritrovano su queste posizioni come evidenziato fin dal nome; un approccio rafforzato dalla decisione che si può essere membri di ATES solo se si organizzano esclusivamente viaggi legati ai principi associativi. I soci di ATES si rifanno alla Carta del Turismo Equo, che è stata elaborata al fine di adattare i principi del commercio equo e solidale al settore turistico e

20 Notizia presa sul sito web della rete, <http://www.arendt.org>, visitato nel gennaio 2011

definisce il senso che l'ATES dà al suo modo di fare turismo, basato su due concetti fondamentali:

- il turismo è un mezzo per aiutare lo sviluppo locale dei territori d'accoglienza;
- l'insieme del progetto (che comprende l'attività turistica e i programmi di sviluppo) deve essere elaborato e condotto in stretto partenariato con le comunità locali e i loro rappresentanti.

Per ATT, che non fornisce una definizione specifica, il modo di concepire il turismo responsabile può essere dedotto dai criteri cui devono ottemperare le realtà che intendono conseguire il marchio di certificazione ATR. Fra i cardini di cui si tiene conto vi è il rispetto dell'ambiente e delle culture locali, l'equa ripartizione dei proventi fra gli attori del turismo, la solidarietà.

Posizioni non dissimili rispetto a quelle del *Foro de Turismo Responsable* (FTR), per cui il turismo responsabile passa per il rispetto ambientale e culturale, l'attenzione al riequilibrio e all'eguaglianza uomo-donna, l'equa distribuzione dei benefici dell'attività turistica fra tutti gli attori, comunità locali incluse. Il FTR sottolinea anche che la responsabilità deve essere ripartita fra tutti i potenziali attori del turismo, comprese le comunità locali; e specifica la necessità di non appoggiare progetti turistici dove il turismo sia l'unica fonte di reddito ipotizzata, ma inserendolo in un più ampio progetto di sviluppo di un territorio (FTR, 2010).

Nel panorama europeo il FTR è la realtà che più di tutte ritiene che il turismo responsabile sia da ritenersi in modo alternativo all'industria turistica, il che non meraviglia visto che al Forum aderiscono gli studiosi spagnoli che spingono su questa linea di pensiero.²¹

Su una linea analoga troviamo le idee di Viaggi e Miraggi, per cui il turismo responsabile è un approccio alternativo al turismo di massa: *“il suo scopo è rivolto sia al viaggiatore, a cui viene proposta un'esperienza che lo mette in relazione diretta con le popolazioni incontrate, sia alla comunità ospitante che assume un ruolo centrale nel viaggio, diventando protagonista dello sviluppo turistico responsabile nel proprio territorio”*²².

Diverso è l'approccio di chi pone in primo piano le tematiche del turismo o dello sviluppo sostenibile, in cui non c'è traccia di critica all'industria turistica convenzionale e la solidarietà non è un tema basilare.

21 Vedasi in bibliografia gli apporti di Gascón, Cañada, Buades, Fernandez-Miranda, Jimenez.

22 Tratto dal sito ufficiale <http://www.viaggiemiraggi.org>

Il *Forum Anders Reisen* è un esempio in tal senso di realtà che lavora per favorire forme di turismo sostenibile in campo ecologico, economico e sociale. I termini sono simili a quelli usati dalle altre realtà, ma quel che cambia è il rifarsi a una filosofia diffusa nel mondo anglosassone, “*secondo cui il turismo responsabile si differenzia a seconda dei mercati*” (Grigolli, 2011b, p.13).

Posizione più variegata quella della *Coalition Internationale pour un Tourisme Responsable* (CITR), secondo cui il turismo responsabile è l'applicazione del concetto di sviluppo sostenibile, con riferimento alla necessità di rispettare e preservare le risorse naturali, culturali e sociali di un territorio; ma anche un modo per contribuire allo sviluppo dei territori e alla prosperità degli individui. Si sottolinea anche come la responsabilità riguardi l'atteggiamento di chi viaggia, ma anche quello degli operatori turistici.

Simili le concezioni fornite dalla rete *Eveil*, per cui il turismo responsabile è “*un'attività turistica che attua delle pratiche rispettose dell'ambiente naturale e socioculturale e che partecipa in modo etico allo sviluppo economico locale. Favorisce anche la presa di coscienza del turista di fronte agli impatti che può avere sul territorio e lo rende attore del suo consumo*”²³.

Oltre a queste realtà di II livello il panorama europeo si completa con alcune singole realtà che hanno redatto definizioni di cosa sia per loro il turismo responsabile. Principi che oscillano fra il tema dell'ambiente e quello delle popolazioni locali. Visto il carattere non collettivo di tali posizioni, non se ne terrà conto nel confronto realizzato nel successivo paragrafo, ma si ritiene doveroso presentare le loro posizioni per fornire un quadro il più possibile completo dei diversi modi di idealizzare il significato di turismo responsabile.

Per l'agenzia di viaggi spagnola *Ismalar rutas*, il turismo responsabile è uno strumento per la comprensione fra i popoli e la consapevolezza degli impatti ambientali e sociali legati al turismo, in cui è bene usare servizi accessibili anche alla popolazione locale; promuovere comportamenti etici, responsabili e non consumisti; creare benefici economici per la comunità locale e per il risanamento delle risorse intaccate dal turismo, appoggiare le lotte per i diritti umani, i movimenti democratici, la partecipazione cittadina e associativa.

Approcci simili per i belgi dell'associazione *Tourisme autrement* per i quali il

23 Tratto dalla Charte Eveil. Tourisme e loisirs – responsables et solidaires

turismo responsabile ha come fondamenta il coinvolgimento delle popolazioni locali nelle differenti fasi del progetto turistico, il rispetto della persona, delle culture e dell'ambiente, una ripartizione equa delle risorse generate. E per gli inglesi di *Tourism Concern*, che puntano l'attenzione sull'inclusione oltre che sui maggiori proventi che devono andare alle comunità locali.

All'ambiente e al turismo sostenibile si rifà una storica realtà come la fondazione *Retour*, sebbene con dei distinguo sulla non sufficienza della dimensione ambientalista, così come spunti prettamente ambientalisti si trovano sul portale web *responsibletravel.com* o nel portale della sezione austriaca dell'associazione ambientalista *NaturalFriends International*.

I francesi dell'associazione VVE lo definiscono per alcune buone prassi, che sono: trasparenza del prezzo, comprensione di cosa c'è dietro un marchio, valutazione delle proprie attività al fine di prevedere gli effetti negativi; sostenibilità ambientale.

Per la ditta spagnola *Quidamtur*, quando si parla di turismo responsabile ci si riferisce all'intero prodotto turistico in cui turisti, operatori e partner locali siano responsabili rispetto alle destinazioni dal punto di vista ambientale, culturale, sociale e dello stimolo economico, riconoscendo il ruolo centrale della comunità locale.

Si noti come le varie definizioni presentate non permettano di trovare un significato univoco, l'accezione di turismo responsabile cambia di paese in paese a seconda dell'angolatura da cui lo si vuole intendere (Davolio, 2009a). Differenze legate a diversi interessi e a come generare cambiamenti nel settore turistico (Cañada, 2012a), che non sono di facile ricomposizione, tanto che c'è chi suggerisce di adottare il termine al plurale (Grigolli, 2011b).

2.c.2 – Principi a confronto

Le diverse definizioni date dalle realtà di II livello permettono di evidenziare (vedi tab.7) come alcuni principi risultano essere comuni alla maggior parte degli operatori, mentre altri sono maggiormente dibattuti e saranno oggetto di riflessione nel prosieguo dello studio.

Gli elementi maggiormente indicati sono:

- il rispetto ambientale;
- l'opera di sensibilizzazione, dei turisti in special modo;

- il rispetto socioculturale delle popolazioni locali;
- la necessità di apportare maggiori benefici alle comunità locali.

Leggermente meno presente l'elemento inerente il coinvolgimento delle comunità locali, mentre altri elementi non sembrano essere dei riferimenti teorici condivisi a livello europeo, sebbene alcuni di essi siano giudicati importanti da alcune realtà, come nel caso dell'incontro.

Ed è quasi del tutto sparito l'elemento delle denunce e delle campagne che un tempo rappresentavano la caratteristica principale di chi operava nel turismo responsabile.

Come evidenziato a inizio capitolo, gli aspetti ambientali sono tenuti in giusto conto dalle realtà di turismo responsabile, a prescindere dal loro approccio.

La sensibilizzazione dei turisti è un altro elemento che, sebbene declinato in modo differente, è ritenuto un fattore chiave. Non ci potrebbe essere turismo responsabile se non ci fossero dei turisti che assumono atteggiamenti responsabili. Ciò viene tradotto in pratica o con inviti e documenti a chi effettua viaggi organizzati da operatori di turismo responsabile o più in generale ai turisti, cui si chiede di assumere atteggiamenti eticamente connotati.

Non ci sono differenze tra i messaggi rivolti ai propri potenziali clienti rispetto a quelli che sono indirizzati al turista generico, se non per una differenza di toni, un caricare di responsabilità nel primo caso, un invito più sfumato e basato sul legare il divertimento e lo star bene, con i temi della responsabilità.

Il rispetto socio culturale delle popolazioni locali che vivono nelle destinazioni turistiche si è detto come sia un principio che in teoria è presente anche nelle teorie sul turismo sostenibile ma che in pratica poi viene idealizzato come un punto di discriminazione e di caratterizzazione del turismo responsabile, all'interno della cui filosofia è ritenuto un principio basilare, a prescindere dai diversi approcci; un elemento che mette tutti d'accordo e che non necessita di alcuna ulteriore riflessione, sebbene si assista a un uso generico, all'interno dei documenti delle realtà prese in considerazione, su cosa si intenda quando ci si riferisce alle popolazioni locali o alle comunità locali. Termini che vengono usati senza particolari approfondimenti atti a spiegare quale sia il pensiero di ciascun operatore.

Tabella 7 – I concetti alla base delle organizzazioni europee di II livello

	Rispetto ambiente	Rispetto culture locali	Protagonismo delle comunità locali	Maggiori Benefici alle comunità locali	Sensibilizzare industria turistica	Sensibilizzare turisti (*)	Sensibilizzare istituzioni pubbliche	Sensibilizzare comunità locali	Campagne - Denunce	Informazioni reali e trasparenti	Incontro - Autenticità	Viaggiare in piccoli gruppi	Collaborare con comunità locali	Sovvenzionare un progetto di sviluppo
Realtà di II livello														
AITR	X	X	X	X	X	X		X			X	X		X
AREMDT	X		X	X			X							
ATES	X	X	X	X		X				X	X		X	X
ATT - ATR	X	X	X	X		X				X				
EVEIL	X	X		X		X								
Forum Ander Reisen	X	X		X		X								
FTR	X	X	X	X	X	X	X	X	X					
Réseau Archimede	X	X		X										
(*) - alcuni si rivolgono ai propri viaggiatori, altri ai turisti in generale														
Fonti utilizzate: mission, definizioni e altri documenti evidenziati nei siti ufficiali di ciascuna realtà.														

Fonte: elaborazione dell'autore

Su tale problematica si tornerà nel prossimo capitolo, dove si analizzerà anche la questione sul possibile ruolo delle popolazioni locali nel turismo, che rappresenta una questione nodale del dibattito esistente, perché collegabile a quello più ampio scaturito dalle diverse concezioni di cosa sia il turismo responsabile.

Le evoluzioni interne al turismo responsabile europeo dunque, con la nascita di nuovi

operatori dediti esclusivamente all'organizzazione di viaggi, l'utilizzo del termine da parte di molte realtà che rappresentano un universo eterogeneo, l'avvento dei viaggi nel Nord del mondo, vanno analizzate per capire se è possibile ipotizzare una concezione del turismo responsabile sganciato dai paradigmi neoliberisti, o se è un tentativo velleitario.

I prossimi capitoli saranno dunque dedicati a evidenziare alcune questioni teoriche che rappresentano dei punti nodali dove non c'è accordo:

- quali sono gli *stakeholder* da tenere in considerazione;
- i comportamenti responsabili dei vari attori: turisti, operatori turistici e comunità locali;
- come si evolve il modo di promuoversi degli operatori di turismo responsabile;
- il limite di un utilizzo a sé stante dei principi che sottendono il concetto di turismo responsabile.

Capitolo 3 - Gli attori del turismo responsabile e le possibili interazioni

Il termine “responsabilità” può assumere diversi significati; c'è la nozione di *accountability*, in cui è possibile verificare le conseguenze delle singole azioni; o lo si può intendere come la capacità di dare risposte, di compiere gesti e azioni concrete (Goodwin, 2009).

Nel turismo responsabile si fa in generale maggiore riferimento alla seconda accezione, legando dunque tale termine alla sfera etica del comportamento (Goodstein e Wicks, 2007) di coloro che sono considerati gli attori del turismo, termine dietro il quale si discute da anni.

3.a - Gli attori del turismo responsabile

3.a.1 - Quali attori considerare

Il turismo ha come sua caratteristica l'impiego di rilevanti risorse collettive che sono limitate e che sono vincolate da limiti sociali (Savoja, 2009). Ciò chiama in causa tutti coloro che a diverso titolo gravitano attorno a una destinazione turistica e volente o nolente influenzano o sono influenzati dai processi turistici. Soggetti che fanno delle scelte e che fra loro hanno delle interazioni, sebbene non siano obbligati a farlo da alcuna norma.

Negli studi sul turismo, diverse sono le teorie che negli ultimi decenni sono state utilizzate per determinare chi sono gli attori da prendere in considerazione e per analizzare tali comportamenti e tali interazioni; dagli studi sugli *stakeholder* (Savoja, 2007; 2009) alle teorie sulla cooperazione e sulla collaborazione (Jamal e Getz, 1995; Beritelli, 2011), passando per gli studi sulla *governance* e sul *decision making* (Hall, 2011).

Ogni teoria mette in luce come, a seconda degli attori considerati, dei rapporti di forza

e dei diversi modi di interagire, cambiano gli scenari.

Fra gli studiosi di turismo responsabile vi è l'abitudine a focalizzarsi su un determinato attore piuttosto che lavorare sulle interazioni. Occuparsi di cosa ne pensa l'utente finale, cioè il turista, è la strada preferita da chi ritiene che alla fine è questo soggetto che con le sue scelte determina l'offerta turistica; e lui quindi ad avere le potenzialità di innescare un reale cambiamento del turismo su scala mondiale (Goodwin, 2009). Tale approccio trova sponda in chi crede che esista un rapporto fra “turismo responsabile” e “turismo sostenibile”, in cui il primo sarebbe un modello di viaggio che incorpora dei comportamenti rispettosi mentre il turismo sostenibile riguarderebbe la gestione tecnica dei viaggi (Del Chiappa *et al.*, 2009).

Una distinzione simile viene fatta da chi differenzia il “viaggiare responsabile” dal “turismo responsabile”, dove il primo sarebbe un nuovo modo di viaggiare per chi ne ha abbastanza del turismo di massa e intende fare precise scelte etiche in favore delle comunità locali (cfr. www.responsibletravel.com), mentre il turismo responsabile sarebbe l'attività organizzativa dell'industria turistica che realizza il turismo sostenibile, con l'attuazione di variabili e prassi atte a minimizzare gli impatti ambientali negativi (Gauteng Authority Tourism, 2006).

Interessante notare come tale analogia sia presente nella lingua della Repubblica Ceca, dove esistono due aggettivi diversi sul tema della responsabilità, uno associato al turismo, l'altro al turista o all'esperienza del viaggiare responsabilmente. La definizione “středná turistika” con cui è stato tradotto il termine “responsible tourism” vede l'aggettivo “středný” traducibile in italiano con aggettivi come “parsimonioso” o “parco” mentre l'aggettivo “responsabile” in ceco è “odpovědný”, molto simile a tutte le lingue slave e utilizzato solo affianco del sostantivo “turista” o al concetto del viaggiare, con chiaro riferimento al comportamento del viaggiatore.

Vi è poi l'accezione di chi guarda al turismo responsabile principalmente come il comportamento dell'industria turistica, un approccio che tende a andare in simbiosi con l'utilizzo di strumenti quali marchi di certificazione e la Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI), internazionalmente nota come *Corporate Social Responsibility* (CSR), che a sua volta è una delle 3 correnti in cui è possibile dividere gli approcci alla responsabilità sociale e ambientale delle imprese (Fontaine, Haarman, Schmid, 2006).

Rispetto alla comunità locale il quadro delle realtà europee che si occupano di

turismo responsabile si articola attorno al tema del ruolo da assegnare loro nel processo turistico, che in questo studio sarà preceduto da un altro aspetto basilare, vale a dire l'identikit di una comunità locale, tema anch'esso scivoloso su cui è necessario fare chiarezza.

3.a.2 – Studi sugli attori

Il concetto di *stakeholder* viene oggi definito in molti modi differenti ma la prima definizione risale agli anni Sessanta del secolo scorso, per indicare quegli attori da cui dipendeva la sopravvivenza di un'impresa (Fontaine, Haarman e Schmid, 2006). Era usato all'interno di studi manageriali volti a superare i problemi che si frapponavano fra le imprese e i loro obiettivi, causati dal possibile intervento di attori critici con gli obiettivi imprenditoriali. Ma gli approcci tradizionali tendevano a ignorare alcuni attori e marginalizzarne altri (Freeman e McVea, 2001).

Nel 1984, all'interno di un approccio innovativo alla tematica, Freeman propone una diversa definizione, che ritiene *stakeholder* “qualsiasi gruppo o individuo che può aver influenza o essere influenzato dal raggiungimento dello scopo di un'organizzazione” (Freeman, 2004).

Il concetto è stato poi generalizzato e inteso come chi ha il diritto e la capacità di partecipare a un processo, cioè chiunque sia interessato o toccato da un determinato processo in atto e con il suo agire può facilitare la riduzione del potenziale conflitto fra turisti e comunità locali (Aas *et al.*, 2005).

Andando più a fondo, c'è chi distingue fra attori interni e esterni, in cui i primi sarebbero direttamente coinvolti nel processo decisionale, come nel caso di proprietari, consumatori, fornitori o impiegati; mentre gli esterni sarebbero rappresentati da coloro che sono influenzati in modo significativo dall'attività imprenditoriale, come i vicini, l'opinione pubblica, la comunità o le autorità locali; e si tende a dare maggiore enfasi alle relazioni fra quelli interni (Atkin e Skitmore, 2008).

I modelli basati sugli *stakeholder* si contrappongono a quello degli *shareholder*; nei secondi si ritiene che i manager debbano dare conto solo agli azionisti mentre nei primi è l'azienda che deve bilanciare i vari interessi in gioco e incrementare i guadagni comuni

(Waldkirch, 2008); ma c'è chi ritiene che tali studi rappresentino al più l'evoluzione del modello degli *shareholder*, di cui condividerebbero lo scopo ultimo, cioè sviluppare il business dell'azienda; cambierebbe solo il numero delle parti coinvolte nel processo decisionale: un tempo erano solo gli azionisti e i manager che si dovevano confrontare, in seguito si è iniziato a considerare anche diversi altri attori potenziali quali consumatori, fornitori, lavoratori occupati, comunità (Zamagni, 2006).

Un modello del genere, applicato al turismo, ha favorito anche in questo settore un'evoluzione di pensiero: un tempo si considerava l'industria turistica l'unico attore fondamentale da tener presente, tipico del funzionamento delle imprese capitaliste, mentre con le *stakeholder theories*, al centro dell'agire turistico resta sì l'impresa, che però risulta essere il "mozzo di una ruota i cui raggi sono costituiti dai vari portatori d'interesse legittimo" (Savoja, 2007, p.350); fra questi ritroviamo i dipendenti, i fornitori, i finanziatori, i clienti-turisti, i proprietari e viene inclusa anche la comunità locale. (Savoja 2007).

Rispetto ai precedenti approcci, ora l'impresa assumerebbe il ruolo di coordinatrice degli interessi di tutti; dovrebbe cioè da un lato avere l'interesse di preservare il bene, dall'altro utilizzarlo in quanto elemento attrattore per alimentare il suo profitto.

Il che appare un auspicio, piuttosto che un dato di fatto. L'impresa sarebbe un agente del cambiamento e contemporaneamente del benessere collettivo, e gli *stakeholder* potrebbero contribuire a questo processo, una visione idilliaca, non a caso gli studi sul business etico si rifanno a questi postulati.

Applicare questa visione nel settore turistico sembra alquanto difficile, sebbene questi studi abbiano il merito indiscusso di aver fornito un elenco esaustivo degli *stakeholder*, ben spendibile anche nel settore turistico.

Ma da un lato appare evidente il non riuscire a includere fra gli attori legittimati ad avere voce in capitolo l'attore implicito del turismo, rappresentato dalle risorse di un territorio (Savoja, 2007). Oltre a problemi teorici rispetto al come considerare le popolazioni locali.

3.b - Comportamenti responsabili dei turisti

L'attenzione sul comportamento dei turisti parte dalla considerazione che è aumentato il loro potere di influenzare le scelte degli operatori turistici (Andreotti e Bazzanella, 2011), così come avviene in altri settori merceologici e che trovano le radici nelle idee del consumo critico dove il consumatore assume un ruolo di rilievo.

Ciò ha spinto anche gli operatori di turismo responsabile a investire tempo e energie nell'opera di sensibilizzazione dei loro potenziali clienti, e dell'opinione pubblica in generale.

3.b.1 - I codici di condotta per turisti responsabili

Da decenni sia organizzazioni sovranazionali che realtà di turismo responsabile elaborano documenti dedicati ai turisti, contenenti gli atteggiamenti che si ritiene far parte del bagaglio che un turista deve avere, specie quando va in viaggio in luoghi dove le culture locali presentano tratti notevolmente differenti. Si è già ricordato il primo documento di tal genere, elaborato nel 1975 dalla Coalizione delle chiese d'Asia (CCA) in cui si richiedeva un comportamento maggiormente etico da parte dei turisti, nel loro approcciarsi alle popolazioni che incontrano e alle destinazioni dove si svolge il viaggio.

L'UNWTO ha elaborato nel 2005 la guida *"the responsible tourist and traveller"*, basato sui concetti espressi nel Codice etico mondiale per il turismo. Otto punti, dove vengono affrontate tematiche quali la tolleranza, il rispetto, il sostegno e la consapevolezza, poi elaborate nel 2010 in una brochure per una maggiore divulgazione.

Nelle due Carte dell'AITR²⁴, la prima dedicata al sud del mondo e l'altra all'Italia, vi è una sezione che chiarisce quali dovrebbero essere i comportamenti responsabili dei viaggiatori. Nella seconda (vedi allegato 3) le differenze sono dovute al minore gap culturale esistente fra viaggiatore e comunità locale d'accoglienza. Inoltre vi sono degli espliciti riferimenti per i viaggi fai da te, fenomeno che è in rapida evoluzione, come confermato dalla ricerca dall'ISNART, in cui il 15,3% degli intervistati riteneva di aver viaggiato in modo responsabile pur non avendo mai effettuato viaggi con operatori di turismo responsabile (Bouc, 2009). La compagnia assicurativa *Mondial Assistance* ha

24 Si tratta della "Carta per viaggi sostenibili" e della Carta "Bel paese, buon turismo".

ideato una campagna promozionale sui comportamenti responsabili che devono tenere i turisti, che ha visto fra l'altro la stampa di brochure in quadricromia nel 2009 e 2010, con l'avallo dell'AITR. Un vademecum identico nell'impianto a quello delle Carte AITR, ma con una maggiore chiarezza sugli atteggiamenti da tenere o da evitare.

In Spagna i riferimenti al ruolo dei viaggiatori da parte delle organizzazioni di turismo responsabile sono concentrati attorno a poche iniziative, a iniziare dal "Vademecum per il turista responsabile" redatto dal *Centro Español de Turismo Responsable*, una realtà creata dalle ditte *Koan Consulting* e *Rutas Pangea*. Vi è poi il "Decalogo per viaggiatori responsabili" inserito nella campagna di turismo solidale e sostenibile in Africa promossa dalla fondazione Banesto in collaborazione con alcune realtà ispaniche fra cui oltre a *Koan consulting* troviamo *Campamentos solidarios*, *Kirabo*, *Asset* e *Amanacer per Africa*²⁵. E infine l'invito a valorizzare e promuovere la responsabilità dei turisti, inserito nella brochure realizzata dalla *Red de Economía Alternativa y Solidaria* (REAS) della Navarra.

In Francia il viaggiatore è al centro dei documenti di diverse realtà, che non presentano particolari differenze al loro interno quali ATT, ARVEL e VVE, il cui documento risulta essere ad oggi il documento più minuzioso esistente in Europa, al di là dei dubbi che si possono nutrire sull'efficacia dell'inserire 80 comportamenti virtuosi piuttosto che dare delle linee di principio che poi ognuno applica come meglio crede alle diverse situazioni. L'ATES invece ha un solo chiaro riferimento diretto ai viaggiatori nella sua "Carta per un turismo equo": chi sceglie di viaggiare con ATES si deve guardare dal tenere qualsiasi attitudine o comportamento che potrebbe alterare gli equilibri sociali e ecologici delle comunità locali di accoglienza.

Restando in ambito mediterraneo c'è il vademecum del WWF del 1999 riferito al Mediterraneo, in cui trovano posto sia la responsabilità nelle scelte da parte dei turisti, sia auspici per un turismo non invasivo.

In Inghilterra *Tourism Concern* ha un suo decalogo rivolto ai viaggiatori contenente gli atteggiamenti pratici, che riguardano i temi della consapevolezza, del rispetto e dell'incontro. Anche il portale web *responsibletravel.com* fornisce i suoi consigli in merito ai comportamenti dei viaggiatori tramite un decalogo e una guida, dividendo i comportamenti in prima, durante e dopo il viaggio. Siti web analoghi, con informazioni

25 Maggiori info su www.turismo-solidario.es

su come meglio comportarsi in viaggio, abbondano e si moltiplicano in tutto il vecchio continente.

Nei paesi slavi il dibattito in corso focalizza l'attenzione principalmente sul comportamento responsabile che devono tenere i viaggiatori. In Repubblica Ceca l'agenzia di viaggi *Eva Plchová* è una delle prime che ha esplicitato sulle proprie pagine web il significato del turismo responsabile fuori dagli ambienti accademici, fornendo in particolar modo dei consigli ai viaggiatori²⁶.

Tutti i documenti citati si appellano al senso etico dei viaggiatori, li invitano ad avere comportamenti rispettosi nei confronti dell'ambiente e delle popolazioni locali. I termini usati, rispetto al documento della CCA del 1975, sono più sfumati, tendenti a esprimere un concetto non moralista o colpevolizzante, ma che sia compreso e accettato come messaggio positivo, in grado di facilitare un'esperienza di viaggio e soprattutto incentrato sull'importanza dei comportamenti dei turisti al pari dei comportamenti degli altri *stakeholder* (UNWTO, 2010).

3.b.2 – Sul potere d'acquisto dei consumatori

Le speranze che vengono riposte nelle mani dei consumatori-turisti, nel loro potenziale potere d'acquisto, si basa sull'idea che costoro, grazie alle loro nuove sensibilità in chiave etica e ambientale, stanno riuscendo indirettamente ad orientare l'intera industria turistica ad apportare cambiamenti che vadano nell'ottica del turismo responsabile e di quello sostenibile.

Si ritiene che nell'attuale era digitale le potenzialità di scelta degli individui delle società industrializzate sia molto cresciuta, sebbene ci si riferisce prevalentemente a un tipo di persona colta, coscienziosa e motivata da un elevato senso etico (Andreotti e Bazzanella, 2011).

Inoltre, è una questione di necessità, poiché la miglior proposta di viaggio responsabile avrebbe vita breve se non ci fossero anche turisti responsabilizzati, in mancanza dei quali può capitare che per riuscire a far quadrare i conti diventa necessario abbassare il livello etico e il senso di responsabilità del viaggio (El Alaoui, 1999) per adeguarsi alle richieste del mercato e ai desiderata dei turisti-consumatori.

²⁶ Vedi il sito www.setrnaturistikadoma.cz (visitato il 10/7/2011)

Per questo motivo, c'è anche chi ritiene che i viaggi di turismo responsabile debbano coinvolgere esclusivamente viaggiatori interessati ad essere meno invasivi e a dare maggiori benefici alle comunità ospitanti, oltre a favorire una migliore comprensione della cultura e della realtà dei posti visitati, pena l'esito negativo di tali viaggi (McLaren, 2006b). Un approccio utilizzato da quegli operatori che concentrano la loro promozione all'interno di settori più affini alle loro proposte, dove si presume sia più semplice trovare potenziali clienti, evitando di dover impegnarsi nell'attività di sensibilizzazione del turista.

Di certo l'interesse dei turisti occidentali è un dato pregnante, ma non sufficiente. Se da un lato avere una proposta responsabile senza una domanda che compra questi prodotti non avrebbe senso, non ha senso nemmeno puntare tutto sul potere di acquisto del turista. Se infatti è vero che su certi punti l'opinione pubblica occidentale è più attenta rispetto al passato e chiede "etica" e "sostenibilità" (Andreotti e Bazzanella, 2011), è anche vero che difficilmente singoli turisti possono essere forieri di cambiamento, tranne nel caso in cui determinate associazioni di consumatori riescono a organizzare i turisti nel difendersi da certe problematiche legate al mondo dell'industria turistica.

Cosa è infatti disposto a fare un viaggiatore responsabile? Un'indagine francese ha evidenziato che l'eticità è un tema che sta a cuore a molti viaggiatori, se questo non comporta un aumento dei prezzi o grossi cambiamenti nei propri comportamenti (Laurent, 2003). In Italia una ricerca condotta da Lavarini ha evidenziato come i turisti italiani negli ultimi anni hanno maggiore conoscenza degli aspetti ambientali legati al turismo, ma non farebbero poi molto per ridurre il proprio impatto ambientale sulle destinazioni turistiche (Castoldi, 2010).

I turisti si dicono interessati alle tematiche della sostenibilità e della responsabilità ma a patto di non avere aggravii di spesa o diminuzione di comfort e qualità (Castoldi, 2010; Andreotti e Bazzanella, 2011), il che sembra voler significare che in realtà il turista vuole avere più che altro la coscienza a posto.

L'impressione è che l'attenzione odierna ad alcuni valori etici sia applicabile a una fetta, sì crescente, di turisti occidentali mentre poco si sa dei turisti non occidentali (Cohen, 2008). E a livello mondiale non è detto che certi discorsi etici oggi sbandierati a tutti i livelli, si protraggano nei prossimi anni, specie ora che stiamo entrando appieno in

una fase di globalizzazione a guida cinese. Non è infatti detto che si verifichi l'ipotesi di Arrighi che ci sarà attenzione alle tematiche sociali e ambientali (Sivini G., 2010) e in caso contrario, non sarà impensabile uno scenario in cui i turisti globalizzati, sulla spinta di campagna mediatiche concertate da organizzazioni ben radicate sull'intero globo, potrebbero accontentarsi di piccole "riverniciature" o non dare più peso a certi fattori inerenti la sostenibilità del turismo.

L'impressione è che non si riesca ad andare oltre temi di diffusa attenzione sociale. Per tutti gli altri aspetti è difficile ipotizzare cambiamenti di comportamento ed è difficile pensare che possa essere il comportamento dei turisti la chiave di volta per cambiare il destino delle mete turistiche (Castoldi, 2010), nonostante il peso crescente dell'uso delle tecnologie.

Sensibilizzare i potenziali turisti è dunque fondamentale, ma non basta se la responsabilità non viene attuata anche dagli altri attori del settore turistico; il turista-consumatore deve dunque essere considerato parte attiva di un processo dove ogni attore rinuncia a qualcosa per raggiungere un obiettivo comune (Savoja, 2009).

3.c - Comportamenti responsabili degli operatori turistici

Storicamente le prime realtà europee impegnate nel diffondere il turismo responsabile si sono occupate della responsabilità degli operatori turistici tramite due azioni distinte: da un lato definendo i propri comportamenti, o quelli dei propri associati nel caso di realtà di II livello; dall'altro facendo opera di "contaminazione" degli operatori "tradizionali", tramite azioni formative, di confronto, di sensibilizzazione.

Il lavoro interno rispondeva e risponde ancora oggi a un'esigenza pratica di identificazione, mentre l'attenzione rivolta all'esterno rappresenta una specificità di questo modo di intendere il turismo responsabile, dovuto alla presenza al suo interno di ONG e associazioni della società civile, che hanno insite in sé l'idea della sensibilizzazione; oltre a essere un'esigenza diffusa, poiché gli operatori di turismo responsabile non rappresentano che una minima nicchia di mercato e si ritiene che sia necessario fare breccia all'interno dell'industria turistica, coinvolgendo il più possibile

operatori turistici convenzionali (FITS, 2006; EARTH, 2010; Grigolli, 2011c) per favorire un cambiamento generale.

La crescita del turismo responsabile, sia in termini di domanda che di offerta, ha favorito un ampliamento degli interessi degli operatori di turismo responsabile europei, andando a intersecare temi mai toccati in precedenza, come la certificazione, i marchi, i pubblici riconoscimenti (Bobbin, 2012).

Oggi quindi assistiamo da un lato a un moltiplicarsi di studi e dibattiti inerenti parametri e indicatori da rispettare o da far rispettare, dedicati agli operatori turistici che sono interessati a operare nell'ambito del turismo responsabile; e dall'altro si continua a fare opera di sensibilizzazione dell'industria turistica convenzionale, affinché assuma comportamenti responsabili.

3.c.1 - Le azioni richieste ai propri associati e i sistemi di valutazione

Rispetto ai comportamenti che devono tenere i propri associati o gli operatori che si vogliono fregiare di qualche marchio di certificazione, troviamo due differenti modalità: quelle pensate da organizzazioni che operano nel settore del turismo responsabile, e quelle proposte da società di consulenza (Manente, Minghetti e Mingotto, 2011).

Al primo gruppo afferiscono sia quegli operatori di turismo responsabile che si limitano a fornire dei vademecum che non hanno valore costringitivo e non prevedono verifiche, come nel caso di AITR, *Tourism Concern*, *SchystResande*, *Forum Anders Reisen*, AREMDT e ATES; sia organizzazioni che hanno individuato indicatori e strumenti di valutazione e conferiscono ai propri affiliati di marchi di certificazione, come nel caso di ATT, che ha creato il marchio ATR, e *Citoyens de la terre*, che ha creato il marchio *Eveil*.

Del secondo gruppo fanno parte realtà che si occupano esclusivamente di ideare strumenti finalizzati a valutare l'impegno delle imprese turistiche, come nel caso di *Kate* e delle altre realtà tedesche che promuovono il marchio *Tourcert*, nonché *Responsibletravel.com*, *Quidamtur* e *Instituto de Turismo Responsable* col suo marchio *Biosphere*.

Metodi e parametri che possono essere a loro volta distinti in base alla diversa metodologia utilizzata, se si interessano del prodotto o della responsabilità sociale

d'impresa (Goodwin, 2005).

Nel primo gruppo ricadono quei modelli che si occupano di certificare che i singoli viaggi siano progettati rispettando alcuni parametri che rispecchiano i principi che ciascuno dà del turismo responsabile. Nel secondo rientrano i modelli tesi a valutare le politiche e le scelte dell'operatore turistico da un punto di vista formale, cioè le sue politiche, i suoi processi interni e lungo la catena del valore (Manente, Minghetti e Mingotto, 2011).

Per chi si occupa di dare indicazioni o certificare la responsabilità del prodotto, rappresentato dal pacchetto turistico, i parametri sono legati alle scelte etiche che l'operatore deve effettuare nel costruire il pacchetto di viaggio, che tengono conto delle 3 dimensioni riferite alla sostenibilità: ambientale, economico, sociale.

Le indicazioni affrontano nello specifico diverse aree di intervento come il tipo di informazione fornite al cliente, che deve essere realistico; la scelta privilegiata di servizi gestiti da locali, preferibilmente a livello familiare; l'occuparsi di sensibilizzazione e di formazione; il valutare gli impatti positivi e negativi delle proprie scelte; il far verificare il viaggio ai propri viaggiatori. Alcuni principi sono riferiti alla sfera del lavoro, come il divieto a utilizzare lavoro minorile e il divieto a discriminare.

Ogni organizzazione ha poi le sue peculiarità che evidenzia, come la richiesta di AREMDT ai propri aderenti di far sì che il turismo sia un elemento della strategia globale per lo sviluppo sostenibile di un territorio e di lotta alla povertà; ma anche di mutualizzare gli strumenti e le competenze dei membri della rete per assicurare uno sviluppo solidale in un'ottica di autonomia; e di favorire l'impiego locale, specie delle donne, come integrazione a reddito delle attività economiche pre-esistenti.

ATES chiede di stringere relazioni e organizzare viaggi in partenariato con le popolazioni locali, preferibilmente legati a progetti di sviluppo utili alla collettività; prevede inoltre che parte dei soldi vengano devoluti a un fondo di sviluppo locale. Su questo punto troviamo la posizione analoga di AITR, i cui soci sono tenuti a versare una quota, definita di sviluppo, a progetti locali.

Schyst Resande richiede anche l'adozione di un codice di condotta in cui fra l'altro siano previste la libertà sindacale per i lavoratori e sia esplicita la presa di distanza dal turismo sessuale, come previsto anche da AITR e da *Tourism Concern*. E chiede di stare

attenti a evitare conflitti con le popolazioni locali quando si intende costruire un nuovo hotel.

Diverso l'approccio di chi si preoccupa di certificare la Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI), su cui vi è una molteplicità di definizioni, che si caratterizza per un focus centrato su aspetti ambientali ed economici, oltre alla bassa trasparenza nei rapporti del consumatore, che viene a sapere solo che una determinata ditta ha ricevuto la certificazione ma senza conoscere ulteriori particolari (Manenti e Mangotto, 2010).

A titolo di esempio si può analizzare il marchio *Tourcert*, perché fra quelli esistenti è attualmente quello che utilizza maggiormente i concetti della responsabilità nel turismo, pur avendo come indicatori principali quelli di tipo ambientale. L'obiettivo principale di questo marchio è cercare di portare i tour operator ad avere comportamenti più etici ma soprattutto rispettosi dell'ambiente, impegnandosi a un continuo processo di miglioramento graduale, riferito ai seguenti ambiti (Fuchs, 2010):

- far viaggiare in modo ambientalmente accettabile;
- scegliere con attenzione le strutture ricettive;
- valutare con attenzione le destinazioni;
- coinvolgere le comunità locali;
- pagare in modo equo e appropriato;
- rispettare gli standard di lavoro;
- operare in partenariato e in modo trasparente.

La verifica effettuata per stabilire se si può concedere il marchio è strutturata per i vari attori coinvolti, per cui ci sono schede da riempire da parte dell'agenzia locale, della guida turistica che farà da tour leader, della struttura ricettiva, dei lavoratori oltre a delle schede sul singolo progetto-viaggio.

Mancano però particolari riferimenti alla popolazione locale, si interagisce solo con i singoli fornitori di servizi. Ciò fa porre la domanda su che senso abbia valutare gli impegni di un operatore senza sapere cosa ne pensano le popolazioni locali. Sarebbe diverso se la valutazione fosse portata avanti in partenariato con le comunità locali, con criteri decisi assieme (Béville *et al.*, 2009).

La RSI rischia di essere uno strumento con cui l'industria turistica inizia l'opera di

decontestualizzazione e di smembramento del concetto di turismo responsabile (Gascón, 2009); un modo per permetterle di lavare la propria immagine come nel caso di alcune catene alberghiere spagnole che, pur essendo criticate per diversi aspetti relativi al loro agire, sono state certificate con marchi RSI (Buades, 2009).

Diverso sarebbe se la RSI fosse solo considerata una componente del turismo responsabile, utile ma non sufficiente, per identificare un viaggio di turismo responsabile o una realtà di turismo responsabile.

Significativo in tal senso il dibattito in seno ad AITR proprio su queste tematiche: l'associazione italiana negli ultimi anni si sta interessando di come certificare i propri soci e aveva avviato uno studio interno che doveva portare alla creazione di un Registro di autovalutazione. Il progetto è stato poi accantonato poiché nel settembre 2011 AITR ha deciso di unire le forze con Kate e le altre realtà che hanno dato vita al marchio *Tourcert*. E ciò nonostante si sia discusso in apposite riunioni fra i soci del fatto che questo marchio applica nei suoi parametri un concetto di turismo responsabile che è stato considerato parziale. Onde non sminuire il lavoro concettuale portato avanti negli anni, la proposta avanzata dalla presidenza nell'assemblea dei soci AITR del novembre 2011 è stata quella di utilizzare lo studio che aveva permesso di individuare gli indicatori per il Registro come base sia per delle proposte di eventuali migliorie del marchio *Tourcert*, sia per la creazione di un compendio valido solo per i soci AITR interessati, che si affianchi in modo autonomo al marchio *Tourcert*. L'idea è mutuata sulla scia di quanto accade già nel settore biologico italiano con il marchio ICEA e il bollino di garanzia AIAB, in cui chi riceve la certificazione biologica da ICEA, poi può chiedere di ricevere anche il bollino AIAB, che garantisce una qualità del prodotto ancora migliore grazie all'uso di standard e di indicatori più elevati rispetto a quanto previsto dalla legge italiana sui prodotti alimentari biologici²⁷.

Scopo dell'operazione doveva essere garantire che i soci AITR certificati *Tourcert* avessero modo di evidenziare anche gli altri valori evidenziati dalle carte di principio, e non solo quelli della Responsabilità Sociale d'Impresa. Le difficoltà pratiche a far partire questo percorso ha fatto desistere AITR da ulteriori impegni nel campo della certificazione, decisione presa nella prima assemblea soci del 2013.

In generale, le critiche ai marchi sono di vario tipo, da quelle concettuali a quelle relative alla loro applicabilità.

²⁷ Comunicazioni della presidenza all'assemblea AITR, Roma, 3/12/2011

Nel primo campo troviamo chi ritiene che il turismo responsabile non possa essere concepito come un prodotto turistico e vada preservato da questo tipo di applicazioni (Cañada, 2012b). E che dare importanza alle certificazioni, ai marchi e ai premi significa accettare che sia l'industria turistica a doversi preoccupare delle comunità locali (minimizzando gli effetti negativi, compensando, facendo lavorare le persone del luogo, favorendo maggiori ricadute locali), negando dunque una soggettività alle popolazioni locali all'interno del settore turistico.

L'idea di affidare all'industria turistica il buon esito del turismo, inoltre, può aver senso a livello commerciale, sebbene anche ciò sarebbe da dimostrare (Cañada, 2012b); ma non regge al problema dell'impatto del turismo sui luoghi e sulle culture locali; è noto che occuparsi dell'atteggiamento delle *corporations* di un qualsiasi settore economico rischia di creare illusioni sui risultati finali, prima ci si dovrebbe impegnare a rafforzare gli studi sulle responsabilità degli altri *stakeholder* (Goodstein e Wicks, 2007).

Inoltre nessuno di questi marchi parte da un'esigenza legata al territorio, ai desideri dei piccoli produttori o venditori di servizi turistici (Cañada, 2012b).

Rispetto alla loro applicabilità, si sottolinea come alcuni marchi abbiano una reputazione dubbia, poiché hanno concesso il marchio a imprese che sono balzate agli onori delle cronache per aver causato dei problemi, in campo ambientale o sociale (Gascón, 2010).

E ancora: i marchi esistenti oggi in Europa non fanno distinzioni rispetto sulla diversa importanza che un singolo indicatore possiede rispetto a un altro, né tengono conto che un indicatore può assumere una valenza fondamentale in un determinato contesto che in un altro luogo non avrebbe (Bobbins, 2012). E ciò, legato alla constatazione che non si capisce come si possa ritenere utile un qualsiasi marchio legato ad aspetti universali in un settore come il turismo che fa del particolarismo e del rispetto delle diverse situazioni locali la sua forza, fa ritenere che siano altre le strade da percorrere. Sarebbe forse più utile ragionare prendendo a prestito altre tipologie di certificazione legate alle peculiarità di un territorio, come avviene per i marchi eno-gastronomici come I.G.P. o D.O.C. che sarebbero in grado di far emergere le proposte locali e comunitarie a partire da criteri di qualità autoctoni e gestiti da organizzazioni del luogo (Gascón e Cañada, 2005).

3.c.2 - Sensibilizzare l'industria turistica convenzionale

Il lavoro di sensibilizzazione nei confronti dell'industria turistica convenzionale, con l'intento di farle assumere comportamenti maggiormente responsabili e quindi etici, è un'attività prevista dagli operatori di turismo responsabile che appartengono ai cosiddetti pionieri del turismo responsabile e più in generale a coloro che non si occupano prevalentemente di vendere viaggi.

In alcuni casi il tentativo è di “contaminare” tramite azioni di formazione o l'organizzazione di momenti di confronto; altri denunciano gli atteggiamenti dannosi riconducibili alle attività dell'industria turistica convenzionale.

Per il FTR spagnolo è sul loro operato che si deve concentrare l'attenzione di chi è fautore di un turismo responsabile, servono continue denunce e campagne di sensibilizzazione e di pressione sia sull'opinione pubblica che sulle istituzioni e sugli operatori turistici. Posizioni analoghe le hanno le realtà collegate alla rete TEN, così come *Tourism Concern* ma anche ONG internazionali come *Survival International*.

Per gli svedesi di *Schyst Resande*, oltre a sensibilizzare l'opinione pubblica sui problemi che possono scaturire dal turismo, è necessario avviare un dialogo costruttivo con l'industria turistica affinché prendano in conto gli aspetti etici e ambientali nelle loro pratiche professionali. La loro idea è che “Il turismo possa essere volano per lo sviluppo in molte nazioni, ma c'è bisogno che l'industria turistica assuma maggiori responsabilità per il turismo sostenibile, prestando attenzione agli effetti sociali, etici, economici e ambientali”²⁸.

C'è chi ritiene che gli sforzi per stimolare l'industria turistica a essere maggiormente responsabili sia un'attività di indubbia rilevanza (Manente, Minghetti e Mingotto, 2011) e chi invece ritiene che non ci sia verso di farla migliorare (Buades, 2009), oltre al rischio del *greenwashing*, cioè il tentativo di migliorare un aspetto del proprio agire per dirottare l'attenzione dell'opinione pubblica su aspetti positivi tralasciando quelli negativi. Non si deve infatti dimenticare che l'industria turistica può sì assumere atteggiamenti responsabili ma generalmente solo se ciò si sposa con il proprio tornaconto (Davolio e Meriani, 2011).

Di certo mentre un tempo le imprese turistiche tendevano a delegare a governi e altri organismi il compito di far rispettare alcuni parametri, oggi c'è una maggiore attenzione

²⁸ Tratta dal sito ufficiale di Schyst Resande, <http://www.schystresande.se>, visitato il 10 dicembre 2011

complessiva all'utilità di prendersi carico di alcuni fattori problematici (Grigolli, 2011c), per non vedere sfumare gli investimenti fatti nel momento in cui la località dovesse vedere declinare la sua attrattività a causa di fenomeni di eccessivo degrado.

Sembra però evidente che l'industria turistica sia ben lieta di accogliere principi che la possano aiutare a presentarsi in modo migliore all'opinione pubblica, il difficile è coinvolgere gli operatori turistici convenzionali nell'adottare modifiche all'organizzazione dei propri viaggi o alle strutture gestite, nel caso in cui sia necessario sobbarcarsi di spese o di impegni particolari. Il fatto che ci siano operatori turistici ben connotati eticamente (Häusler, 2010) non deve far illudere che la strada sarà seguita da tutti. Molto dipende anche dalle situazioni congiunturali, in periodi di crisi i tour operator dimostrano di avere priorità diverse rispetto alla riflessione sull'etica nel turismo (Davolio e Somoza, 2011).

E' ipotizzabile dunque che anche in questo settore alcuni principi etici riusciranno a fare breccia nella sensibilità degli operatori convenzionali perché facilmente spendibili con l'opinione pubblica occidentale, come nel caso oggi delle campagne di ECPAT contro la prostituzione minorile nel settore turistico; altri no.

Di certo l'organizzazione di incontri e la firma di accordi su singole tematiche sono atti importanti, sia per evitare che si possa dire che non si era al corrente del problema, sia per far aumentare il dibattito e lo scambio di conoscenze su queste tematiche (Buj, 2011).

C'è inoltre il rischio di usare il termine "responsabile" in modo riduttivo, un problema che ha visto coinvolta nel 2010 AITR in una protesta contro l'uso inappropriato, in quanto ridotto a un solo parametro, da parte del Ministero del Turismo italiano che aveva lanciato una campagna contro il turismo sessuale, creando un bollino per le agenzie di viaggi interessate a supportare tale campagna. La vertenza ha riguardato non tanto la bontà della campagna, quanto il nome da utilizzare. Si è chiesto e ottenuto che il termine "responsabile" fosse modificato con "etico".

3.d - Quali comportamenti responsabili delle comunità locali?

La questione del comportamento delle comunità locali attraversa in modo problematico il mondo del turismo responsabile, gran parte dei cui operatori sono nati per supportare le popolazioni locali che vivevano nelle divenute destinazioni turistiche. Si partiva dal concetto che siano le vittime del sistema turistico (Gascón e Cañada, 2005) e quindi ci si deve occupare di loro, favorendo almeno l'ottenimento di maggiori benefici dall'attività turistica, come contrappeso per le angherie subite.

Oggi, con l'organizzazione di viaggi responsabili anche nei paesi industrializzati, l'analisi si complica perché se da un lato è facile trovare riviste dove si accosta il viaggiare responsabile con il consiglio di andare a trovare un'associazione piuttosto che una ONG impegnate in progetti di sviluppo locale, dall'altro cambiano gli scenari.

Non a caso chi oggi affronta il tema delle comunità locali nel turismo ha abbandonato l'atteggiamento solidaristico e preferisce guardare alle loro potenzialità di azione e di reazione, basandosi sul principio dialogico che tiene conto della relazione esistente fra, da un lato: le condizioni macro-sociali imposte dalla presenza fisica dell'industria turistica, dalla presenza simbolica dei dispositivi di dominio ideologico che condizionano ciò che è desiderabile e dagli strumenti del potere istituzionale che condizionano ciò che è possibile; dall'altro le possibilità generate dalle condizioni micro-sociali della gente del luogo (Nogués Pedregal, 2008).

Rispetto al comportamento degli *stakeholder* nel turismo responsabile, se rispetto a quello dei turisti e dell'impresa turistica è sufficiente segnalare quali sono i comportamenti ritenuti virtuosi, nel caso delle comunità locali bisogna prima fare un passaggio obbligato riguardo alla loro natura, poiché non è chiaro a chi ci si stia riferendo nel momento in cui gli operatori di turismo responsabile fanno riferimento alle comunità locali, alle comunità ospitanti o ancora più genericamente alle popolazioni locali.

3.d.1 - Da chi sono formate le comunità locali

Non è facile trovare una definizione teorica appropriata di cosa sia una comunità

locale, detta anche comunità ospitante; e cosa le differenzia dalla popolazione locale.

Le persone che abitano in una destinazione turistica possono appartenere a una delle seguenti categorie (Krippendorf, 1987):

- 1 – coloro che sono in contatto diretto e continuo coi turisti, per motivi di lavoro
- 2 – persone che hanno contatti di lavoro con il settore turistico ma che non hanno particolare contatti coi turisti, come i proprietari di ditte edili o di ditte che lavorano nel settore turistico
- 3 – coloro che hanno contatti sporadici di lavoro coi turisti e i cui guadagni non dipendono esclusivamente dal settore turistico
- 4 – persone che non hanno contatti con i turisti di tipo lavorativo, e li incontrano al più in giro.

Queste 4 categorie hanno diversi modi di considerare il turismo, da chi per necessità tende a difenderlo a chi, non essendone coinvolto, ha più libertà di pensiero (Krippendorf, 1987).

Date queste diverse caratterizzazioni fornite dagli studiosi, quando si parla di comunità locali o ospitanti nel turismo si può supporre che si parla di un gruppo ristretto di cittadini, ma vien da chiedersi se ci stiamo riferendo a un gruppo trasversale rispetto a quest'ultima classificazione o a un gruppo di persone afferenti tutti alla stessa categoria.

Di per sé il termine risulta vago ed elusivo, differenziabile per aree geografiche o per comuni interessi. Nel primo caso ci si riferisce agli abitanti di una data località, nel secondo sovente è il settore commerciale che viene utilizzato per rappresentare una comunità locale (Aas *et al.*, 2005) ma si possono concepire diverse altre ipotesi: un corpo di individui organizzato, un gruppo di cittadini che interagisce per portare avanti singole tematiche; o anche un gruppo di persone accomunate da caratteristiche comuni ma che vivono in contesti diversi (Fischer *et al.*, 1996).

E riferendosi al settore turistico, non è facile stabilire con precisione cosa si intende per comunità locale: gli attivisti della pro loco? Le istituzioni di un paese? Gli operatori turistici locali? Le associazioni culturali? I comitati civici? Gli abitanti di un borgo?

Le moderne teorie sugli attori hanno argomentato che all'interno di una comunità locale non c'è l'intera popolazione di residenti, ma diversi gruppi (Beritelli, 2011),

ognuno con proprie differenti aspettative o scetticismi (Taylor, 1995).

Il concetto di comunità locale deve inoltre fare i conti con la fase di globalizzazione che stiamo vivendo, dove le aggregazioni virtuali e telematiche sono sempre più frequenti. Ha ancora senso parlare di comunità locali nel villaggio mondo in cui ci troviamo a operare? E le comunità post-moderne hanno caratteristiche differenti rispetto al passato o sono solo adattamenti alla nuova società?

C'è chi pensa che sia scorretto parlare di comunità per queste realtà aggregative di tipo telematico e chi ritiene che rappresentino la società post-moderna. Le differenze esistono e bisogna tenerne conto. Le comunità di un tempo avevano il ruolo di conservare, tramandare e proporre riti e usanze locali, mentre le comunità odierne sono molto differenti: vi è sovente una mancanza di comunanza geografica, sostituita dal mondo virtuale che ha permesso la nascita di comunità non legate da legami spaziali; vi è la temporaneità dell'aderenza, il tempo che dura la passione o l'interesse che accomuna, poi ognuno va per la sua strada mentre in passato una volta entrati non si andava via tanto facilmente (Bauman, 1999).

Nel turismo tale ammodernamento del concetto di comunità si può notare facilmente, se prendiamo ad esempio un tratto di spiaggia libero che viene affidato a un privato per fargli installare un lido attrezzato; tale concessione di un bene comune può creare malumori e innescare reazioni non solo in chi vive in loco, ma in tutti coloro, cittadini come turisti abituali, che utilizzano quella spiaggia portando il proprio ombrellone e la propria sdraio. In questo caso si potrebbe ipotizzare la nascita di una comunità locale provvisoria, unita nel segno di quella protesta, composta sia da turisti che da cittadini, sebbene è ovvio che poi saranno i cittadini a restare in loco a portare avanti la contrapposizione, supportati dai turisti grazie alla tecnologia e alla telematica. O, come capita sempre più spesso, si viene contattati o si viene a conoscenza tramite il web di una protesta in una località turistica, che abbiamo a cuore magari in quanto vi abbiamo trascorso le vacanze in passato, e di conseguenza firmiamo petizioni o quant'altro.

Tale situazione non deve però far dimenticare un interrogativo importante: stanno tornando in auge le comunità locali in chiave di difesa dalla globalizzazione o sono destinate a sparire per fare spazio a comunità a-territoriali del mondo globalizzato?

Probabilmente saranno entrambe attive. Quelle territoriali come risposta localistica alle spinte della globalizzazione, specie nei territori a prevalenza rurale, dove troviamo

oggi significativi cambiamenti rispetto al passato e la territorialità ha ancora un grande significato (Villa, 2005). Quelle di scopo e a-territoriali, che invece seguono le nuove possibilità date dalla modernizzazione specie all'interno di società a capitalismo avanzato (Europa e nord America principalmente), dove l'individualismo prevale su ciò che è collettivo e si assiste almeno in questo periodo a forti spinte aggregative del secondo modello citato, basate principalmente sull'uso dei social network.

Nel turismo responsabile il termine non è ben connotato, ogni operatore vi si riferisce con un'accezione diversa, non precisa, riferibile in generale a persone che a diverso titolo sono in contatto con gli organizzatori del viaggio, vuoi perché coinvolti in qualche progetto di cooperazione allo sviluppo presenti nella destinazione turistica, vuoi perché sono i destinatari di un progetto finanziato che prevede la creazione di comunità ospitanti che offrono servizi turistici; ma c'è anche chi, specie quando ci si riferisce a progetti di turismo comunitario, con questo termine identifica tutti gli abitanti di un qualche villaggio. In altri casi si sono trovati riferimenti ad associazioni locali di riferimento, impegnate a vario titolo nella difesa del territorio.

La mancanza di chiarezza degli operatori turistici responsabili e delle loro realtà aggregative può essere spiegato per le organizzazioni che si occupano anche di cooperazione allo sviluppo o di commercio equo dal fatto che esistono già molti documenti relativi ai loro settori di riferimento, dove si parla di come costituire partenariati efficaci con associazioni o gruppi di cittadini locali, che diventano il punto di riferimento degli organizzatori di viaggi responsabili e vengono trattati come rappresentanti delle comunità locali.

Le prassi quotidiane messe in campo da queste realtà testimoniano il diretto contatto con le popolazioni locali, l'essere a loro fianco nelle lotte per il riconoscimento dei diritti e per non farsi schiacciare dal peso ingombrante del turismo.

Fra le altre realtà europee di turismo responsabile, l'AITR è l'unica a fornirne una definizione articolata, usando il termine di comunità ospitante per sottolineare che ci si riferisce a persone che vivono in una destinazione turistica e che a seconda della situazione, possono essere: *“amministrazioni ed enti locali (regioni, province, comuni, enti di promozione turistica, enti di gestione di aree protette ecc.), imprenditoria turistica, rappresentanti delle comunità locali, singoli cittadini, associazioni a vario titolo impegnate*

*nello sviluppo sostenibile del territorio*²⁹.

Un ottimo punto di riferimento, sebbene isolato, pensato in modo tale da contenere le diverse accezioni che si riscontrano nel turismo responsabile. Va tuttavia sottolineato che gli attori indicati formano un coacervo troppo eterogeneo, poiché ognuno di questi ha un diverso punto di vista. Ciò rende difficile capire di cosa si parli quando per esempio ci si riferisce al loro dover controllare lo sviluppo del turismo in loco, esprimendosi in merito al flusso di turismo, o che bisogna tener conto dell'impatto del turismo affinché la cultura locale resti indipendente. E' ovvio che in base a chi è stato scelto per rappresentare la comunità locale in un viaggio, ci sarà una risposta diversa.

In particolare qualche dubbio riguarda la presenza delle istituzioni locali fra i possibili partner degli organizzatori di viaggio responsabili, che rischia di essere ingombrante e che si riallaccia a un problema già presente nel dibattito internazionale riguardo il rapporto fra forme di turismo responsabile e rapporti con singoli o comunità locali, e sul ruolo del leader della comunità: quando il leader di una comunità assume troppo potere, specie di tipo politico-rappresentativo, la tenuta della comunità coinvolta nell'organizzazione di viaggi di turismo comunitario ne risente (Häusler, 2010) e questo è uno dei possibili impatti negativi da cui il turismo responsabile deve tenersi alla larga (Dollfus, 2001).

Il presidente dell'AITR ci ha tenuto a chiarire a riguardo che l'istituzione locale può rappresentare le comunità locali non tanto in virtù del suo potere rappresentativo, ma solo in caso in cui la popolazione locale si senta chiaramente e esplicitamente ben rappresentata.³⁰

La maggior parte dei viaggi delle realtà europee con destinazione il vecchio continente che operano con referenti locali soffrono di questo problema, poiché i referenti non rappresentano sovente alcuna comunità, o non c'è alcun modo per capire di che tipo di comunità si stia parlando.

29 Intervista al presidente di AITR, Monopoli, 4/6/2011

30 Intervista al presidente di AITR, Monopoli, 4/6/2011

3.d.2 – Il ruolo delle comunità locali nel turismo responsabile

I documenti degli operatori europei sulle comunità locali nel turismo sono abbastanza approssimativi anche riguardo a cosa dovrebbero fare, si è già sottolineato come il quadro europeo vede diverse organizzazioni non ritenerle un attore ma solo un terminale del processo turistico, cui bisogna prestare attenzione. Mentre per altre dovrebbero essere anche protagoniste dei processi turistici che avvengono nel loro territorio.

Per ATES, ad esempio, la presenza di partner locali è una *conditio sine qua non* delle proposte dei propri membri e il collegamento al commercio equo e solidale rende facile tale messa in pratica. Gli aderenti ad ATES rappresentano infatti l'emanazione in campo turistico del commercio equo e solidale.

Per il FTR si deve partire dalle comunità locali, poiché sono loro che devono decidere se e come far sviluppare il turismo in una determinata destinazione. ATT chiede di lavorare con un partner locale che funga da comunità locale. *Tourism concern* è particolarmente vicina alle comunità locali, con cui è in rete in tutto il mondo; sul proprio sito c'è un continuo monitoraggio e aggiornamento degli avvenimenti legati al turismo nelle loro destinazioni.

Nella sua Carta di principi, AREMDT sottolinea la necessità fra l'altro di “creare e sviluppare uno spazio di scambi, di dialoghi e di dibattiti con l'insieme della popolazione per discutere dell'opportunità del turismo come mezzo di sviluppo locale”.

Nella Carta “Bel paese, buon turismo” di AITR sono segnalati i comportamenti che si richiedono alle comunità locali, divise come da abitudine in cosa fare prima, durante e dopo il viaggio:

Prima della partenza

- Pianifica lo sviluppo locale (attenzione alla conservazione dei beni naturali e culturali) e si esprime in merito al flusso di turismo, con strumenti di monitoraggio (per gli impatti imputabili al turismo) e di pianificazione e gestione delle attività turistiche;
- Incentiva lo sviluppo di forme di turismo a basso impatto ambientale; progetta laddove possibile in modo eco-compatibile; riconverte o elimina le strutture realizzate in spregio alle normative esistenti e/o dannose per l'ambiente;

- E' disponibile all'incontro, offre adeguata accoglienza, rende piacevole il soggiorno;
- Fornisce occasioni di formazione agli operatori turistici locali in modo da migliorare la qualità ambientale dei servizi offerti;
- Cerca di cucire lo strappo tra la vecchia generazione depositaria dei saperi locali, e la nuova generazione depositaria dei *know-how* imprenditoriali.

Durante il viaggio

- Fornisce informazioni corrette;
- Tratta i turisti con rispetto;
- Verifica che il denaro entrato attraverso il turismo filtri anche in altri comparti produttivi, aumentando le interazioni tra settori nel tessuto sociale e cercando di evitare l'instaurarsi di una mono-economia;
- Protegge da sovraesposizioni la cultura locale (dialetti, costumi, folklore, gastronomia) in modo che pur cambiando e rinnovandosi, resti il più possibile economicamente indipendente dalla domanda turistica.

Dopo il viaggio

- Esamina i risultati della visita, i suoi effetti, la natura degli incontri avuti, il ritorno economico, i costi sociali del turismo;
- Rimedia agli eventuali danni apportati alla natura, al paesaggio e all'ambiente in generale, utilizzando e reinvestendo gli stessi proventi del turismo;
- Incentiva un meccanismo permanente di dibattito sulle scelte in campo turistico, adoperando un metodo partecipato che coinvolga l'intera comunità locale;
- Si fa portavoce delle difficoltà e delle necessità incontrate localmente, nelle sedi appropriate (parlamento, conferenza Stato-Regioni), richiedendo eventuali interventi per promuovere e favorire la sostenibilità del settore turistico.

Questo modo di declinare le attività da parte di AITR è di grande utilità se si vuole evitare che il turismo responsabile diventi solo un'icona utile al mercato, come è accaduto per il turismo sostenibile, nonostante le migliori intenzioni di tanti seri operatori turistici.

Un documento particolarmente interessante specie per quanto riguarda il turismo responsabile nei suoi rapporti con la cooperazione allo sviluppo, è stato elaborato dai partner del progetto TRES (vedi tab.8), finanziato dall'Unione Europea³¹.

³¹ Progetto elaborato dalle ONG CISV, COSPE, CISS e ICEI in collaborazione con AITR, Collectif des Associations de Développement en Rhône-Alpes (CADR), ATEs e il Centro de Iniciativas para la cooperacion Cic Batà

“Il documento è il risultato di un processo partecipato che è durato due anni ed ha coinvolto più di 100 soggetti in Italia, Francia, Spagna, Senegal, Mali, Egitto, Bosnia, Argentina, Uruguay e Brasile”³².

Tabella 8 - I due documenti del progetto TRES

Prima stesura

- Istituire forum locali sullo sviluppo del territorio e sull’impatto dell’attività turistica;
- Rafforzare la comunità nella sua capacità di gestire processi partecipativi (presa di decisioni, costruzione del consenso, rafforzamento associativo, *good governance*) con particolare attenzione alla rappresentatività dei diversi soggetti (età, genere);
- Promuovere modelli di sviluppo endogeno, concordati con la comunità locale;
- Privilegiare investimenti finanziari locali (ad esempio microcredito) con una logica di redistribuzione;
- Privilegiare il coinvolgimento di categorie a rischio di marginalità: donne, giovani, anziani;
- Promuovere partenariati stabili con la comunità locale basati sui valori della reciprocità, uguaglianza, scambio, rispetto, fiducia, trasparenza;
- Promuovere legami sociali permanenti tra territori (istituzioni, associazioni, persone);
- Facilitare il riconoscimento dei modelli di organizzazione comunitaria da parte delle istituzioni regionali e nazionali.

Aggiornamento (ottobre 2010)

- Utilizzo di metodologie partecipative per identificare i bisogni della comunità ed il coinvolgimento dei vari beneficiari e stakeholder sin dalla fase iniziale del progetto;
- Utilizzo di strumenti per la mappatura delle organizzazioni sociali formali o informali esistenti nella comunità;
- Promuovere incontri tra comunità e turisti: accoglienza in famiglia, iniziative pubbliche

Fonte: autore, su documenti del progetto TRES

Sono stati infatti sottolineati alcuni fattori inerenti il coinvolgimento della comunità locale, che “deve poter scegliere il proprio modello di sviluppo, partecipando attivamente alla costruzione dell’offerta turistica, così come deve poter beneficiare dei vantaggi economici e sociali derivanti dal turismo. La comunità deve essere coinvolta in tutte le fasi del progetto (ideazione, realizzazione e valutazione)” (TRES, 2010).

A queste considerazioni di principio fanno seguito alcuni suggerimenti pratici che per

³² Intervista a uno dei responsabili del progetto, 13 novembre 2011

la prima volta cercano di suggerire dei percorsi che si confanno agli studi esistenti in merito a determinate questione, che quindi non sono più degli auspici, ma prendono forma.

Rispetto alla partecipazione delle comunità locali ai processi turistici, si suggerisce l'istituzione di forum locali, e si sottolinea la necessità di rafforzare la capacità di una comunità nel gestire processi di democrazia partecipativa, fare una mappatura delle forze in campo, saper identificare i propri bisogni, tutto ciò tramite l'insegnamento di quelle tecniche fondamentali per poter gestire i processi partecipativi, la costruzione del consenso o lo spinoso tema della rappresentanza, che se non ben gestito sfocia nel leaderismo.

Si propongono inoltre degli strumenti per garantire la messa in pratica del tema della redistribuzione, caro a molti operatori europei ma che non aveva mai trovato un'esplicitazione pratica, come l'esplicito riferimento al microcredito.

Un documento pensato per progetti legati alla cooperazione allo sviluppo, dove è ipotizzabile allocare delle risorse per far sviluppare determinate situazioni. Al contempo va sottolineato che *“il progetto era rivolto al turismo responsabile nel Sud del mondo, perché quando è nato il progetto ancora il tema non era all'ordine del giorno in Europa”*.

Un documento che facilita dunque il rafforzamento delle comunità locali, permette loro di diventare un soggetto attivo del turismo, alimenta il tema della cooperazione e della solidarietà. E chiarisce il senso che le ONG hanno del turismo responsabile: *“per noi ONG non ci può essere turismo responsabile senza coinvolgimento attivo delle comunità, e quindi senza sviluppo locale. Ovvero, non c'è turismo responsabile senza progettualità”³³*.

In realtà anche i documenti redatti dall'ICRT vanno nella stessa direzione, a iniziare dal Documento di Kerala del 2008, dove si chiarisce che il turismo responsabile deve coinvolgere, per essere efficace, il maggior numero di attori possibili, in cui un ruolo di primo piano viene attribuito alle comunità locali (Andreotti e Sacco, 2011).

Il dubbio è se ci siano le condizioni affinché questi propositi riescano ad affermarsi, poiché mentre i documenti del progetto TRES sono rivolti essenzialmente alle ONG, l'ICRT si rivolge all'industria turistica convenzionale, auspicando il suo permettere alle comunità locali di divenire protagoniste.

Resta da capire se linee guida del progetto TRES possano rappresentare un punto di riferimento per l'organizzazione di viaggi di turismo responsabile, anche in altre zone

33 Intervista a uno dei responsabili del progetto TRES, 13 novembre, 2011

diverse da quelle dei Paesi del Sud del mondo, o se simili idealità possano essere applicate solo nei territori del Sud del mondo, quindi a una parte di chi opera nel turismo responsabile.

L'importanza del documento del progetto TRES consiste nel fatto che traccia la possibile linea di sviluppo dell'impegno di chi crede che il turismo responsabile debba porsi nell'ottica di essere un soggetto collettivo di cambiamento sociale, in cui operatori del Nord del mondo e comunità locali collaborino per assicurare uno sviluppo e una giustizia sociale effettiva.

“La carta nasce come linee guida per i progetti di cooperazione, quindi il focus era rivolto al cosiddetto Sud del mondo. Ma leggendo i vari criteri specifici, la maggior parte sono applicabili anche per progettualità in Europa”³⁴.

Al momento non ci sono progetti attivi seguenti a questo progetto, una nuova campagna di sensibilizzazione sul turismo responsabile era stata presentata l'anno scorso da alcune ONG coinvolte nel progetto TRES, ma non è stata finanziata. Le tre ONG italiane coinvolte nel progetto continuano a collaborare ciascuna con i partner del Sud del mondo attivi nel turismo, che avevano preso parte al progetto.

Sul protagonismo delle comunità locali, vi è corrispondenza all'interno di quei paesi dove si è inizialmente diffuso il turismo responsabile, quelli cosiddetti in via di sviluppo; ciò grazie alla spinta di ONG e altre realtà legate alla cooperazione internazionale, che aiutano le comunità locali a provare ad assumere un ruolo di maggior rilievo, organizzare forme di turismo responsabile rurale, fare marketing; si riscontrano inoltre lavori di formazione per far capire i rischi che si corrono con il turismo e le possibili precauzioni da prendere.

Ma rispetto alle nuove frontiere del turismo responsabile, il tema appare meno sentito, o quantomeno poco evidenziato.

3.d.3 – Dalle teorie dell'impatto al concetto di interazione

Gli impatti del turismo nei confronti delle comunità locali sono oggetto di analisi pluridecennali. Problemi di tipo sociale, economico, culturale che hanno provocato in diversi casi una reazione delle comunità locali, su tematiche verso le quali c'era maggiore sensibilità nell'opinione pubblica locale (Boissevain, 1996; Fadda, 2008). Il

34 Intervista a uno dei responsabili del progetto TRES, 13 novembre 2011

concetto di turismo responsabile prenderà spunto proprio da tali studi che si concentrarono in origine nei luoghi dove tale impatto è stato particolarmente dirompente, cioè nel Sud del mondo. Oggigiorno la letteratura si è allargata anche a molteplici studi relativi a destinazioni europee (Boissevain, 1992; Fadda, 2008; Nogués-Pedregal, 2008, Calzati, 2012).

Alla base c'era la differenza teorizzata da Forster (1964) relativa al diverso tipo di impatto che il turismo può avere su una località, tanto maggiore quanto maggiori sono gli squilibri di partenza fra impresa turistica, specie internazionale, e le comunità locali.

Le interazioni possono essere anche in positivo qualora il gap iniziale non sia enorme (Guidicini e Savelli, 1999) e i rapporti di forza non siano dalla parte dell'industria turistica, come però ancora oggi di fatto è nella maggior parte dei casi, specie nei paesi in via di sviluppo (Fernández Miranda, 2011; Caire, 2012).

Rispetto al passato, si tende a considerarle come elemento eterogeneo e dinamico (Barretto, 2007) e a ragionare in un'ottica di prospettiva dialogica (Morin, 2001) in cui si tiene conto dell'interazione esistente (Stronza, 2001) che fa emergere le reciproche opportunità sia per i turisti che per le popolazioni locali (Guidicini e Savelli, 1999).

Questo nuovo modo di ragionare prende spunto da vari studi sugli effetti del turismo sul medio e lungo periodo in una data località, in cui è stato evidenziato come in svariati casi, dopo il primo impatto negativo, le comunità locali possono trovare come inserirsi nel settore turistico, anche talvolta con ruoli da protagonisti, imparando a servirsene e a evitare le problematiche più consistenti (Smith, 1989; Boissevain, 1996, 2006; Coronado 2008).

E anche dalla considerazione che se in un luogo c'è chi sarà contrario allo sviluppo di un certo tipo di turismo, ci sarà anche chi ne sarà felice, perché avrà delle possibilità in campo economico o per uno scambio interculturale.

E' senza dubbio realistico ragionare in termini di rapporto dinamico e non statico fra comunità locali e altri attori del turismo, ma è bene far presente che il dato varia a seconda della situazione iniziale (Nash, 2001) e di come nel frattempo si sia deteriorato l'equilibrio preesistente all'interno del tessuto socio-economico della popolazione locale: spesso la situazione non permette di immaginare un recupero di competitività e di inserimento delle comunità locali dentro il settore turistico (Barretto, 2007). Se poi i

danni sono irreversibili allora c'è poco da migliorare la situazione, come nel caso della svendita a fini turistici del patrimonio culturale che non sempre denota una valorizzazione o un recupero della tradizione, poiché è molto più facile che avvenga il contrario, come sottolineano continuamente le realtà che operano nei paesi del Sud del mondo (cfr ECOT *et al.*, 2009). E lo stesso vale per il patrimonio immobiliare, che una volta ceduto agli investitori non lo si recupera.

Il cambio di prospettiva è esemplificato dai lunghi studi di Picard sugli impatti del turismo sulla comunità balinese, che ha visto un alternarsi di risultati. Se infatti inizialmente si ritenne che il turismo oltre a benefici di tipo economico fosse anche in grado di stimolare la rinascita della cultura di un luogo, tramite la presenza e la richiesta dei turisti (Simonicca, 1997), in seguito l'antropologo francese mise in dubbio questa versione entusiastica (Picard, 2001) dando voce a chi considerava l'esperienza turistica a Bali un tipico esempio di come il turismo rovini le comunità locali perché arreca gravi squilibri e produce la svendita delle proprie tradizioni a fini turistici. Ma dopo altri tre decenni di analisi costante, Picard ha concluso che a Bali il turismo non ha corrotto la cultura né tuttavia ha comportato la rinascita di usi e costumi locali, ritenendolo incapace di avere poteri di questo tipo, e considerandolo più che altro uno strumento in grado di accelerare certe dinamiche sociali, ma sempre nell'ambito dei processi potenzialmente in atto in ciascuna società (Picard, 2008).

In tale ottica si intende assolvere parzialmente il turismo dall'accusa di essere causa dell'occidentalizzazione delle culture locali nelle destinazioni turistiche (Cohen, 1984) visto che altri strumenti sono stati altrettanto pervasivi, nonché precedenti all'avvento del turismo, come nel caso della televisione rispetto ai cambiamenti degli usi e i costumi di molte società (Barretto, 2007).

Sullo stesso tema c'è poi da aggiungere una riflessione sull'attitudine a preoccuparsi poco dagli impatti socio-culturali negli studi sul turismo nei paesi industrializzati. In genere si dà più attenzione alle questioni ambientali, evidentemente più visibili e misurabili, mentre i problemi di tipo socio-culturale legati al turismo non sono molto considerati sebbene ce ne siano, specie nelle zone che fino a pochi decenni fa non conoscevano il turismo di massa (Fadini, 2011).

Tale mancanza di attenzione si spiega con il ritenere che in tali luoghi una comunità locale sia più in grado di reagire al turismo, oltre che di interagire, rispetto alle comunità

locali dei paesi meno industrializzati che sono state travolte dal fenomeno turistico.

In realtà vi sono numerosi esempi di come, a prescindere dal luogo, le comunità locali possano reagire o interagire alle problematiche legate agli impatti turistici (Barretto, 2007) ma il fatto che nel Nord del mondo tali comunità sono formate da potenziali turisti, fa ritenere che la capacità di reazione sia maggiore che in altre parti del mondo (Boissevain, 1996), laddove le disparità economiche e soprattutto sociali creano situazioni di disagio e un senso di impotenza maggiori.

Se dunque la prospettiva dialogica permette di guardare alle possibili interazioni fra i diversi attori del turismo, in un'ottica maggiormente aderente alla realtà, l'esito di tali interazioni vanno valutate secondo un'analisi dei rapporti di forza esistenti in campo.

3.e - Le interazioni fra gli stakeholder

3.e.1 - Le principali teorie sulle interazioni fra attori

Che nel turismo vi sia interazione fra i vari attori è un dato di fatto; che tutti abbiano interesse a collaborare o cooperare con un'impresa turistica, è un'ipotesi poco credibile, sebbene non si possa scartare a priori. Dipende da quali attori prendiamo in considerazione e dal modo con cui si interagisce: c'è la reciprocità data dalla scelta volontaria di cooperare con l'impresa per raggiungere un obiettivo soddisfacente per tutti; l'interdipendenza, in cui si condivide un destino comune che porta a collaborare, in modo formale o informale; e c'è *l'accountability*, che parte dal presupposto di prendere decisioni moralmente accettabili, in cui ognuno può fare la sua parte (Goodstein e Wicks, 2007). Ognuna di queste situazioni può essere presente in un dato luogo, o se ne possono trovare in essere più di una contemporaneamente.

Prima dell'avvento del pensiero di Freeman sugli *stakeholder*, diverse altre teorie hanno affrontato il tema dell'interazione fra i vari attori, a iniziare da quella dei sistemi, in cui si è supposto che i collegamenti esterni a un'organizzazione vanno enfatizzati, ragionando in termini di reti di attori; o quella della coalizione, che ha evidenziato come tutte le entità coinvolte in un processo che sviluppa un obiettivo comune, possono raggiungere il proprio obiettivo solo costruendo una coalizione (Hansen, Bode e

Moosmayer, 2004).

Partendo dalle critiche al concetto che l'impresa pianifichi o orienti la sua produzione esclusivamente per fare business, a metà degli anni ottanta del secolo scorso Freeman elabora una nuova teoria, lo *stakeholder management approach* che suppone la necessità di tenere uniti nei discorsi manageriali il business con l'etica (Freeman, 2004). Postula che l'impresa debba farsi carico dell'impatto delle proprie azioni, cioè non debba perseguire solo i propri interessi ma essere veicolo di coordinamento degli interessi di tutti gli *stakeholder* (Fontaine, Haarman e Schmid, 2006).

Successivamente tale approccio teorico è stato sistematizzato e suddiviso in 3 branche di studio: descrittiva, strumentale e normativa (Sacco e Viviani, 2008); con la prima si analizza come l'impresa gestisce le relazioni con gli *stakeholder*, con la seconda si verificano i risultati attesi mentre nella terza si analizzano i motivi per cui un'impresa dovrebbe dare conto degli altri portatori di interessi, talvolta contrapposti rispetto alla propria *mission* (Freeman e McVea, 2001).

L'approccio di Freeman sebbene criticato perché giudicato inapplicabile (Fontaine, Haarman e Schmid, 2006) o perché alimenta il teorema dello spiazzamento (Zamagni, 2006), ha influenzato diverse discipline ed è stato il punto di riferimento per l'elaborazione del concetto di responsabilità sociale d'impresa, per studi sull'organizzazione delle reti (Pesquex, 2009) ma anche per studi sulla *governance* e l'organizzazione aziendale, sulle strategie manageriali, sui concetti di performance sociale d'impresa e per le teorie normative inerenti il business (Freeman, 2004).

Altri studi relativi agli *stakeholder* hanno cercato di guardare in modo diverso i rapporti fra i vari attori, come ad esempio la *stakeholder democracy theory*, in cui non sono i vertici di un'azienda a cercare di comporre i vari interessi ma sono gli stessi portatori di interessi che, in quanto partner dell'impresa, condividono diritti e doveri (Bouckaert cit. in Zamagni, 2006). Ma anche in questo caso si parte dal presupposto che tutti gli attori di una destinazione turistica siano potenzialmente partner di un'impresa, il che nel turismo appare quantomeno un concetto forzato, specie rispetto alle popolazioni locali, che sono un gruppo poco omogeneo.

Il tentativo di applicare la *stakeholder responsibility theorie* al turismo (Savoja, 2009), in cui l'industria viene fatta scendere dal piedistallo su cui era stata issata, ha il pregio di ragionare in modo bidirezionale sulle interazioni fra i vari attori (Goodstein e Wicks,

2007). Non esistono solo le ditte e i loro interessi, esistono interessi diversificati da parte dei vari attori e relazioni bidirezionali fra loro; e bisogna tener conto anche dell'attore implicito, vale a dire la destinazione, le cui risorse vengono utilizzate a fini turistici (Savoja, 2009).

Porre al centro della riflessione turistica il luogo attorno cui girano i diversi interessi è senza dubbio un passo teorico importante, sebbene servano ancora molti studi applicati al turismo per verificarne l'applicabilità, che esulano da questo lavoro.

I dubbi rispetto al porre sempre al centro l'industria turistica scaturiscono anche dalla considerazione che non vi è un immediato nesso relazionale fra il successo dell'impresa e gli interessi delle popolazioni locali, non di tutta quanto meno.

La caratteristica di un'impresa turistica è produrre e vendere servizi che il turista consumerà lontano da casa sua, nel "cortile" di altri cittadini. E in continuazione, facendo variare sempre i soggetti afferenti a questo *stakeholder*, rendendo la situazione tanto mutevole da poter essere definita liquida.

Esistono diversi altri settori che presentano questa caratteristica tipica del turismo, di servizi consumati lontani da casa, e possono essere associati a determinate forme turistiche. Ad esempio le imprese edili che vanno a costruire in zone già abitate, a favore di acquirenti che vengono sovente da fuori. Qui le problematiche di solito si esauriscono dopo l'arrivo dei nuovi venuti, una volta che ci si è conosciuti; situazione che ricorda le località di villeggiatura, dove c'è un continuo tornare da parte sempre degli stessi vacanzieri, che dunque formano comunità provvisorie che prima o poi si integrano nel tessuto locale.

Altre opere edili possono creare problemi nei rapporti con le popolazioni locali, come nella costruzione di strade o di altre linee di trasporto, per cui si è presa l'abitudine di compensare le popolazioni locali con arredi fatti scegliere dagli stessi abitanti³⁵. Questa modalità almeno in teoria può avverarsi anche nel settore turistico.

Diversa la situazione quando l'attenzione non si sofferma solo su un singolo luogo o costruzione, ma vi sono tanti e diversi siti, gestiti da operatori differenti, accomunati dal cangiare dei clienti, come ad esempio una zona piena di locali notturni. In questo caso il consumatore è generalmente sempre diverso, e ciò rende la situazione non facilmente

³⁵ È successo a Napoli in occasione della costruzione di tutte le fermate della nuova metropolitana, attuale Linea 1

analizzabile solo rispetto all'avvio delle attività o delle interazioni iniziali. C'è un flusso continuo e cangiante, eterogeneo, dunque difficilmente classificabile, che rende più complessa l'analisi. Il turismo appartiene a questo tipo di processi in cui uno degli attori, il turista che giunge in una località è difficilmente classificabile, poiché ogni luogo generalmente ne attira di diversi tipi, ognuno con i propri desiderata e la propria vita alle spalle.

Per capire perché gli attori collaborano o meno fra loro, sono di maggiore aiuto le teorie sulla cooperazione e sulla collaborazione, che sono state usate per studi sul turismo, specie in riferimento all'ecoturismo e al turismo comunitario (Jamal e Getz, 1995; Beritelli, 2011).

In tali teorie viene evidenziato come in una situazione di interdipendenza fra i diversi attori, dove ciascuno persegue i propri obiettivi personali, è ipotizzabile che affiorino facilmente comportamenti di cooperazione (Vigliarolo, 2011).

Ma in base ad alcune variabili, di cui è bene tener conto, gli esiti possono essere differenti; per esempio se i benefici non vanno a tutti ma intanto i costi sono pagati da tutti, indistintamente; o allorquando chi ne beneficia maggiormente sarà più proteso a difendere la crescita del turismo rispetto agli altri residenti; operatori turistici locali, amministratori e residenti difficilmente infatti avranno gli stessi obiettivi; si tende inoltre a creare stereotipi per attrarre turisti, giocando su delle semplificazioni identitarie che non tengono conto della complessità e delle differenziazioni all'interno di una comunità (Taylor, 1995). Oltre al fatto che è molto difficile che la comunità locale abbia lo stesso potere o forza di altri attori presenti sulla scena.

3.e.2 - I rapporti di forza

Negli studi sul turismo responsabile c'è poca attenzione ai rapporti di forza e di potere fra i vari attori del turismo (Wearing *et al.*, 2005). Eppure è un argomento fondamentale di qualsiasi attività di studio in cui bisogna analizzare le relazioni fra attori diversi, specie in considerazione del fatto che, come sosteneva Foucault, il potere genera sapere (Jamal e Stronza, 2008 ; Nogués Pedregal, 2009b).

Nel mondo globalizzato, con le politiche turistiche in genere appannaggio delle multinazionali supportate da amministrazioni che sempre più tendono a comportarsi da

cortigiane (Fernández Miranda, 2011), non si può fare a meno di soffermarsi su questi concetti e dar loro il giusto peso nell'affrontare le diverse possibili interazioni fra i diversi attori.

Rispetto ai rapporti di forza, l'immagine più appropriata per spiegare il turismo convenzionale sembra essere la forma piramidale, in cui al vertice vi sono le multinazionali del settore, poi gli stati, poi via via i vari operatori intermedi fino ad arrivare al turista e, ancora più in basso, le comunità locali.

È pur vero che oggi, con l'avvento di internet, la tecnologia a disposizione dei turisti può cambiare almeno in teoria questi rapporti di forza, come sostengono i fautori del turismo postmoderno che incentrano tutte le loro attenzioni sul ruolo di forza che oggi avrebbe il turista; costui è meno eterodiretto rispetto a pochi decenni addietro (Romita, 2010) e ha in internet un potente alleato grazie al quale l'utente-consumatore ha la possibilità di dire la propria, di far leggere a molte persone i propri giudizi e le proprie riflessioni su singoli servizi. E ciò sembra dare gran forza alle potenzialità di chi ritiene che oggi sia possibile spostare in modo sostanziale i rapporti di forza fra industria turistica e turista a favore di quest'ultimo.

Senza dubbio la nascita di nuove forme di turismo, sia in termini di offerta che di tipologia di viaggiare, sono anche sinonimo di questa pressione degli utenti, ma bisogna stare attenti a non farsi abbagliare dalle illusioni.

Innanzitutto la strategia dell'industria è sempre quella di diversificare e di soddisfare il più possibile la propria clientela, finanche la più riottosa, proponendo oggi non più solo pacchetti tutto compreso ma anche viaggi su misura o componibili; e promuovendo politiche e programmi sostenibili o legati alla responsabilità sociale, che però restano all'interno di un paradigma economicista (Wearing *et al.*, 2005).

Bisogna anche considerare che quando pensiamo alla forza degli utenti dimentichiamo che questa somma di individualismi difficilmente porta a risultati concreti, al di là delle sue potenzialità teoriche, poiché è molto difficile che abbiano voce in capitolo. Vicende come la vendita di quote a ditte *for profit* da parte del fondatore del progetto *couchsurfing*, avvenuto a fine estate del 2011 e il conseguente passaggio da *no profit* a una categoria che prevede profitti per i (nuovi) soci, la dice lunga. E le proteste dei consumatori, per quanto presenti in rete e seguite da un dibattito che va avanti da un anno, difficilmente potranno fare qualcosa per modificare tale assetto (Riccardi, 2011).

In ciò torna alla mente la lezione di Formenti (2011) che ammonisce dal facile entusiasmo per le potenzialità della rete web proprio perché il problema è sempre a monte, su chi detiene il reale potere di decidere cosa fare di un sito come di un software. E pazienza che in questo caso, come in tanti altri, erano stati gli utenti della rete a far sì che il progetto ripartisse dopo un guasto al database e decollasse fino a diventare un portale seguito e utilizzato in tutto il mondo (Riccardi, 2011).

In pratica tale atomizzazione da un lato porta democratizzazione nei percorsi, basti pensare a siti come *trip advisor* dove ciascun viaggiatore può dire la sua su ogni singola struttura ricettiva o ristorativa; dall'altro crea il rischio, da non sottovalutare, che poi di fronte a un'entità dotata di determinata forza contrattuale, non vi sia una massa critica capace di contrapporsi, determinando una situazione in cui il rapporto di potere di un singolo interesse ben strutturato risulti ben più forte di tante individualità e di tante comunità provvisorie o telematiche.

Se è possibile in teoria “una coalizione di automobilisti contro il bollo di circolazione” (Baudrillard, 1976; p.86) o contro il caro benzina, o “una contestazione collettiva alla televisione”, è difficile ipotizzare in pratica un cambiamento, poiché “ciascuno dei milioni di telespettatori si può singolarmente opporre alla pubblicità televisiva, questa tuttavia continuerà ad esserci” (Ibidem). Allo stesso modo è difficile pensare che una massa di consumatori-turisti non organizzati possa davvero cambiare qualcosa all'interno del settore turistico. L'oggetto di consumo distingue, non isola ma differenzia, assegnando ai consumatori un codice, senza per questo suscitare una solidarietà collettiva (Baudrillard, 1976).

Discorso parzialmente diverso se l'atomizzazione la vediamo all'interno dell'industria turistica. E' ovvio pensare che la presenza di tanti piccoli operatori turistici costituisca una forza meno imponente di una grossa multinazionale del settore, meglio strutturata e quindi con un rapporto di forza senza dubbio maggiore in qualsiasi contrattazione, sia nei confronti della comunità locale che degli enti locali.

Il capitale sociale, almeno in una prima fase, è meno forte e in questo caso i rapporti di forza possono risultare più equilibrati, anche se la tendenza è sempre quella di accorpare gli operatori, per esempio in consorzi, mai le comunità locali.

I Bed & Breakfast (B&B), per esempio, sono difficilmente arruolabili in logiche unidirezionali, poiché ognuno apre il suo, ciascuno partendo dal proprio background, e

difficilmente si formeranno lobbies di potere fra gestori di B&B, capaci di emulare le lobbies delle multinazionali. O lobbies capaci di cooptarli in un numero tale da stravolgere le loro peculiarità. Oltre al fatto che i gestori di B&B in genere vivono nei luoghi dove aprono la struttura, per cui si presume che avranno maggiore interesse a preservare il territorio.

3.e.3 - I processi decisionali

Le possibili interazioni fra gli attori del turismo e i rapporti di forza esistenti trovano spazio all'interno di studi sui processi decisionali come la democrazia partecipativa o quella deliberativa, teorie divenute negli ultimi anni pilastri delle politiche europee (Gbikpi, 2005) e che registrano un loro utilizzo crescente (Regonini, 2005).

Il ruolo attivo dei vari attori si inserisce in un filone di iniziative che va moltiplicandosi, da Agenda 21 ai bilanci partecipativi, dai patti territoriali ai piani strategici (Bobbio, 2005) dove si tende a un rafforzamento del ruolo di tutti gli attori rispetto alle decisioni da prendere, che nel turismo può significare ad esempio la pianificazione turistica di un territorio a medio lungo termine o la gestione di una stagione turistica, con effetti più a corto raggio. In Italia esempi significativi sono dati dai gruppi costituitisi in seguito all'emanazione dell'Agenda 21, dove in diversi casi il turismo è stato oggetto di studio e di proposte che hanno cercato di trovare una soluzione fra esigenze dei cittadini, esigenze del territorio, attività turistiche. Questi nuovi modi di intendere la democrazia, che al momento non soppiantano ma affiancano il metodo della democrazia rappresentativa, fanno cambiare il modo di intendere la "governance" di un territorio, inserendo concetti come "concertazione", "partenariato", "consultazione".

Che non sono dei toccasana applicabili ovunque e nello stesso modo, anche qui vi sono una serie di problematiche da affrontare, di nodi da sciogliere, di accortezze da tenere, pena il vanificare la loro efficacia (Regonini, 2005). Non è infatti difficile che operazioni di paventata pianificazione concertata (turistica e non) si risolvono come un boomerang per le comunità locali (Cammelli, 2005). Tali processi vanno in genere a vantaggio di chi ha maggiore forze persuasiva, come grandi gruppi imprenditoriali, o le

élite di un luogo che hanno una capacità di cooptare e dominare questi meccanismi per monopolizzare i benefici del turismo (Scheyvens, 2002).

In teoria dunque servirebbe che tutti coloro che prendono parte a tali processi decisionali partano da un piano di parità e che vi sia un'interazione basata sul confronto di argomenti imparziali, due basi niente affatto facili da ottenere, che guarda caso vanno nell'esatto opposto di teorie alla base delle democrazie rappresentative. Il teorema dell'impossibilità, per esempio, ideato dal premio nobel per l'economia Arrow nel 1951, teorizza che nessuna regola decisionale può rispettare criteri di parità se intende essere stabile, teoria che è alla base delle democrazie liberali (Regonini, 2005).

Le esperienze in questione non formano ancora oggi una prassi consolidata e ben sviluppata, per una serie di limiti teorici, ad esempio nel caso di agorà dove chiunque può partecipare, ci sarà una chiara differenziazione fra cittadini o realtà che ne sanno di più su un dato argomento e altri che ne sapranno di meno o poco e nulla; mentre in agorà dove si viene a partecipare in quanto attori riconosciuti da contattare, sorgono altri problemi relativi ai costi della partecipazione (in termini di tempo da dedicare, capacità oratorie e conoscenza del problema su cui si viene chiamati a dire la propria (Cammelli, 2005).

Vi sono poi i problemi della leadership e dei ruoli che spesso, anche inconsapevolmente, si vengono a creare all'interno dei comitati o reti territoriali, cioè di quelle che possiamo ritenere essere le comunità locali nel settore turistico; per non parlare del rischio sempre in agguato di qualcuno che all'interno della comunità inizia a canalizzare le informazioni rispetto ad altri, determinando un flusso discontinuo e una creazione di leadership di fatto (Regonini, 2005).

Ci si pone anche il problema di chi dovrebbe farsi carico di portare avanti questo processo partecipativo o deliberativo (Gbikpi, 2005) e di coinvolgere i vari attori portatori di interesse. In genere si ritiene che siano le istituzioni a doversi far carico di far sedere attorno a un tavolo gli attori per discutere della pianificazione turistica, ma queste ultime sono le stesse che vengono criticate per non riuscire più ad essere attori neutrali ma di assecondare molto più facilmente i poteri forti.

Esistono poi dei dubbi di fondo. La pretesa di coinvolgere tutti gli attori, comunità locali incluse, dentro un processo di pianificazione turistica, non è un principio scevro da problematiche, il primo fra tutti è quello che sia un processo realizzabile solo grazie al

benessere di fasce di popolazione acculturate col rischio palese che tutta l'operazione si trasformi dalla domanda su come utilizzare risorse collettive alla creazione involontaria di beni di club disponibili e utilizzabili solo da alcuni gruppi sociali (Savoja, 2009). E bisogna essere consapevoli che gli strumenti per supportare tale innovazione, per quanto studiati da decenni anche in relazione al turismo, specie quello comunitario, non hanno ancora raggiunto traguardi ragguardevoli (Jamal e Getz, 1995).

E c'è anche chi teorizza che in fondo non ci sia bisogno del protagonismo delle comunità locali, poiché è più semplice assicurare loro dei benefici piuttosto che impelagarsi in concetti di difficile applicazione (Wang, 1999).

Sembra dunque che né il tema del protagonismo delle comunità locali, né le teorie multi-attoriali, per quanto interessanti e da incentivare, riescano a essere concetti abbastanza significativi per divenire l'unico pilastro teorico che possa caratterizzare in modo esclusivo anche il turismo responsabile.

3.f - Le interazioni nel turismo responsabile

Fra gli operatori europei di turismo responsabile il quadro che emerge rispetto alle possibili interazioni vede una situazione eterogenea, che è stata approfondita nella ricerca empirica.

In genere riguardo all'attore implicito, cioè la destinazione turistica, vi è sempre particolare attenzione, di tipo protezionistico e di rispetto. Viene dunque visto più che altro come soggetto passivo di cui l'impresa turistica dovrebbe avere cura, ripetendo dunque implicitamente la visione strumentale e utilitarista secondo cui un luogo non avrebbe migliori chance di essere preservato, che diventare un bene turistico da consumare.

Rispetto agli altri attori, riferendosi ai loro comportamenti rispetto all'interazione, a seguito di quanto detto nei paragrafi precedenti, si può ipotizzare questo schema:

- riferito ai viaggiatori: un comportamento rispettoso dell'ambiente, delle culture e delle popolazioni locali;

- riferito agli operatori turistici già avvezzi al turismo responsabile: sensibilizzazione nei confronti di turisti e dell'industria turistica convenzionale;
- riferito all'industria turistica in genere: rispetto dell'ambiente, delle culture e delle popolazioni locali;
- riferito alle comunità locali: difesa del territorio

Cui ovviamente andrebbero aggiunte le istituzioni, quanto meno quelle locali, per avere un quadro completo. Ma nel turismo responsabile i riferimenti alle istituzioni sono davvero minimali. Sono chiamate in causa giusto come arbitri, paladini di un'imparzialità che purtroppo non tiene conto della difficoltà ad operare in tal senso, anche per i motivi evidenziati dalla teoria della tragedia dei *commons*, secondo cui le istituzioni non hanno più motivo di impegnarsi per dare un prezzo ai beni pubblici e quindi proteggerli dal loro sfruttamento (Goodwin, 2009; Beritelli, 2011).

Preso singolarmente, ciascun attore ha le potenzialità per attivarsi per un cambiamento che però non sembra poter orientare l'intera filiera turistica a comportamenti responsabili.

Puntare sulla sensibilizzazione verso i turisti o verso l'industria turistica è un aspetto importante, ma è chiaro che non eliminerà chi tende a avere comportamenti non eticamente connotati. I moderni turisti autodiretti, che rappresentano senza dubbio il tipo di individuo più vicino all'idea del turista responsabile, assomigliano molto alle tipologie degli *explorer* o dei *drifter* (Cohen, 1972). Possono aumentare, ma ci saranno sempre anche altre tipologie che non avranno le loro stesse motivazioni e di conseguenza tenderanno a comportarsi in modo meno responsabile o etico. Forse non è un caso che su riviste come PleinAir troviamo riferimenti al turismo responsabile per i possessori di camper, un target particolarmente selezionato, una nicchia di mercato (Antonini, 2012). Si rischia oltretutto di dividere i turisti buoni, quelli responsabili, dai turisti cattivi, tutti gli altri. Non a caso, consci del pericolo, la campagna di sensibilizzazione ideata recentemente in Italia e adottata dalla rete europea di turismo responsabile sottolinea che “non ci sono cattivi viaggiatori, esistono i viaggiatori male informati”.

E' giusto ritenere che masse di turisti, responsabili ma anche irresponsabili che siano, possono riuscire a orientare l'offerta turistica in una determinata località e fare

un'azione congiunta di pressione; ma servirebbe una realtà organizzata di turisti responsabili, non singole persone eticamente connotate, la cui azione presa singolarmente deve attendere indagini di mercato o sondaggi tesi a capire lo stato d'animo della domanda turistica. Sembra più logico limitarsi a specificare che il turista responsabile è un turista esigente, che ha una sua etica che lo porta a fare determinate scelte, diverse da quelle che fanno altri turisti. Ed è auspicabile che questa tipologia di turista aumenti.

Rispetto agli atteggiamenti dell'industria turistica, anche qui è sensato ipotizzare che ci possano essere comportamenti responsabili ed etici da parte di qualche imprenditore, cui se ne possono affiancare altri ma solo finché il guadagno è assicurato, visto che lo scopo principale di un'impresa *for profit* è il guadagno (Scheyvens, 2012), a differenza delle imprese *no profit*. Difficilmente si riuscirà ad avere un'industria turistica che faccia scelte responsabili dal punto di vista sociale o ambientale, se non c'è un chiaro ritorno economico.

L'ipotesi che non vi sarebbero problemi fra l'essere *for profit* e il comportarsi in modo etico è rischioso, ma potrebbe essere riproposto alla luce della diversa dimensione delle realtà prese in esame, piuttosto che della sua mission sociale. Ad oggi non è possibile accedere al FTR, la più importante realtà di II livello spagnolo, se si è una ditta. In Italia tale limite all'interno di AITR esisteva fino a pochi anni fa.

Rispetto al comportamento delle comunità locali, questi è da intendersi sia rispetto all'interazione coi turisti che agli impatti del turismo. Nel primo caso si sfocia in un campo di studi più ampio, legato all'interazione fra autoctoni e forestieri, che siano turisti, migranti, pendolari o mercanti.

Nel secondo caso ci troviamo all'interno di considerazioni analoghe a quanto fatto nel settore del turismo sostenibile, con le tre dimensioni considerate che sono l'ambiente, il sociale, l'economia. Qui come visto il quadro concettuale varia a seconda del ruolo che le si vuole conferire, attivo o passivo che sia.

Se è considerato soggetto passivo, è l'industria turistica a decidere come comportarsi con le comunità locali, che se visto in modo negativo può provocare delle reazioni in caso di affioramento di problematiche evidenti, come avvenuto in Corsica. O altrimenti può permettere a molta gente di fare lavori, generalmente stagionali o nel migliore dei casi si svilupperà su lungo periodo un gruppo di imprenditori locali. O può dar vita anche a

situazioni in cui operatori turistici affermano di impegnarsi per fornire dei benefici alle comunità locali, intese come persone svantaggiate della zona, un atteggiamento che può essere definito filantropico e raramente si trasforma in occasione di sviluppo, al di là di qualche eccezione (cfr. Hausler, 2011).

Grafico n.3 – Le possibili interazioni fra gli attori del turismo

Soggetti	Tipo di interazione	Soggetti	Tipo di interazione
turista		industria turistica	potenziale lobbie
industria turistica		turista	marketing
turista		comunità locale	interazione reciproca
industria turistica		comunità locale passiva	coptazione estraniazione assicurare benefici, ...
comunità locale attiva		industria turistica	azioni di resistenza, pianificazione, auto-imprenditoria, ...

Fonte: autore

Se è invece un ruolo attivo, dovrebbe essere la comunità locale ad avere voce in capitolo, al pari degli altri attori, in tutte le fasi che compongono il turismo.

Ne nasce una tassonomia che vede diverse possibili interazioni (vedi graf. n.3), di cui bisogna tener conto, all'interno dei rapporti di forza che si instaurano fra ciascun attore e la sua controparte.

Nei documenti delle realtà europee di II livello vi sono numerosi richiami teorici sull'importanza del rispettare le comunità locali e del tenere a mente i loro desiderata, affiancati dalla pressante richiesta che il turismo apporti loro dei benefici. Mentre il considerarle dei soggetti attivi non viene quasi mai preso in considerazione e relegato a forma di turismo, quello comunitario, interno al concetto di turismo responsabile).

Per tale motivo non è sempre prevista un'interazione con le comunità locali, le uniche eccezioni in Europa sono costituite da coloro che promuovono forme di turismo solidale o appunto comunitario.

Per il resto, nella quasi totalità dei documenti in cui si fa riferimento a possibili interazioni, quasi mai ciò riguarda la fase della pianificazione, poiché il punto nevralgico resta quello di fare scelte rispettose.

Lo stesso vale quando ci si rivolge ai turisti cui si chiede di rispettare i luoghi e le comunità locali, atteggiamento che viene criticato da chi ritiene che sarebbe meglio ragionare sulle possibili interazioni, piuttosto che trattare le comunità locali come qualcosa di statico, similmente a quando si ragiona di preservare gli animali o la natura (Butcher, 2002).

Oggi che si ritiene di dover applicare i concetti del turismo responsabile anche nei paesi industrializzati, si rischia di non far capire agli occhi dei turisti la differenza fra questo modo di intendere il turismo e il turismo convenzionale, poiché non è evidente su questi temi la differenza rispetto al modo piramidale con cui nel turismo convenzionale si vede al vertice sempre e solo l'impresa turistica.

Capitolo 4 – Questioni aperte e prospettive

Nel capitolo precedente si è voluto illustrare come in seno al turismo responsabile la questione degli attori e dei loro comportamenti è dirimente, sebbene fra gli operatori molte questioni andrebbero chiarite, cercando un approccio multi-attoriale che tenga conto dei rapporti di forza fra i vari attori e non limitandosi a considerare singolarmente le azioni di un attore piuttosto che di un altro.

Esistono altre questioni aperte e da affrontare all'interno degli studi sul turismo responsabile, che è utile evidenziare per avere un quadro completo della situazione e poter introdurre delle ipotesi teoriche innovative, proposte nella seconda parte di questo capitolo, che hanno ispirato la ricerca rispetto all'ipotesi attorno cui verte questo studio.

4.a – Evoluzione del turismo responsabile

L'evoluzione del turismo responsabile che si è registrata negli ultimi anni presenta un quadro articolato, in cui troviamo diversi modi di intenderlo e diverse forme collegate a questo modo di concepirlo.

Questa dicotomia può rappresentare una fonte di arricchimento reciproco, ma presenta anche dei punti critici fra cui vi è il cambiamento in atto rispetto al come ci si presenta al grande pubblico da parte degli operatori di turismo responsabile: un tempo la comunicazione era fortemente incentrata sulle campagne di sensibilizzazione e di critica agli impatti turistici, oggi si pensa maggiormente alla promozione dei propri prodotti.

Inoltre dall'analisi dei documenti dei vari operatori emerge che il messaggio che si promuove passa per un focus su singoli aspetti caratterizzanti del turismo responsabile, senza inserirli in un'ottica teorica più articolata.

4.a.1 – Dalla sensibilizzazione al marketing

La diversificazione nel panorama europeo degli operatori turistici, con un aumento significativo di coloro che si occupano di vendere viaggi come attività principale, ha comportato una diversificazione sempre più approfondita fra le realtà no-profit e quelle profit.

Fra i primi cambiamenti significativi, si registra il fatto che i temi della sensibilizzazione e della denuncia sono passati in secondo piano rispetto all'attenzione al promuovere i viaggi offerti.

Ciò è possibile notarlo analizzando il modo di fare promozione degli operatori di turismo responsabile europei, oggi. Come esempio si è scelto di prendere in considerazione le organizzazioni certificate da ATT con il marchio *Agir pour un Tourisme Responsable* (ATR). Si tratta di 12 operatori turistici che operano nel campo del turismo escursionistico e del trekking, proponendo viaggi che hanno come destinazioni sia il continente europeo che altri continenti³⁶.

La scelta è ricaduta sugli aderenti a questa realtà di II livello perché rispetto alla dicotomia fra chi è rimasto ancorato alle posizioni solidaristiche del turismo responsabile e chi invece parte da modi di intenderlo guardando esclusivamente al mercato, l'ATT si posiziona in mezzo, fra esigenza di innovazione e richiamo ai valori di un tempo. Fra i suoi principi troviamo infatti:

- coinvolgere e rispettare le popolazioni locali, privilegiando impiego di personale locale e utilizzando risorse locali; favorendo la trasmissione delle competenze; rispettando le condizioni sociali; rifacendosi alle leggi locali; sostenendo lo sviluppo locale, informando e sensibilizzando i visitatori e il proprio personale sul rispetto delle popolazioni locali;
- minimizzare l'impatto ambientale, tramite una serie di accorgimenti che vanno dalla gestione dei rifiuti all'attenzione al patrimonio locale, passando per il rispetto dell'ambiente;
- rispettare la clientela;
- applicare a sé stessi ciò che si pretende dagli altri.

Notiamo innanzitutto che il logo ATR è presente in buona evidenza in 10 siti su 12; ciò assolve a motivi di marketing, oltre a permettere un rimando a chi vuole ottenere

³⁶ Ricerca effettuata nel mese di maggio 2011

maggiori informazioni sul turismo responsabile. Anche le informazioni rivolte ai comportamenti responsabili dei viaggiatori sono abbastanza presenti (9 su 12). La presenza sul sito web di eventuali azioni concrete svolte nelle destinazioni turistiche, al fine di testimoniare alla clientela il modo di operare in favore delle popolazioni locali sono segnalate solo in 3 casi mentre altri riferimenti di carattere etico o ambientalista sono presenti su 7 siti (vedi tab.9).

Tabella 9 - Presenza sui siti delle realtà ATR di tematiche inerenti il turismo responsabile

Realtà certificate ATR	Marchio ATR in home page	Comportamento per viaggiatori responsabili	Elenco azioni concrete	Altri riferimenti etici o ambientalisti
Atalante	x	x (carta ATR)	x	x
Chamina voyages	x			
La balaguère	x	x (link a carta ATR)	x	
Terres d'aventure	x	x		x
Terre voyages	x			x
Tirawa	x	x (carta ATR)		
Allibert		x (nei consigli delle guide)		
Nomade aventure	x			
Voyageurs du monde	x	x (link a carta ATR)		x
Comptoir des voyages	x	x	x	x
Sans Frontières	x	x		x
Voyager autrement – vacances bleues		x		x

Fonte: elaborazione dell'autore

Un quadro che potrebbe sembrare ottimale, ma se andiamo a guardare le scelte grafiche effettuate da queste realtà rispetto a tali informazioni, notiamo (vedi tab.10) che la situazione è diversa: la facilità di reperimento di informazioni sul turismo responsabile è infatti abbastanza deludente; solo 3 operatori ne parlano nella sezione

dedicata agli scopi, altri 3 nella sezione “chi siamo”.

Il logo di ATR ha un collegamento diretto al sito ATR solo per il 50% delle realtà certificate mentre dei 5 siti che hanno sezioni o banner dedicati alle tematiche o ai valori del turismo responsabile, solo *Voyager autrement* ha un banner ben visibile e solo *Terres d'aventure* ha una scritta dedicata all'ambiente nella colonna di sinistra. Negli altri casi per trovare le informazioni bisogna cercare con attenzione, poiché sono relegati in spazi marginali della *home page*; il resto della pagina si concentra sul marketing.

Tabella 10 - Accessibilità alle informazioni

Realtà certificate ATR	> info cliccando sul logo ATR	Nelle sezioni relative a Impegni o Scopi	Nella sezione “Chi siamo”	Banner o altre evidenziazioni
Atalante		x		
Chamina voyages	x			
La balaguère	x			
Terres d'aventure	x			x (scritta: sviluppo sostenibile nella colonna di sinistra)
Terre voyages	x		x	
Tirawa		x		
Allibert				
Nomade aventure				x (banner alternato ad altre proposte, nella parte inferiore della home page)
Voyageurs du monde	x			x (scritta sviluppo sostenibile nella parte bassa)
Comptoir des voyages	x		x	
Sans Frontières			x	x (scritta turismo responsabile nella parte bassa)
Voyager autrement – vacances bleues		x		x (banner fisso su “turismo solidale”, nella parte centrale della home page)

Fonte: elaborazione dell'autore

Dunque una sorta di delega al marchio a dare informazioni che se da un lato può essere comprensibile e vista come scelta pragmatica, dall'altro denota come il livello di attenzione all'interno di queste organizzazioni si sposta verso la parte commerciale in modo significativo.

Il quadro generale dei membri certificati di ATR rispetto al tema della sensibilizzazione può definirsi ancora soddisfacente, perché quasi tutti hanno qualche informazione dedicata ai temi del turismo responsabile, ma se pensiamo ai siti delle realtà pioniere del turismo responsabile dove la presenza delle campagne di sensibilizzazione o dei problemi legati agli impatti turistici sono tutt'oggi preponderanti sulle *home page* dei siti web, balza agli occhi la differenza.

Ovviamente tali diversità si possono spiegare con i diversi tipi di organizzazioni che oggi si avvicinano al turismo responsabile: chi come attività principale vende viaggi, tende a inviare messaggi promozionali inerenti le destinazioni, più che lanciare messaggi inerenti la solidarietà o le problematiche legate al turismo.

Questa spiegazione del fenomeno apre un'importante questione rispetto al come concepire oggi il turismo responsabile, poiché conseguentemente a una tale ipotesi si dovrà considerare che le proposte di turismo responsabile possano avere valore solo se accontentano i viaggiatori, cioè se soddisfano la domanda, il che significa dare per scontato che il turismo responsabile possa esistere solo all'interno della legge della domanda e dell'offerta. Tale concentrarsi sugli aspetti commerciali appare pericoloso sia perché rischia di bloccare qualsiasi strada che preveda un cambiamento sociale, sia perché essere alla mercé delle leggi del libero mercato comporta rischi gravissimi per gli operatori attenti ai principi etici. E' già accaduto ad ARVEL in passato (cit. in Laurent, 2003) e nel 2011 questa storica realtà francese è stata estromessa da ATEs, che aveva contribuito a fondare, per aver iniziato a vendere anche viaggi che non corrispondono alle prerogative stabilite da ATEs³⁷.

La necessità di stare sul mercato da parte di alcuni operatori di turismo responsabile pone dunque il problema di che strada stia imboccando in Europa il turismo responsabile e fa crescere la dicotomia fra il ritenere che sia importante che si rafforzino gli operatori di turismo responsabile, e l'idea che basti influenzare l'industria turistica.

In questo quadro, le associazioni di II livello assumono un ruolo significativo, perché possono fare da punto di riferimento teorico e in più possono occuparsi di formazione, di

³⁷ Comunicato del presidente di ATEs al board di Earth, Bologna, 7 settembre 2011

sensibilizzazione, di lanciare azioni di pressione oltre che di facilitare la promozione dei singoli aderenti. Ma sovvenzionate da chi?

Già oggi alcune organizzazioni di II livello come l'AITR si preoccupano di come creare attinenza fra i dettami contenuti nei loro documenti di riferimento e il lavoro dei propri associati, e ciò ha spostato la loro attenzione sul tema delle certificazioni o su quali indicatori possono fungere da riferimento, anche per poter evitare che i turisti si lamentino di un viaggio effettuato con un operatore loro associato³⁸.

Non ovunque le caratteristiche che furono alle origini dello sviluppo dei primi viaggi di turismo responsabile sono sparite dall'attenzione degli operatori di turismo responsabile, sebbene forse non sono più presenti in modo sostanziale come un tempo. Temi come la solidarietà riferita al problema dello squilibrio Nord-Sud o il problema legato al ruolo delle comunità locali, restano argomenti su cui c'è ancora una valida attenzione quantomeno in tutti i paesi latini. Non a caso AITR nel 2011 ha deciso di stringere un accordo con *Amnesty International*, per poter disporre delle informazioni di questa ONG internazionale riguardanti i paesi che sono delle destinazioni turistiche per gli operatori turistici di AITR.

4.a.2 - L'etica nel turismo responsabile

Altra questione problematica è l'importanza data alla questione etica.

Se si parte dal binomio "responsabile" uguale "comportamento", l'etica rischia di essere considerato l'unico elemento costitutivo del turismo responsabile, poiché un comportamento è responsabile se eticamente connotato.

Senza dubbio l'etica è basilare, ma da sola non basta: il mercato capitalistico è pieno di tentativi di inserire l'etica all'interno dei suoi ingranaggi, che non hanno portato grandi frutti (Perna, 1998). Inoltre nel turismo i rischi di *greenwashing* di aziende che dicono di tenere comportamenti etici è all'ordine del giorno; e sui marchi di certificazione si è già detto quanto sia difficile soppesare certi elementi che caratterizzano le proposte di turismo responsabile. E' certo importante che i riflettori sui comportamenti responsabili ed etici, specie da parte dell'industria turistica, siano ben accesi, e ben vengano riflessioni collettive come quelle emerse nel corso del I congresso su etica e turismo promosso dall'UNWTO (Buj, 2011). Ma bisogna anche sottolineare che

38 Comunicazioni della presidenza AITR all'assemblea dei soci, Roma, 3 dicembre 2011

tutte le miglierie vengono fatte con una lentezza eccessiva, e si fa troppo poco (Goodwin, 2011b).

Per capire meglio come l'etica non possa essere l'unica bussola e che non basta presupporre che ogni forma di turismo può essere più responsabile, si prenda per esempio una forma di turismo agli antipodi del concetto di etica applicata al turismo: il turismo sessuale, specie con minorenni. E' ipotizzabile che questa che, al di là di giudizi morali, è di fatto una nicchia di mercato in espansione, possa diventare responsabile?

Pare indubbio che se consideriamo il comportamento come unico parametro di un'attività di turismo responsabile, non sia impensabile ipotizzare un turismo sessuale responsabile: l'industria turistica potrebbe impegnarsi a promuovere campagne contro le forme più degradate di turismo sessuale, vedi quella coi minori; potrebbe fare accordi con le associazioni che difendono i diritti dei lavoratori e delle lavoratrici del sesso, impegnarsi a far ottenere benefici alle comunità locali, in alcuni casi ci si potrebbe spingere a fondare delle scuole di formazione.

I turisti del sesso etico potrebbero rappresentare una nicchia di mercato all'inizio sparuta ma con grosse potenzialità di allargamento, persone in cerca di avventure erotiche che però un briciolo d'etica lo hanno ancora conservato, per cui alla quindicenne cubana, alla dodicenne thailandese, alla giovane africana o alla minorenni dell'Europa dell'est, preferiscono qualcuno che sia consapevole e ben pagato, almeno diciottenne. La crescita di tale nicchia favorirebbe ampi spazi sui media con possibilità di creare una moda capace di richiamare altri turisti-clienti e dunque far affermare questo tipo di turismo responsabile, ripagando anche gli sforzi degli imprenditori e delle istituzioni che hanno appoggiato l'iniziativa.

Le comunità locali se devono avere un ruolo passivo riceveranno i benefici decisi dall'industria turistica e i lavoratori del sesso non saranno ricattabili o sfruttati. Se invece hanno un ruolo attivo, potranno pianificare l'intera operazione, scegliere magari uso di giuria popolare coloro da avviare a questo mestiere, perché no con criteri di equità tipo una figlia a famiglia; e ancora fare campagne locali per l'uso del preservativo, assicurarsi che l'industria rispetti gli accordi e che i turisti si comportino bene.

Ma se pure esistesse questo tipo di proposta, cancellerebbe il problema? Il turismo sessuale non etico sparirebbe? E dunque non ci sarebbe più bisogno di un impegno anche di contrasto a quelle altre forme di turismo sessuale che non prevedono l'etica?

Tecnicamente parlando il turismo sessuale pure coi minori è un'attività commerciale

che ha un funzionamento identico a tante altre forme di turismo; c'è un'industria turistica specializzata, capace di mettere in contatto la domanda con l'offerta, dove la domanda è sempre crescente da parte di ricchi turisti sempre afferenti all'emisfero occidentalizzato mentre l'offerta nasce generalmente da un bisogno di soldi da parte dei ceti meno abbienti. Ma lo stesso avviene in qualsiasi altra forma turistica, dove il messaggio che viene esportato è che grazie al turismo e ai soldi che arriveranno, le comunità locali potranno alleviare la povertà.

Questo paradosso intende rifuggire da semplificazioni e dal pericolo di ritenere che la strada da intraprendere sia esclusivamente quella degli indicatori e delle certificazioni, dimentichi dei rapporti di forza esistenti e soprattutto che cancella la problematica relativa alle regole del gioco e all'approccio neoliberista esistente. Al contrario, bisogna preoccuparsi delle relazioni intangibili, come quelle fra gli esseri umani, che sfuggono a qualsiasi classificazione, poiché l'esito del turismo non è un oggetto (Vivanco e McLaren, 2006).

4.a.3 - L'insufficienza dei singoli elementi

Concepire il turismo responsabile facendo perno su un unico fattore può essere un problema, poiché al di fuori di una concezione articolata si rischia di perdere una concezione olistica necessaria per evitare che ognuno prosegua a utilizzare questo termine o a operare dandone un'accezione personalistica.

Uno di questi fattori su cui vi sono numerosi riscontri è il tema dello squilibrio esistente fra i potenziali turisti e le popolazioni locali, che ha dato vita da un lato a un'opera di sensibilizzazione e di denuncia, dall'altro alla nascita di viaggi in cui il tema della solidarietà fosse un aspetto preponderante.

Rispetto all'opera di sensibilizzazione si è già visto nei precedenti paragrafi come uno dei problemi principali è rappresentato dalla nascita di nuovi operatori, più volti a organizzare viaggi e assillati dal doverli vendere e promuovere, che di fare sensibilizzazione e analisi del territorio.

Il cambiamento non è di per sé problematico, anche perché diverse ONG e realtà similari vedono nella organizzazione e vendita di viaggi un'occasione che si apre di auto sostentamento, più facile ed efficace che cercare sempre soldi pubblici.

E d'altronde è comprensibile la necessità e la voglia di allargare la nicchia di mercato,

oggi rappresentata da una minoranza di “militanti”, seguendo implicitamente il ragionamento di Thompson, riferita ai potenziali clienti di questi operatori: *“i turisti non vogliono sentirsi colpevoli. Sì, vogliono sentirsi responsabili, ma non colpevoli”* (cit. in Andreotti e Sacco, 2011; p.51).

Ma al contempo si rischia di non riuscire più a veicolare messaggi di tipo etico e comportamentale che erano alla base di questo tipo di proposte.

Il punto è che l'aspetto della solidarietà oggi sembra appannaggio di una parte di operatori europei legati al mondo della cooperazione o dell'impegno civico; un numero significativo di realtà che però non coprono l'intero arco delle proposte autodefinitesi di turismo responsabile. La solidarietà presuppone una differenza di partenza fra viaggiatore e comunità locali, tanto da far supporre che senza squilibri di partenza non ci possa essere turismo responsabile (Sin, 2010); tale asserzione crea qualche problema teorico, poiché significherebbe che nei viaggi in altre parti del mondo, come ad esempio in Europa, o si trovano situazioni di squilibrio oppure tali proposte non possono essere considerate di turismo responsabile; o che l'elemento dello squilibrio e della solidarietà sono significativi solo per i viaggi nelle varie periferie del mondo globalizzato.

Problema inverso potrebbe esserci per l'elemento caratterizzante dell'incontro fra turisti e comunità locali. Nei viaggi del Sud del mondo si è già riferito di quanto sia aleatorio pensare davvero di metterlo in pratica, poiché non tiene conto della disparità economica generalmente esistente. Laddove non ci sono condizioni di uguaglianza di partenza è facile che le più rosee teorie si scontrino poi con la realtà (Sin, 2010). Certo, si può ipotizzare che il problema possa essere ridotto con l'attenzione da parte degli operatori a informare e sensibilizzare sia i viaggiatori che le comunità locali di accoglienza, in modo da preparare e appianare le problematiche più significative (Dollfus, 2001). Al contrario, questo problema quasi non esiste nel caso di viaggi dei turisti occidentali in destinazioni dove le differenze socio-culturali ed economiche sono marginali.

Una problematica legata all'incontro riguarda le possibilità degli autoctoni di decidere se volerlo o meno. In caso contrario bisognerà ritenerlo un'imposizione da parte dell'industria turistica. Ma l'ipotesi che le comunità locali possano avere voce in capitolo su un tema così strategico è abbastanza impensabile, poiché va a cozzare con gli interessi dell'industria turistica.

In questo settore si tende infatti a standardizzare le proposte e a pianificare tutto con

largo anticipo, non vi è possibilità di comprendere un'indisponibilità imprevista, una cancellazione di un incontro programmato dovuto a un sentimento umorale o emotivo contrario di qualcuno del posto. Certo, con l'avvento del turismo auto-diretto nella forma massima permessa dal diffondersi delle tecnologie come internet, tale problema resta legato più agli standard dei viaggi *all inclusive* (si pensi solo a come sono organizzati i tempi degli sbarchi a terra dei croceristi) mentre è lasciato alla soggettività di entrambi gli attori, *hosts* e *guests*, per quanto riguarda i modi di viaggiare tipici della società globalizzata.

Anche il fattore inerente le comunità locali, siano esse immaginate come soggetti beneficiari o come soggetti protagonisti, da solo non sembra essere capace a contraddistinguere il turismo responsabile.

L'approccio neoliberista al turismo fa diventare il protagonismo un aspetto impensabile da applicare. Basti pensare al motto di *Tourism concern* "*Leave communities alone if they don't want tourism. (People should have the right to say 'no' to tourism.)*"³⁹, un principio inattuabile all'interno dei processi economici legati all'attività turistica: l'industria di questo settore non può contemplare che i suoi investimenti possano andare in fumo solo perché i cittadini di una destinazione non vogliono il turismo; e anche il turista non ne avrebbe piacere, visto che è stato educato al fatto che viaggiare è un suo diritto (cfr. il Codice Etico dell'UNWTO).

Per quanto riguarda i benefici alle comunità locali favorendo le economie locali, si è visto come questo elemento sia da un punto di vista teorico condiviso ampiamente, lo ritroviamo citato in qualsiasi documento europeo inerente il turismo responsabile; nasce dalla constatazione che la maggior parte dei soldi di un viaggio organizzato nel Nord del mondo per viaggiatori occidentali con destinazione un paese del Sud del mondo non resta sul territorio visitato, alla cui comunità locale finisce una percentuale abbastanza bassa sul totale del costo del viaggio (Caire, 2012).

Ma preso da solo rischia di mettere in seria difficoltà gli sforzi di trovare dei punti in comune che non siano al ribasso ma che rappresentino una proposta paradigmatica forte, specie oggi che viaggi di turismo responsabile vengono proposti anche con destinazioni che si trovano nel Nord del mondo.

Capita infatti non di rado che sui cataloghi di alcuni operatori europei dichiaratamente di turismo responsabile, affianco ai tradizionali viaggi nel Sud del

39 Decalogo di Tourism Concern, punto n.10

mondo si trovino proposte in cui la meta è una rinomata località costiera occidentale e il fulcro della proposta “responsabile” si riduce al fatto che si va a dormire in un B&B o in una struttura gestita da autoctoni.

In tali casi l'aspetto della ricaduta di tipo economico sulla comunità locale non sembra poter essere considerato significativo, non fosse altro che anche nel turismo convenzionale, specie nei viaggi nel Nord del mondo, gli operatori spesso e volentieri si rivolgono a operatori locali, magari non come scelta ideologica ma come possibilità pratica che si presenta molto spesso grazie allo sviluppo di un turismo di tipo endogeno, in grado di offrire servizi agli operatori stranieri senza dover ricorrere a capitali stranieri, come si è fatto per decenni per creare le infrastrutture turistiche.

E anche perché oggi va di moda promuovere la vendita di prodotti locali ma non perché spinti da etica o da sentori di responsabilità, ma semplicemente perché è un buon elemento attrattivo, che differenzia facilmente un luogo da un altro.

E' indubbio che gli elementi caratterizzanti che non sono considerabili come universali possono rappresentare le basi di forme diverse del turismo responsabile (Goodwin, 2011a); un elemento come la solidarietà, nel momento in cui non viene intesa come caratteristica universale per caratterizzare l'intero turismo responsabile, può dar vita a una precisa forma di turismo responsabile, quello solidale; così come il protagonismo delle comunità locali può essere alla base del turismo comunitario. Ma al di là delle forme non si capisce se e quale sia l'elemento unificatore teorico dentro cui poter racchiudere i vari elementi.

4.b – Critiche all'approccio neoliberista

4.b.1 – Crisi di un modello

Il mantra del turismo come fattore di progresso ha iniziato a scricchiolare. Questa meta-narrazione basata sui concetti della modernizzazione in chiave neoliberista imposta alle comunità locali (Jamal e Stronza, 2008) non sembra poter più fungere da elemento universalizzante come un tempo.

Questa fabbrica di sogni, storicamente associata all'idea che fosse alternativa rispetto al tempo quotidiano dedicato al lavoro, registra negli ultimi dieci anni un ritorno al mondo reale, con scioperi del personale che rappresentano una novità assoluta (Bourdeau e Christin, 2012b).

Il turismo è inoltre accusato sempre più di essere la principale causa di molti problemi sociali, economici e ambientali (Grigolli, 2011c; Fernández Miranda, 2011), nonostante i tentativi di assolverlo da tale responsabilità. Inoltre i turisti occidentali aspirano a non essere più solo consumatori e voyeur; ciò ha aperto la strada a modi di intendere il viaggio che non si identificano come in passato in forme alternative al turismo ma in modi per negarlo (Bourdeau e Christin, 2012a). Si pensi allo scambio di case, al farsi ospitare, a dividere le spese di trasporto, al fare volontariato viaggiando.

Modalità che rappresentano un tentativo radicale di risolvere il problema del continuo assoggettamento di pratiche turistiche alle logiche del mercato, lo stesso rischio che corrono quelle pratiche e quelle forme turistiche che in passato hanno cercato, invano, di sottrarsi dalle regole del neoliberismo.

Intanto le critiche al modello turistico basato sul libero mercato si rafforzano (Wearing *et al.* 2005; Jamal e Stronza, 2008) e si sottolinea il fallimento di questo modo di intenderlo e dei progetti che dovrebbero fungere da buone prassi o da esempi virtuosi (Gascón e Cañada, 2005; Louquiau, 2012).

Tale situazione però non sembra bastare a ipotizzare che il turismo come lo abbiamo conosciuto in questo ultimo mezzo secolo sia finito e un'altra fase stia per iniziare o sia già iniziata, più armonica e rispettosa, che tenga nel giusto conto l'ambiente e le popolazioni locali.

E si assiste al tentativo da parte di alcuni studiosi di ridimensionare l'immagine del turismo, sia nei numeri che nella portata del suo agire, operando in questo senso una decolonizzazione dell'immaginario che è il primo passo per “qualsiasi costruzione di una via alternativa” (Latouche, 2011: p.51). Da tempo sbandierato come la più grande industria al mondo, oggi si sottolinea che l'industria turistica sarebbe al quinto posto del PIL mondiale, fra l'altro dietro all'agricoltura. E anche il sottolineare che solo uno su trenta cittadini al mondo nella vita ha effettuato un viaggio⁴⁰ o che solo un individuo su sette può permettersi di viaggiare (Fernández Miranda, 2011) serve ad analizzarlo come

40 Dati citati sul numero di luglio 2012 della rivista “le monde diplomatique”.

una delle tante attività esistenti al mondo, che coinvolge una parte minoritaria della popolazione mondiale che si può permettere il lusso di andare dove le pare, mentre altri sono costretti ad andare dove capita, turisti da un lato e vagabondi dall'altro, secondo la illuminante metafora di Bauman (1999).

Di fronte a questo scenario critico, la riflessione non può che essere allargata anche all'interno del turismo responsabile, visto che oggi il modo di metterlo in atto e di concepirlo è cambiato rispetto alle fasi iniziali.

Uno dei principali aspetti di cui tener conto è la presenza di operatori che utilizzano il termine "turismo responsabile" con accezioni differenti rispetto alle origini, fattore abbastanza prevedibile che avviene ogni qual volta in un settore un determinato termine attira le masse e ha una sua spendibilità.

Così in Spagna una nota catena alberghiera di lusso gira per le più importanti fiere con ben in vista sullo stand la scritta "*turismo responsable*", con un'accezione spiegata nel sito in cui, affianco alle foto dei resort costruiti sulle coste andaluse, si specifica che la ditta sviluppa un turismo responsabile "*che le permette di stare in armonia con l'ambiente e l'ambiente culturale e socio economico che lo circonda*". Gli hotel "*assumono la sostenibilità come principio guida e incorporano nuovi sistemi di gestione che garantiscono un impatto minimo sull'ambiente e la crescita della cultura e dell'economia locale*". Pongono inoltre al centro della loro attenzione "*anche il benessere delle persone, inclusi i clienti, gli impiegati e le realtà svantaggiate*".⁴¹

La stessa situazione la ritroviamo in Italia, dove questo termine non è solo utilizzato dall'AITR o da realtà affini come ViaggieMiraggi, viene bensì usato liberamente da chiunque ritenga di dividerne alcuni valori, ognuno dandone un'interpretazione personalizzata. Perfino un manager della compagnia aerea Alitalia ha sottolineato la vocazione alla responsabilità della sua ditta, che ha redatto la *briefing card* anche in Braille, oltre ad aver ridotto nel 2012 le emissioni di CO₂ (Firrao, 2012).

E lo stesso si può riferire riguardo ai premi per il turismo responsabile. Così il *World Travel and Tourism Council* (WTTC) nel suo concorso *Tourism for tomorrow* ha premiato nel 2010 l'ufficio turistico del Botswana come miglior organizzazione per il turismo responsabile, non tenendo conto delle proteste della prestigiosa organizzazione per i diritti dei popoli tribali *Survival International*, proprio contro quell'ufficio, reo di aver

41 Dal sito www.fuertehoteles.com, visitato più volte dal gennaio 2012 all'agosto 2012

chiuso i pozzi dove i Boscimani andavano ad attingere da sempre l'acqua per far funzionare i resort di un operatore turistico; una causa che si è risolta solo nel marzo 2012 con la riapertura dei pozzi imposta dal tribunale.

In Italia è stato istituito da alcuni anni un premio di turismo responsabile ideato dal network di informazione turistica "l'agenzia di viaggi", che ha dei parametri inerenti la responsabilità inseriti nel manifesto programmatico in cui si può leggere che *"viaggiare nel rispetto dell'ambiente, della biodiversità, della cultura e delle popolazioni locali è la base del concetto di Turismo Responsabile"*; si intende *"promuovere la sostenibilità del viaggiare, in tutte le sue forme"* e si specifica che il turismo sostenibile *"non reca danno alle sue mete e alle comunità che coinvolge, alle quali al contrario porta benefici effettivi e duraturi, senza mettere a rischio il loro benessere futuro, senza minacciarne l'ambiente, la natura, l'equilibrio sociale e la cultura"*.

E' chiaro che il parlare in modo alternato di turismo sostenibile e responsabile soddisfa il concetto che vuole i due termini far parte di un unico corpus, di cui il turismo responsabile sarebbe come visto la parte comportamentale. Infatti si specifica che *"l'operatore responsabile si impegna a prevenire o ridurre al minimo l'impatto del turismo, opponendosi a ogni comportamento illegale o abusivo, anche nei confronti di coloro che organizzano e distribuiscono il prodotto. Perché sia riconosciuto a ciascuno il giusto valore del proprio lavoro, e per offrire ai viaggiatori l'esperienza più ricca, emozionante e nel contempo rispettosa dell'ambiente naturale e umano"*.⁴²

Ad agosto 2012 sul sito della rivista organizzatrice del premio, i pacchetti inseriti nella categoria Turismo Responsabile hanno compreso un viaggio in Niger che ruota intorno alla festa annuale dei clan Bororo, un evento definito *"di grande interesse etnografico, che ha conservato il suo carattere spontaneo"*. Un viaggio in Polinesia *"tra isole paradisiache e incontaminate, alla scoperta di realtà turistiche minori"* in cui nell'ultima settimana si soggiornerà in un luogo dove *"la corrente elettrica è fornita da pannelli solari fotovoltaici e per l'illuminazione di sera vengono utilizzate lampade a petrolio. Non è possibile usare asciugacapelli o rasoi nei bungalow"*. La promozione dell'Ente Turismo della Malesia del *Marine Ecology Research Centre* nel *Gayana Eco Resort* (MERC), dove si dà importanza alla salvaguardia del corallo. Un'altra offerta è per l'Ecuador Responsabile, un viaggio in cui si punta a *"migliorare le loro condizioni di vita, creando posti di lavoro e promuovendo il turismo-etnico e responsabile"*. E ancora un tour

42 Cfr il sito www.agenziadiviaggi.it, sezione turismo responsabile, visto il 10/9/2012

in *mountain bike* in centro Italia, un altro eno-gastronomico nei siti UNESCO della Toscana; uno a piedi in Umbria; e infine due viaggi di turismo sostenibile negli Stati Uniti.

Proposte differenti che se da un lato rafforzano il concetto di termine ombrello che si era delineato per il turismo responsabile nel capitolo dedicato allo studio dei documenti, dall'altro sono il segno palese di come al giorno d'oggi questo termine venga usato in modo talmente ampio rispetto ai primi viaggi di turismo responsabile, che abbisogna di una chiarificazione teorica.

4.b.2 - I legami con i concetti di sviluppo e turismo sostenibile

Per quanto riguarda i 3 parametri che si rifanno allo sviluppo sostenibile e in generale alla relazione con il turismo sostenibile, i possibili problemi riguardano il loro poter essere effettivamente essere messi in pratica, visto che le innumerevoli proposte non hanno portato alla creazione di un inventario di politiche efficaci, capaci di garantire il rispetto ambientale, sociale e umano come prescritto dalle teorie sullo sviluppo sostenibile (Sanchez-Rivero e Pulido-Fernández, 2008).

C'è chi ritiene sia un ossimoro accostare allo sviluppo l'aggettivo sostenibile, poiché il problema non consiste nel trovare uno sviluppo buono da contrapporre a quello cattivo, ma è il concetto stesso di sviluppo che va contestato (Latouche, 2011), in quanto legato alle teorie modernizzatrici occidentali e quindi al concetto di crescita economica (Sharpley, 2000), a iniziare dal rapporto Brundtland (Adams cit. in Sharpley, 2000).

Altri ritengono che il problema non sia da ricercare nelle teorie e negli obiettivi legati allo sviluppo sostenibile, poiché quest'ultimo può essere interpretato alla luce di approcci alternativi, come ad esempio il ritenere che lo sviluppo non parta dalle merci ma dalle persone (Schumacher, 2010), in cui si auspica un processo endogeno che parta dalle comunità locali (Streeten, 1977), tema di cui si è già discusso in precedenza e che vede sempre l'incognita degli scenari geopolitici futuri, basti pensare alle posizioni degli studiosi cinesi che ritengono la strada del coinvolgimento delle comunità locali come base di un approccio diverso al turismo essere infondata (Li, 2006).

L'inconciliabilità sarebbe dunque con l'approccio neoliberista che continua a regolare le attività di questo settore (Sharpley, 2000) creando un rapporto che presenta aspetti

paradossali (Romita, 2008), di difficile risoluzione. I 3 settori di cui si dice di voler tener conto nello sviluppo sostenibile, cioè ambiente, economia e sociale, nel momento in cui soggiacciono al paradigma neoliberista tendono infatti a essere mercificati, vale per le risorse ambientali come per le relazioni umane; mentre i temi socio-culturali sono poco analizzati sotto il fattore costi-benefici; ciò significa far correre il rischio di far colonizzare dalla narrativa tecnico-scientifica sia le conoscenze tradizionali, che il patrimonio culturale, che le relazioni spirituali (Jamal e Stronza, 2008).

Inteso in questo modo, il turismo sostenibile non segue i concetti dello sviluppo sostenibile in quanto si creano evidenti contraddizioni fra quelli che sono gli obiettivi teorici e le azioni che vengono portate avanti; ad esempio gli accordi di liberalizzare tutti i servizi turistici e la necessità di conservare dei margini di manovra per garantire la partecipazione locale o preservare le risorse naturali; o la conseguenza di tali accordi, con gli Stati che si vedono drasticamente ridotti i margini di manovra per un turismo responsabile (Laurent, 2003).

Se invece si parte da paradigmi alternativi al libero mercato, si può provare a giungere ad altre riflessioni. L'approccio olistico, per esempio, considera che lo sviluppo può essere sostenibile solo se è considerato dentro un contesto politico, socio-economico ed ecologico globale (Sharpley, 2000). Trasposto nel settore turistico, ciò può significare la ricerca di relazioni in equilibrio fra i 3 principali attori all'interno di una destinazione. Purtroppo questo approccio ad oggi non è riuscito ad andare oltre l'applicazione su piccola scala (Sharpley, 2000).

In conclusione l'idea del turismo sostenibile che sarebbe l'obiettivo mentre il turismo responsabile sarebbe la modalità per raggiungerlo (Goodwin, 2011a) non è un approccio che convince, specie se si resta nell'ottica delle teorie basate sulla modernizzazione (Wearing *et al.*, 2005) o sul neoliberismo inaugurato negli anni '80 del secolo scorso dall'asse Thatcher-Reagan e che ha rappresentato la narrazione preponderante degli ultimi decenni (Jamal e Stronza, 2008).

4.b.3 - Critica al Codice Etico dell'UNWTO

Oltre al problema degli operatori che non si sa se e quando riusciranno mai a mettersi d'accordo sui punti essenziali che caratterizzano il turismo responsabile, va sottolineato

che anche gli organismi sovranazionali non sembrano in essere in grado di aiutare in modo significativo. I raduni del *World Social Forum* (WSF) da diversi anni non vedono posizioni forti sul turismo da parte delle assemblee tematiche, mentre l'UNWTO insiste a proporre il suo codice di condotta etico, con tutti i suoi chiaroscuri.

L'UNWTO e il suo Codice Mondiale Etico sono l'esempio di come senza delle chiare cornici teoriche il turismo responsabile rischia di essere fagocitato nel paradigma sviluppista.

Nato come organismo di rappresentanza dei grandi operatori turistici nel 1947, col nome iniziale di *International Union of Official Travel Organizations* (IUOTO), succedeva all'*International Congress of Official Tourist Traffic Associations* creato nel 1925 e dal 1934 rinominato *International Union of Official Tourist Propaganda Organizations* (Ferguson, 2007). Solo nel 1970 verrà denominato *World Tourism Organization* (WTO). Ad oggi vi aderiscono 150 Paesi, ma alcuni Stati importanti per il settore turistico, come gli Stati Uniti, non ne fanno parte.

Da sempre caratterizzato per una visione liberista, quando diventa Agenzia per il Turismo delle Nazioni Unite (UNWTO) da più parti, compresi i partecipanti del WSF, c'è stata la speranza che si potesse liberare da quella impostazione, tanto che nei documenti finali del raduno del WSF del 2004 c'è stata una posizione di apertura nei suoi confronti.

Ma già nel 2009 questa Agenzia ONU viene ritenuta uguale alle altre realtà da sempre criticate dagli organizzatori del WSF, in quanto continuava ad avere un approccio neoliberista (Equations *et al.*, 2004; FBOMS *et al.*, 2009).

Il Codice etico non è da meno. Elaborato nel 1999 dal WTO/OMT e fatto proprio dall'ONU, contiene i principi sullo sviluppo di un turismo sostenibile e responsabile che gli Stati e gli operatori turistici dovrebbero osservare, inseriti in dieci articoli in cui vengono trattati i seguenti temi: il contributo del turismo alla comprensione e al rispetto reciproco, all'appagamento individuale e collettivo; il turismo come fattore per lo sviluppo sostenibile, capace di aumentare il patrimonio culturale nel mentre ne fruisce; un'attività che apporta benefici; gli obblighi degli attori; il diritto al turismo.

Analizzando il codice nel suo complesso, appare evidente come sia basato su un'ottica sviluppista, in cui si privilegiano le liberalizzazioni e le privatizzazioni (Ferguson, 2007) e le comunità locali possono solo accodarsi e al più sfruttare la

occasioni fornite dal turismo.

Nel preambolo si afferma che uno dei principi basilari è *“il diritto al turismo e alla libertà di movimento per motivi turistici”*, una frase condivisibile che ritroviamo in qualsiasi documento dell'UNWTO ma che non si riferisce solo al diritto dei cittadini di fare turismo, bensì anche del turismo di affermarsi ovunque. Infatti poche righe dopo ci si dice convinti che *“l'industria turistica mondiale possa trarre notevoli benefici da un ambiente che favorisca l'economia di mercato, l'impresa privata e il libero commercio”*. E ancora la convinzione che *“un turismo responsabile e sostenibile non è affatto inconciliabile con la crescente liberalizzazione delle condizioni che presiedono allo scambio di servizi”* (WTO/OMT, 1999).

Non convince nel testo il ritenere che le comunità locali solo grazie al turismo *“vorranno bene ai propri luoghi”* (art. 4); sebbene sia vero che il turismo può favorire tale attenzione da parte delle comunità locali (Barretto, 2007) non è concepibile che lo si ponga come principio, quasi come se le popolazioni locali non possano stare attente al proprio patrimonio materiale e immateriale a prescindere dal turismo.

Si utilizzano inoltre gli stessi concetti che hanno accompagnato nei decenni passati altre campagne in settori come l'agricoltura, quando in nome della modernizzazione e dello sviluppismo si diede vita alla stagione della rivoluzione verde, con analoga produzione di diseguaglianze (Greenwood, 1989), all'interno dello scenario della guerra fredda e dell'invenzione di Truman delle nazioni sottosviluppate (Sachs, 1992).

Il Codice Etico presenta problemi relativi anche nella sua applicabilità, poiché dà per scontato un elemento che non può assicurare, e cioè che il turismo possa svilupparsi (e deve essere lasciato libero di svilupparsi) evitando di fare danni. Una sicurezza che non può avere nessuno (Sreekumar, 2002).

E pure alcuni condivisibili obiettivi contenuti nel Codice quali il promuovere il rispetto dei diritti umani (art.2) o il protagonismo delle popolazioni locali (art.5) risultano essere obiettivi di difficile raggiungimento; specie se si vieta agli Stati e a qualsiasi ente locale di poter intervenire contro le regole di mercato (Laurent, 2003); con buona pace di coloro che in buona fede cercano di sottolineare singoli esempi di buone prassi sparse nel mondo senza tener conto delle regole del gioco del turismo internazionale.

Nel 2004 viene realizzata un'indagine sul suo grado di applicazione, affidata alla Commissione Mondiale per l'Etica nel Turismo (WCTE), creata dall'UNWTO per monitorare le ricadute pratiche del Codice negli Stati che hanno aderito all'Agenzia. Risponde solo la metà degli iscritti e fra questi solo 15 avevano formalmente accettato il codice (Berruti e Delvecchio, 2009) cioè il 20% dei rispondenti, percentuale che scende al 10% se consideriamo tutti gli Stati membri dell'UNWTO. Nel successivo monitoraggio risalente al periodo 2008-2009, la Commissione riceve maggiori risposte (114, pari al 70% degli Stati membri) e il numero degli Stati che hanno inserito i principi nella loro legislatura sono 49 mentre 48 affermano di aver creato leggi apposite ispirate dal Codice (UNGA, 2010). Mancano ad oggi dati ufficiali scorporati che permettano di capire il peso di questi Stati, visto che nel 2005 dei 15 Stati citati quasi nessuno era significativo dal punto di vista dei flussi turistici (Berruti e Delvecchio, 2009).

Comunque, al di là delle critiche, bisogna non di meno segnalare che l'UNWTO, o almeno i suoi documenti, sono sempre più sovente presi come riferimento dalle realtà impegnate a diffondere i valori del turismo responsabile.

4.c – Nuove prospettive

4.c.1 - Uscire dall'approccio neoliberista

Se un tempo il turismo responsabile veniva considerato come elemento di dinamica sociale, fattore di apertura, di rispetto, di ascolto e di scambi culturali (Dollfus, 2001), oggi queste caratterizzazioni si scontrano con l'esser venuti meno di alcuni dei capisaldi originari senza che vi sia stata una sostituzione significativa, se non il tentativo di appoggiarsi ai concetti del turismo sostenibile o rifarsi al codice etico dell'UNWTO.

Per uscire dal paradigma neoliberista bisognerebbe partire dal presupposto che non vi è solo l'economia, o meglio che al pari dello spazio economico vi sono lo spazio politico e quello socio-culturale da tenere in considerazione (Wallerstein cit. in Vitale, 1998). E dunque considerare il turismo non come un'attività prettamente economica (Grigolli, 2011c) bensì prevalentemente sociale (Romita, 2008). Il turismo responsabile

nasce in questo modo, lontano dalle problematiche di tipo economico, più atto a sensibilizzare i viaggiatori che a far partire una vera e propria attività economica, dove il numero dei viaggi si contava e ancora oggi in molti casi si conta su un palmo di una mano, sono più che altro esperienze di incontro.

Nel momento in cui gli studiosi si sono soffermati sull'analisi dell'efficienza economica di tali esperienze hanno appurato che questo turismo responsabile può essere equo, con l'obiettivo di una giusta remunerazione per coloro che accolgono, o solidale, con l'idea che lo sviluppo locale di un territorio sia finanziato tramite i contributi provenienti dal Nord, o anche sostenibile per sostenere una logica di sviluppo a lungo termine, o anche ricollegasi all'ecoturismo, con un rispetto marcato per l'ambiente, o anche comunitario quando è organizzato e condotto da tutta una comunità di un villaggio, o infine in favore dei poveri, ritenendoli attori beneficiari. Ma oggi, questa forma di turismo, sebbene in crescita, non rappresenta ancora che qualche punto percentuale dei flussi dei viaggiatori internazionali (Dollfus, 2001).

In seguito vi sono state anche critiche ai progetti nati grazie a finanziamenti legati alla cooperazione allo sviluppo, inerenti il loro fallimento al termine delle sovvenzioni, cioè la chiusura delle attività e dei servizi turistici che erano stati creati durante il periodo sovvenzionato (Häusler, 2011). In ciò gli economisti vedono ovviamente una carenza cui porre rimedio. Senza dubbio, la critica è giusta se la vediamo dal punto di vista del mercato capitalistico, ma se cambiamo l'ottica da cui analizziamo questi progetti e ci ricollegiamo all'idea di progetti nati per far confluire diversi aspetti, in cui l'economia non sia al centro degli obiettivi, allora la risposta potrebbe essere di tipo diversa. Il problema semmai può consistere nel fatto che in molti luoghi del mondo le popolazioni potrebbero non voler incontrare turisti, fare esperienze di incontro, il che significa lasciare davvero libere le popolazioni locali di decidere del loro destino.

E al contempo aprirebbe le porte a una concezione del turismo responsabile più spostato su accenti non di tipo economico, quale quello degli scambi di casa, le ospitalità gratuite, il condividere le spese di un'auto per un viaggio; cioè l'applicazione di quella idea che viaggiare responsabile sia un modo per incontrare gente che ha voglia di essere incontrata. Il che nel Nord del mondo è una realtà già esistente, bisognerebbe solo che le realtà di turismo responsabile si saldino con queste realtà non economiciste, invece di rincorrere modelli di stampo prettamente neoliberisti.

Il punto dunque è che se le comunità locali aderiscono a un progetto solo perché è

stato finanziato, e dopo lo abbandonano, bisognerebbe porsi il problema sul fatto che forse non gli serviva. Certo, se una comunità locale si prepara per accogliere dei turisti, l'assenza di clientela pregiudica il progetto, ma come ricorda Perna (1998), è proprio qui che bisogna capire che bisogna andare verso altre strade che tendano a riaffermare quei valori che le ONG hanno portato in giro per il mondo, e che esulano solo da parametri di tipo economico.

Un altro assunto da cui si può partire per distaccarsi dal paradigma neoliberista nasce dal presupposto che al di là degli interessi privati di ciascun attore ci sono possibilità di cooperare e di superare la dicotomia individuale-collettivo (Vigliarolo, 2011) in un quadro in cui l'economia viene concepita come prodotto di relazioni sociali (Polany, 1974).

Con questo approccio le risorse ambientali, quelle culturali e gli esseri umani che vivono in una destinazione non sarebbero utilizzate come mezzi per giungere a un fine prettamente commerciale ma potrebbero essere considerate in modo diverso (Jamal e Stronza, 2008); idee che ricordano da vicino le tematiche del turismo responsabile che parlano di rispetto di natura, ambiente e patrimonio culturale, oltre che l'importanza dell'incontro.

Senza paradigmi alternativi a quelli che portano alla mercificazione di tutto ciò che serve al turismo per fare business, identità culturali comprese, non si potrà seriamente pensare a esperienze o a modi di intendere il turismo diverso da come è oggi (Wearing *et al.*, 2005).

Ma per provare a ipotizzare un allontanamento teorico dall'approccio sviluppatista e neoliberista occorre utilizzare una cornice teorica in grado di segnare una strada alternativa che possa poi essere seguita dalle realtà europee di turismo responsabile.

Negli ultimi decenni molteplici sono le teorie che, partendo da concetti diversi, hanno cercato di apportare una critica radicale al paradigma della crescita e alle teorie neoliberiste, che possono essere applicate anche al turismo responsabile.

Teorie quali quelle femministe, eco-centriche, comunitarie, post-strutturaliste (Wearing *et al.* 2005), della dipendenza, del sistema mondo, dello sviluppo alternativo e del post-sviluppo (Rousset, 2009) sono tutti esempi di come si possa immaginare una società non mercificata e di conseguenza anche un turismo non mercificato.

L'approccio olistico ha il pregio di indicare un approccio globale che permette al tema della responsabilità nel turismo di integrare temi come il commercio equo, la lotta

contro lo sfruttamento sessuale di minori, il tema della dignità nel lavoro e dei salari, il rispetto delle comunità indigene, i temi di genere, la lotta contro il cambiamento climatico, il benessere degli animali. Tutti temi che vanno tenuti in considerazione per evitare di parlare a vanvera di responsabilità nel turismo (De Juan, 2011).

Un altro tentativo di applicazione è giunto da chi, rifacendosi alle teorie altermondialiste, ritiene che ci possa essere un collegamento fra il paradigma della sovranità alimentare e il turismo responsabile (Gascón, 2009). La sovranità alimentare è un concetto che parte dal presupposto che i popoli, le comunità e i paesi hanno il diritto a definire le proprie politiche agricole, al fine di provvedere a una distribuzione equa delle risorse, contrariamente a quanto avviene nelle teorie liberiste, dove al di là di propugnare il metodo *win-win* in cui tutti ci guadagnano dallo svilupparsi di un'attività economica, si ritiene che ci sarà sempre qualcun che verrà marginalizzato.

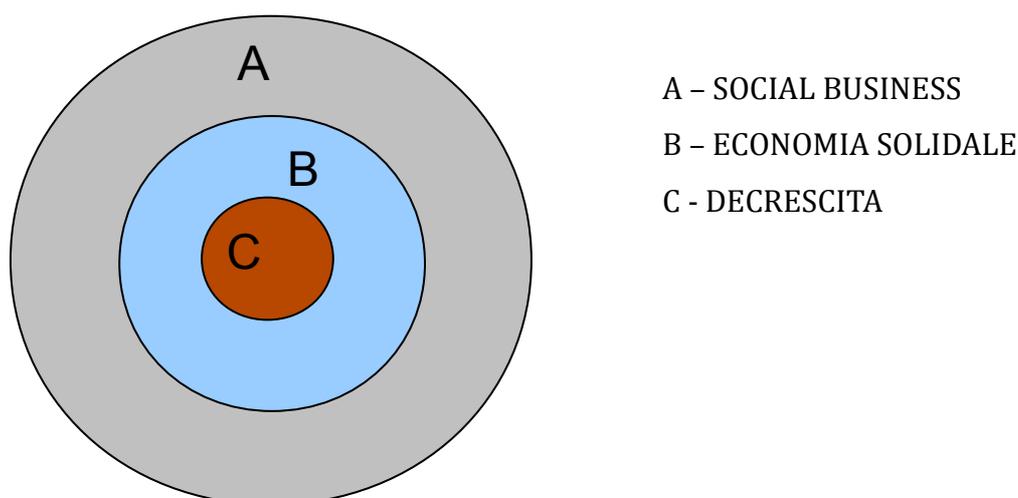
L'ipotesi di questa ricerca è che le teorie inerenti l'economia solidale possano fornire il contesto giusto per rafforzare il turismo responsabile, fornendo una cornice teorica che sia sì inclusiva, ma non permettendo a chiunque di ammantarsi di questo termine bensì facendo i giusti distinguì prendendo al contempo quanto di buono le analisi critiche al turismo responsabile hanno prodotto.

L'economia solidale ha il vantaggio, rispetto al concetto di sovranità alimentare, di non limitarsi a considerare solo i villaggi contadini e in ciò è una teoria più completa, utile a tutte le possibili forme di turismo responsabile.

Al contrario la via della decrescita, preconizzata da Latouche rifacendosi ai teorici del post-sviluppo francesi ha difficoltà ad essere attuata al settore commerciale, per cui resta un orizzonte cui tendere appoggiando nel frattempo le proposte concrete contenute nell'economia solidale (Latouche, 2011).

Sia il paradigma dell'economia solidale che quello della decrescita possono essere comunque considerati non in un'ottica dicotomica rispetto a idee differenti ma pur sempre interessanti, come quella di potenziare il *social business*, bensì con un approccio che li vede come diverse gradazioni verso la risoluzione dei problemi fin qui esposti.

Grafico 4 – Le possibili strade alternative all'ottica neoliberista



Fonte : elaborazione dell'autore

Ciò permette di guardare (vedi graf. n.4) ai vari approcci secondo un modello di cerchi concentrici, al cui cuore ci sarebbe un approccio al turismo totalmente slegato dal paradigma dello sviluppo grazie alle teorie della decrescita; uno snodo centrale che tende a porsi fuori dall'ottica neoliberista ma all'interno del mercato grazie alle teorie dell'economia solidale; e un fattore meno incisivo, interno al paradigma neoliberista ma sicuramente interessante per le prospettive pratiche e per le interconnessioni possibili con il precedente cerchio, rappresentato dall'approccio al *social business*.

4.c.2- Turismo come attività complementare

Uno dei principali concetti che permeano le proposte di turismo responsabile nelle zone rurali o svantaggiate è l'importanza di fortificare le economie locali in modo diversificato e complementare (Rivera-Mateos, 2012).

Si organizzano viaggi in partenariato con realtà locali che offrono servizi turistici in loco, con "l'obiettivo è appoggiare queste forme di turismo non per sostituire le entrate economiche tradizionali ma in modo complementare".⁴³

⁴³ Intervista a un esponente del FTR, 13 febbraio 2012

Il monito è chiaro, bisogna che non ci sia uno sviluppo di una società basata su un unico prodotto, ieri le piantagioni di stampo colonialista, oggi le attività turistiche.

Tale attenzione prende le distanze da una delle caratteristiche dell'industria turistica convenzionale, che è il rendere maggiormente vulnerabile e dipendenti le popolazioni locali dalle attività turistiche a causa della specializzazione (Rivera-Mateos, 2012).

Serve una complementarità e una diversificazione, utile al rafforzamento del capitale sociale, e il turismo dunque non visto all'interno di politiche di sviluppo più ampie, con un'inversione anche rispetto ai benefici sulle comunità locali e su temi come il mantenimento delle proprietà private da parte delle popolazioni locali. Tale approccio lo si trova già particolarmente operativo all'interno per esempio di un'ampia rete come quella di *Turismo Rural en Agricultura Familiar* (TRAF), attiva in Brasile.

Il tema della complementarità e dunque dell'integrazione a reddito, esiste anche nei paesi industrializzati, basti pensare a esperienze e normative inerenti le strutture ricettive come i *bed and breakfast* o gli agriturismi.

L'idea del turismo come integrazione a reddito è senza dubbio un'idea dirompente nelle sue prospettive alternative all'idea tipica del settore *profit*. Ragionare con questo approccio permette di evitare che un territorio nel turismo abbia una sorta di monocultura, con tutte le problematiche che ne deriverebbero, ben note nel settore agricolo. Da' alle comunità locali la possibilità di esprimere liberamente il proprio parere, compresi gli operatori turistici locali, si potrà cioè avere maggiore equilibrio nel proporre servizi o modalità che avranno realmente un basso impatto sul territorio. E soprattutto aumenta la potenzialità di protagonismo da parte delle comunità locali, e il concetto di *empowerment* (Wearing *et al.*, 2005).

Un elemento che può essere citato a supporto di tale tesi è rappresentato dai *bed and breakfast*, generalmente aperti e gestiti da famiglie che vivono in loco, e che funziona come integrazione a reddito sia da un punto di vista fiscale che come tipo di attività, non essendo prevista una continuità lavorativa né una professionalizzazione, bensì solo la capacità di accogliere a casa propria dei turisti.

Ma anche le iniziative come in Italia gli agriturismi, che in teoria dovrebbero essere attività di supporto all'agricoltura sono un esempio sia di un modo diverso di poter intendere il turismo, sia dei limiti che tali prospettive prese presentano.

Oggi in Italia assistiamo alla trasformazione degli agriturismi, concepiti inizialmente per il rilancio dell'attività agricola, attraverso l'aiuto del turismo mentre oggi sono costruiti ex-novo e di agricolo conservano solo il nome e l'apparenza. Sono dunque diventati un'attività imprenditoriale senza alcun vero legame con l'ambiente e le tradizioni del luogo, ma riprendendone solo le tematiche di fondo (Bordini, 2012), in cui la parola integrazione a reddito è rimasta spesso solo sulla carta.

Motivo di tale involuzione è stata la domanda turistica, accresciutasi negli anni, che tende a idealizzare qualsiasi esperienza e in questo caso ha trovato interessante la gita fuori porta con tanto di mangiata in luoghi tranquilli, disinteressata a "*fare un'esperienza di un rapporto vivo con le persone e con le cose*" (Fadda, 2008: p.56); ciò ha spinto molti esercenti a trasformarsi di fatto in trattorie di campagna, andando a comprare il necessario al supermercato, pur di non perdere clientela.

Lo stesso accade in Spagna, con il turismo rurale, lanciato per far rivivere le campagne e basato sull'incontro fra contadini e cittadini, che oggi è diventato un modo per trascorrere un po' di tempo libero lontani dallo stress cittadino, senza più interessarsi dei contadini (Jiménez, 2012).

Anche queste esperienze scontano il problema che quando si punta solo su un singolo elemento, e non all'interno di teorie più articolate, è facile che sia *bypassato* dalla legge di mercato della domanda e dell'offerta, che tenderà sempre a cambiare queste esperienze e a stravolgere il loro funzionamento.

Nonostante problematiche del tipo appena ricordate, l'integrazione a reddito può essere un tema importante perché apre la via a un approccio al turismo in cui gli operatori riescono a sfuggire alla tendenza ad essere sempre favorevoli al turismo indipendentemente dalle problematiche da esso apportate, contrapponendosi al resto dei residenti di un luogo che nel turismo non operano (Taylor, 1995); apre insomma spazi di libertà di pensiero che vanno nella direzione di un modo di intendere il turismo più attento, in linea con le teorie dell'economia solidale.

4.d- Economia solidale e sociale

Il movimento dell'economia solidale in varie parti del mondo sta tentando di cambiare i paradigmi economici (Monticelli, 2013); un'economia intesa non a partire dal denaro ma da elementi quali condivisione, fiducia, trasparenza, relazioni; e sapendo fare rete (Tavolo RES, 2013).

4.d.1 – Principi teorici di economia solidale

L'economia solidale si sviluppa prevalentemente in America Latina negli anni Settanta del secolo scorso e affonda le sue radici nel pensiero di Freire (Perna, 1998), antesignano della teologia della liberazione che fu molto vicina alle lotte dei popoli latinoamericani contro dittature e regimi repressivi ma che giocò un ruolo chiave per rafforzare il concetto di comunità.

Il concetto si è diffuso anche in Europa, dove ha assunto forme diverse, adattandosi al contesto sociale presente nel vecchio continente, che presenta delle differenze rispetto alla società latino americana. In realtà forme di economie solidali esistevano già in Europa fin dagli anni trenta del secolo scorso, tramite attività produttive basate sui principi solidaristici (Laville, 1998).

All'interno dell'economia solidale trovano posto realtà che si occupano di consumo critico, di bilanci di giustizia, i gruppi di acquisto solidali, le botteghe del commercio equo e solidale, finanza etica, turismo responsabile agricoltura biologica, cooperative sociali, cooperative di produzione (Rago e Villani, n.s.).

Può capitare che tale termine venga associato al settore del non profit o del terzo settore, cioè a quel variegato arcipelago di organizzazioni caratterizzate dal non distribuire utili (Tubaro, 1999); ma anche all'economia sociale o civile

La dizione “economia sociale”, usata sempre più spesso affianco di solidale, se non come sinonimo, ha diverse accezioni. Sostanzialmente identifica un gruppo di soggetti socio-economici che operano perseguendo un obiettivo differente dal mero profitto; sono dunque senza scopo di lucro e nel loro agire sono mossi da principi quali la reciprocità e la democrazia (Rago e Villani, n.s.). Le realtà dell'economia sociale

stimolano la partecipazione, sono costituzionalmente democratiche e oltre a non aver finalità di lucro favoriscono una maggiore coesione sociale del territorio; facilitano inoltre la condizione di sussidiarietà fra pubblico e privato (Loppi, 2010).

Con economia civile si intende invece il tentativo di tenere unite, oltre allo scambio di equivalenti e al principio di redistribuzione, che formano la base dell'economia politica, anche il principio della reciprocità (Zamagni, 2011).

All'interno degli studi sull'economia solidale convivono e dibattono due scuole di pensiero; da un lato le idee di chi propone un paradigma dell'economia solidale alternativo all'economia di mercato capitalista (Mance, 2006); dall'altro chi vede l'economia solidale come un correttivo dell'economia di mercato (Laville, 1999).

Il primo approccio, nella sua accezione più radicale, intende l'economia solidale come un modo di concepire l'economia differente dal capitalismo e dal liberismo, perché è pensata in modo tale da non favorire l'accumulo individuale delle realtà, ma il reinvestimento del guadagno eccedente in progetti comuni e partecipati scelti dalle singole unità produttive (Mance, 2009).

Il secondo punta a focalizzare l'attenzione su alcune buone prassi che si possono adottare, un ragionamento più economicista che filosofico che ha per scopo *“riscrivere la solidarietà nel cuore dell'economia invece di correggerne gli effetti”* (Laville, 1999: pag.140).

Volendo fornire una definizione che tenga conto di tali differenziazioni, risulta esaustiva quella fornita da Rago e Villani: *“un modello economico che mette al centro del proprio operare le persone, la qualità della vita, le relazioni e l'ambiente. Il sistema su cui si basano queste realtà è quello formato da soggetti che agiscono all'interno di una rete di relazioni sociali per favorire lo sviluppo sociale attraverso la diffusione di legami basati sulla solidarietà. L'economia solidale assume forme e connotazioni differenti a seconda della latitudine e della cultura. Nel Sud del mondo l'economia solidale riguarda iniziative spesso legate all'auto-sostentamento, a posti di lavoro creati nel settore informale del commercio o dell'auto-produzione, al mutuo appoggio in ambito comunitario. Nel Nord del mondo è meno legata al sostentamento e comprende iniziative maggiormente rivolte alla solidarietà e alla sostenibilità ambientale, al recupero del legame sociale e*

all'innalzamento della qualità della vita." (Rago e Villani, n.s.: p.21).

Alla base di entrambi i ragionamenti c'è Polanyi (1974) e la sua analisi di come l'economia non sia staccabile dalla sfera sociale e di come l'economia di mercato abbia egemonizzato le altre sfere che regolano gli scambi. Tali sfere sono:

- l'economia di mercato, in cui domina il libero scambio;
- l'economia non di mercato, in cui domina la distribuzione ed è il mondo del settore pubblico;
- la sfera sociale, in cui prevalgono scambi diversi, basati principalmente sulla reciprocità.

Ma se in passato vi era interazione fra le 3 sfere, cui la società dava maggiore o minore importanza a seconda del periodo storico, oggi l'economia di mercato, e in maniera minore quella non di mercato, hanno schiacciato la sfera sociale, contribuendo a disgregare i legami sociali che erano alla base delle società arcaiche o tradizionali (Mance, 2006). In particolar modo oggi il mercato capitalistico non risparmia più nessuna forma precedente di economia di sussistenza (Perna, 1998).

Capire che c'è stata prevalenza da parte di una sfera piuttosto che di un'altra è possibile perché si può distinguere e quantificare le attività, i flussi e i rapporti che ciascun soggetto mette in atto in uno di questi settori (Razeto, 2004).

Tale riduzione ai minimi termini della sfera sociale è alle base di molte storture cui assistiamo tutti i giorni e a cui l'economia solidale intende porre rimedio, a iniziare appunto dal rimettere al centro dei ragionamenti la relazione fra le persone. Un capitale fatto di conoscenza, fiducia reciproca, condivisione di tempo, in cui le relazioni acquistano tanta più importanza in quanto non sono monetizzate anche se si sa che hanno un valore enorme (Carlini, 2011).

Significa reagire alla mercificazione di tutti gli aspetti della vita (Perna, 1998), sebbene i rischi siano che tali attività invece di rendere più buona l'economia, creino le premesse affinché sia la bontà a essere contabilizzata (Tubaro, 1999).

Che l'economia solidale possa essere fagocitata da logiche economiciste o che si istituzionalizzi è un pericolo ben presente agli studiosi, tanto che anche i fautori del secondo approccio ritengono che le realtà di economia solidale debbano posizionarsi in

uno stato intermedio fra lo Stato e la società civile, tra l'economico e il sociale (Laville, 1998), evitando un'eccessiva vicinanza.

L'approccio più radicale all'economia solidale ha fra le sue basi l'idea che bisogna rifuggire l'unilinearità e la semplificazione dei paradigmi che cercano un principio che funga da regolatore e che metta ordine nell'universo, in favore del paradigma della complessità che, al contrario, fonde le varie scienze sociali; per questo motivo l'economia non può essere distaccata da altre scienze sociali, poiché tutto è in relazione (Morin, 1993).

Il pensiero complesso si basa su 3 principi: la dialogica, il ricorso organizzativo e l'ologrammaticità (Mance, 2006).

La dialogica è un principio che unisce due principi o nozioni che dovrebbero escludersi a vicenda ma che sono indissociabili in una stessa realtà; assumendo l'inseparabilità di nozioni contraddittorie è possibile concepire un fenomeno complesso (Morin, 2001).

Per ricorso organizzativo si intende un *“processo in cui i prodotti e gli effetti sono contemporaneamente cause e produttori di ciò che li produce”* (Morin, 1993: p.74).

L'ologrammaticità è un principio secondo cui non solo la parte è nel tutto, ma il tutto è nella parte, mutuato dalla biologia. Nel contesto societario indica che la società è presente in ogni individuo (Morin, 2001).

Scopo dell'economia solidale è rafforzare il *ben vivir* delle popolazioni e sostenerle nella difesa dei beni comuni, un tema che va di pari passo con il vivere meglio; l'azione collettiva mira a far stare assieme fin dall'inizio, e a rispondere agli stessi processi socio-economici, la ricerca del miglioramento personale, delle relazioni, del guadagno e delle forme espressive (Bellanca, 2007). Beni comuni intesi come risorse collettive condivise, amministrare e autogestite dalle comunità locali con sistemi di relazioni sociali fondati sulla cooperazione e sulla reciprocità, che forniscono sussistenza, sicurezza ed indipendenza, senza essere merci (Mattei, 2011).

Attivando meccanismi di economia solidale cambia il senso del fare società, poiché si mette al primo posto lo sviluppo sociale e culturale e si considera la crescita economica solo come uno strumento. Ciò significa valorizzare le reti di solidarietà e di economia

solidale (Perna, 2002).

Per raggiungere i propri scopi è necessario che le diverse realtà che operano nel solco dell'economia solidale cooperino tra loro, al fine di migliorare le condizioni di vita dei propri lavoratori e ottenere anche un effetto positivo all'interno della propria comunità (Razeto, 2004). Il mondo è pieno di reti sociali e forme di produzione che non rientrano nella categoria del mercato, ma neanche in quella dello Stato (Perna, 1998).

L'economia solidale favorisce la partecipazione attiva di tutti nei processi decisionali, il che comporta che vi sia una maggiore spinta collettiva a che gli obiettivi siano raggiunti. E una più equa distribuzione dei profitti (Razeto, 2004).

Chi si occupa di tali economie sottolinea che imprese e cooperative sociali svolgono tre ruoli fondamentali:

1. Diventano quel sottoinsieme dell'economia in grado di generare la fiducia (per es. disponibilità a pagare per i beni pubblici) di cui il mercato ha bisogno per sopravvivere.
2. Rinforzano la capacità del mercato di produrre non solo guadagni di efficienza ma anche, attraverso gli scambi solidali che promuovono l'autosviluppo dei produttori marginalizzati, riduzioni della disuguaglianza.
3. La loro struttura interna meno gerarchica supera la contraddizione tra organizzazione esterna della società (ispirata ai principi di democrazia) ed organizzazione interna dell'attività produttiva alimentando la cultura della partecipazione e della libertà (Becchetti, 2010).

4.d.2 – Principi di funzionamento di una rete di economia solidale

Per favorire processi di economia solidale, è necessario mantenere l'equilibrio fra i 3 principi dello scambio sociale: reciprocità, scambio e distribuzione, cioè la sfera sociale, l'economia di mercato e l'economia non di mercato. Tale equilibrio serve per evitare di cadere in alcuni evidenti errori che si possono palesare quotidianamente, quali:

- nostalgico ritorno al passato, alle società tradizionali;
- svilimento e mercificazione del mercato;

- dipendenza economica e politica dal settore pubblico (Bonaiuti, 2008).

E per evitare il rischio di fagocitamento da parte delle politiche neoliberali, c'è anche bisogno di una continua circolarità dei flussi che, se presenti contemporaneamente, integrano gli elementi di un sistema in azioni di interferenze reciproche, rompendo con la casualità lineare e introducendo l'idea di circolarità: la causa agisce sull'effetto e l'effetto agisce sulla causa (Mance, 2006). Questo concetto, da Mance definito di rialimentazione, è espressamente mutuato dal concetto di retroazione di Morin (1993), il cui paradigma della complessità influisce molto sulle teorie legate all'economia solidale.

Quanto maggiore sarà il numero delle connessioni attive che integrano i differenti elementi di una rete, tanto più forte sarà la rete stessa, stando però attenti a non sovraccaricare qualche elemento in particolare con un volume di flusso eccessivo. Le connessioni attraverso le quali non scorre flusso sono destinate ad atrofizzarsi e a sparire. Le connessioni sovraccaricate perdono efficienza e si rende necessario moltiplicarle in modo coordinato, per facilitare l'articolazione delle iniziative e mantenere il rispetto dei differenti interessi (Mance, 2002).

I vari attori dell'economia solidale devono agire in rete, definita come *“un'articolazione fra diverse unità che, attraverso alcuni contatti, scambiano elementi fra di loro, rafforzandosi reciprocamente, e che si possono moltiplicare in nuove unità le quali, a loro volta, rafforzano tutto l'insieme nella misura in cui sono rafforzate da esso, permettendogli di espandersi in nuove unità o di mantenersi in un equilibrio sostenibile. Ciascun nodo della rete rappresenta un'unità e ciascun filo un canale, per cui queste unità si articolano attraverso i diversi flussi. Un principio base di questa nozione di rete è che essa funziona come un sistema aperto che si auto-riproduce”* (Mance, 2003: p. 24).

I 3 flussi cardine che devono essere contemporaneamente attivi sono: flussi di materia, flussi di valore e flussi d'informazione.

Per flussi di materia si intende tutto ciò che viene prodotto e può essere consumato dagli attori delle reti di economia solidale.

Per flussi di valore si intende il valore economico prodotto in ogni trappa della catena produttiva ma anche, sotto il profilo etico, come la condivisione di valori *“costantemente e dialogicamente rielaborati, proprio attraverso le diverse relazioni con cui la rete si va*

costruendo" (Mance, 2002: p.7).

Per flussi di informazioni ci si riferisce a tutta la conoscenza a disposizione di chiunque faccia parte della rete.

Per ottenere la circolarità dei primi due all'interno dell'economia solidale, è necessaria l'esistenza di organizzazioni sociali complesse in cui la domanda per il consumo alimenta i processi produttivi della rete. Dalla remunerazione del lavoro umano nasce infatti la possibilità di rialimentare il sistema tramite la domanda per il consumo che dà avvio a una crescita e al proliferare di organizzazioni e sistemi sociali (Mance, 2006).

Qualsiasi flusso economico materiale produce un flusso di valore, e ciò rende possibile *"non soltanto le transazioni materiali tra gli appartenenti alla rete, ma anche il reinvestimento collettivo delle eccedenze nella realizzazione di nuove iniziative, nello sviluppo tecnologico, nella concessione di crediti, etc."* (Mance, 2002: p.7).

Il tutto deve essere collegato con l'elemento della sostenibilità ambientale, utile a mettere in relazione il massimo della realizzazione del buon vivere, pubblico e privato, con la necessità di non alterare l'equilibrio dell'ecosistema.

Per un corretto funzionamento dell'intero processo, la connessione fra i legami di materia e quelli di valore deve essere inoltre veicolata dai flussi dell'informazione, un continuo passaggio gratuito di nozioni, al fine di migliorare velocemente e permettere l'allargamento della rete. (Mance, 2006). L'uso condiviso di conoscenze e informazioni, tecniche come gestionali, permette un abbattimento dei costi, poiché nelle logiche del libero mercato tali saperi sono invece costosi (Razeto, 2004).

In caso contrario non ci sarebbe rete. *"La circolazione di informazioni produce sinergie costruttive, dal momento che permette ai partecipanti di coordinare le proprie azioni"*(Mance, 2002: p.6); grazie agli strumenti comunicativi è realmente possibile rialimentare l'integrazione tra i partecipanti oltre al fatto che svolge un'azione educativa, poiché favorisce *"la compartecipazione di percezioni, sensibilità e convinzioni differenti, relativamente a ciò che è oggetto dinamico della comunicazione"*(Mance, 2002: p.7).

Al contempo non bisogna pensare che basta creare un enorme flusso di comunicazioni, poiché l'eccesso di comunicazioni crea le basi per un distacco più che l'aggregazione dei partecipanti.

In particolar modo bisogna assicurarsi che l'informazione permetta un buono scambio di prodotti e servizi, oltre a offrire spunti come analisi della domanda e innescare processi produttivi per soddisfare la domanda stessa (Mance, 2002).

Nella prassi, una rete di economia solidale può funzionare se ci si impegna dunque a soddisfare alcuni requisiti essenziali, quali:

- tutti gli attori che la compongono si impegnano a fornirsi prioritariamente dei prodotti e dei servizi offerti dalla rete;
- si mantenga sempre aperto il canale informativo per permettere un continuo trapasso di nozioni;
- si dia sempre importanza alla diversità, intesa anche a livello organizzativo, non cercare cioè un unico modello organizzativo perché ogni cultura avrà le sue modalità;
- si reinvestano gli utili all'interno della rete; ci sia fissione di una realtà quando i guadagni diventano rilevanti, per evitare la nascita di realtà troppo forti;
- i prezzi siano fissati non secondo la legge della domanda e dell'offerta ma decidendo un prezzo equo che tenga conto anche di elementi non presi in considerazione dall'economia capitalista.

Ogni rete, in linea di principio, ha tre caratteristiche fondamentali:

a) gli elementi di cui è costituita,

b) le connessioni tra questi elementi,

c) i flussi che raggiungono i vari elementi attraverso le connessioni, con la possibilità che tali flussi siano sbloccati, rialimentati, trasformati o interrotti dagli stessi elementi che costituiscono la rete.

Di conseguenza, per valutare lo sviluppo concreto di una rete occorre:

- effettuare la mappatura delle organizzazioni e delle persone interessate a partecipare alla rete;
- stabilire collegamenti permanenti tra queste organizzazioni e persone;
- attivare flussi e scambi reciproci (comunicazione, compra vendita, finanziamento ecc.) in modo da sviluppare sinergie costruttive (Mance, 2002).

Quanto maggiore sarà il numero di persone, organizzazioni, imprese, cooperative, etc, che partecipano alla rete e che sono disposte a tenere un comportamento collaborativo con conseguente vantaggio di tutti (di se stessi e degli altri), tanto maggiore sarà la possibilità di sviluppo della rete. La rete, poi, sarà tanto più solida quanto più sarà in grado di integrare le differenze, pur preoccupandosi di salvaguardare i principi etici ed ecologici che la caratterizzano (Mance, 2002).

Capitolo 5 – I casi studio: Italia e Spagna

5.a – Introduzione alla ricerca sul campo

5.a.1 – Metodologia

La ricerca si inserisce nel solco degli studi delle scienze sociali dedicate al turismo, che negli ultimi venti anni si sono posti il problema di come proseguire l'analisi di questo insieme di attività legate concettualmente al tempo libero, alla luce dei cambiamenti politici e sociali avvenuti nelle società industrializzate.

Un tempo c'erano due schieramenti teorici; i fautori del turismo, legati alle teorie modernizzatrici e neoliberiste, secondo i quali il turismo era da considerare come una panacea in grado di apportare benefici diffusi, secondo l'ipotesi dell'effetto *trickle down*, per cui dall'azione dell'industria turistica ne sarebbero conseguiti ricavi per tutti gli attori coinvolti nelle attività turistiche; cui si contrapponevano coloro che analizzavano forme e approcci turistici alternativi al modo di agire dell'industria turistica convenzionale, rea di aver provocato danni socio-economici e socio-culturali, oltre che ambientali, nelle destinazioni dove si insediava (Apostolopoulos, *et al.*, 1996).

Oggi c'è una prevalenza di analisi basate sul paradigma neoliberista (Wearing *et al.*, 2005; Hall, 2011) ed anche nel turismo responsabile si assiste a prese di posizione che sono spesso collimanti con gli approcci sviluppisti.

La ricerca si pone all'interno di quegli studi sul turismo che lo ritengono un'attività di consumo, da comprendere all'interno del contesto del capitalismo contemporaneo (Hall, 2011) e che inquadrano le alternative al turismo convenzionale al di fuori del paradigma neoliberista, che non è l'unico considerabile ma al più rappresenta al momento la narrativa dominante.

L'approccio teorico da cui si è partiti è il non guardare solo ai fattori economici ma anche ai fattori sociali, spostando l'accento dall'industria turistica convenzionale, come avviene nell'approccio sviluppista, verso le popolazioni locali (Higgins-Desbiolles, 2005), allineandoci in tal modo agli studiosi post-modernisti che hanno inteso dare maggiore risalto ad alcuni fenomeni inerenti gli impatti del turismo sulle popolazioni locali e sui

territori, rigettando i dualismi del passato e sottolineando l'importanza di un approccio dialogico.

La prospettiva dialogica è stato il principio basilare che ha orientato la ricerca, utile a capire sia le relazioni che nel turismo responsabile intercorrono fra turisti e popolazioni locali (Nogues-Pédregal, 2009c) e più in generale fra i vari attori, già analizzate nel terzo capitolo, sia le potenzialità o meno di evoluzione del turismo responsabile, da approccio solidaristico verso un approccio in linea con l'idea che i vari attori sono potenzialmente abili ad agire o a reagire.

La prospettiva dialogica è uno dei pilastri della teoria del pensiero complesso di Morin che ha orientato la ricerca e che è stata utilizzata anche da Mance per i suoi studi sull'economia solidale.

Un altro dei suoi principi basilari è il principio ologrammatico, per cui *“non solo la parte è nel tutto, ma il tutto è nella parte”* (Morin, 1993: p.74); un principio fondamentale vista la situazione che è ancora disgregata fra gli operatori europei e la tendenza a sottolineare singoli elementi caratterizzanti, riscontrata durante gli studi dei documenti nonché durante alcune interviste; una tematica che è stata affrontata nel quarto capitolo e ripresa nelle interviste circa la volontà o meno di distinguersi, o la consapevolezza delle differenze fra turismo convenzionale e responsabile.

Partendo dai concetti del pensiero complesso, che ritiene fondamentale non settorializzare il sapere (Morin, 1993), il metodo di analisi utilizzato per la ricerca è stato multidimensionale e si è rifatto a quel filone di studi che rifiuta la dicotomia qualità-quantità, ritenendola una scorciatoia di comodo che rischia di fare più danni che apportare benefici (Trobia, 2005). Quantitativo e qualitativo sono qui considerati non in senso oppositivo, ma come due estremi di un continuum multidimensionale (Mazzarra, cit. in Trobia, 2005), poiché nella pratica le differenze fra i due metodi non è così netta (Agodi, 1996) e esistono molti punti di convergenza e integrazione (Gobo, 2006).

Tale scelta è stata indotta principalmente da alcune considerazioni inerenti l'oggetto di questo studio. Da un lato la realtà studiata sfugge ad alcuni dei capisaldi tipici dei metodi quantitativi; era ad esempio impossibile determinare a priori il campione N, non esistendo un elenco ufficiale delle realtà di turismo responsabile esistenti in Europa. Dall'altro però, l'oggetto della ricerca è ben connotato da documenti delle realtà analizzate, il che ha permesso di avere una mappa concettuale molto approfondita, su cui

basare la ricerca.

L'analisi che ne è seguita è dunque di tipo misto, quantitativo e qualitativo, supportato in special modo da interviste semi-strutturate che rappresentano “*un modo particolare di rilevazione nel quale i due approcci convivono*” (Corbetta, 1999: p.430).

Scelta avvalorata dalla constatazione che le realtà intervistate soddisfano alla condizione di “*esser in grado di interagire strettamente e stabilire dei criteri e classificazione e di giudizio comuni*” (Corbetta, 1999: p.432).

Dunque da un lato alcune risposte di tipo chiuso, tipico delle tecniche quantitative, sono state utilizzate per formulare una cornice di dati, su cui le risposte aperte e le interviste in profondità hanno permesso determinati approfondimenti.

5.a.2 – Scelta dei casi studio

La scelta dei casi da intervistare è stata compiuta tenendo conto innanzitutto del quadro generale europeo emerso durante la prima fase dello studio. Ci si è infatti concentrati sulle uniche Nazioni dove vi è una maggiore presenza di operatori oltre che di documenti da analizzare.

Tali paesi sono risultati la Francia, la Spagna, la Germania e l'Italia; in ciascuna delle prime due troviamo attive non più di quaranta realtà mentre nelle altre due gli operatori di turismo responsabile sono all'incirca 150, sia in Italia che in Germania.

Nei paesi del Nord Europa chi si occupa di turismo responsabile è più interessato a modificare gli atteggiamenti dell'industria turistica che a creare organizzazioni alternative o che in modo esplicito dichiarano di occuparsi di turismo responsabile, per cui i numeri sono esigui. In altre nazioni il turismo responsabile non è un settore ben sviluppato, fatta eccezione per singoli casi e per qualche dibattito a livello universitario.

Dei 4 Paesi selezionati, in Spagna e Italia si è osservata la presenza di maggiori posizioni variegate, un parametro ritenuto importante per raccogliere maggiori punti di vista.

Dallo studio della letteratura e dall'analisi documentaria è infatti emerso come in Germania i quasi 150 operatori del *Forum Ander Reisen* danno prevalenza al tema

ambientale e meno agli altri.

La situazione francese vede una presenza numerica di operatori simile alla Spagna, riuniti in due realtà di II livello che presentano una minore varietà di situazioni interne poiché particolarmente ben connotate. Una sposa appieno i legami con l'economia solidale, essendo concettualmente collegata con il commercio equo solidale. L'altra si occupa di trekking.

In Spagna invece l'eterogeneità è assicurata dal fatto che vi è solo una realtà di II livello significativa che raccoglie le realtà no profit, ma vi è un dibattito vivace da parte anche di operatori profit. C'è inoltre una concezione del turismo responsabile che si sta interrogando sul come applicare il turismo responsabile anche nei viaggi del Nord del mondo, che rappresenta una delle posizioni più significative per lo studio qui condotto. Per questo motivo è stata preferita alle altre due precedenti Nazioni.

L'altro caso studio prescelto è stato l'Italia, dove il turismo responsabile ha una storia fra le più antiche d'Europa, sebbene ancora poco analizzato dagli studiosi; vi è una presenza significativa e variegata di organizzazioni che si rifanno al turismo responsabile e in particolar modo c'è una realtà di II livello che ha redatto i documenti più articolati e partecipati che si ritrovano oggi in Europa alla base del pensiero degli operatori di turismo responsabile. Inoltre è la nazione che da oltre dieci anni sperimenta viaggi di turismo responsabile nei paesi industrializzati.

Per l'Italia le realtà intervistate sono state scelte all'interno degli aderenti all'Associazione Italiana Turismo Responsabile (AITR) mentre per la Spagna, in mancanza di realtà di II livello ben sviluppate, si è scelto all'interno di una mappatura elaborata appositamente per la ricerca, fra le realtà aderenti al *Foro de Turismo Responsable* (FTR) e altre che invece lavorano in modo isolato.

5.a.3 - La strutturazione dell'intervista

La ricerca empirica è stata portata avanti dopo che lo studio della letteratura e la partecipazione a numerosi incontri sul turismo responsabile nei due paesi prescelti aveva permesso di evidenziare alcune problematiche ritenute significative; al fine di chiarire le diverse questioni emerse si è ritenuto opportuno approfondire, oltre all'ipotesi di ricerca principale inerente ai possibili rapporti fra turismo responsabile e

economia solidale, anche i temi che sono risultati significativi in quanto collegati al filone di indagine principale.

Mi riferisco al significato del concetto di turismo responsabile dato dato ciascun operatore, rispetto a forme e concetti considerati similari; al tema delle comunità locali, che come si è visto in precedenza non è mai stato ben sviscerato dagli operatori di turismo responsabile e al loro ruolo, sebbene ci siano molti rimandi presenti rintracciati nei loro documenti; al come viene vissuta questa nuova fase in cui si è passati dall'organizzare solo viaggi nei paesi in via di sviluppo alle nuove mete, site nei paesi industrializzati.

La genesi delle interviste ha visto l'inizio di un lavoro di predisposizione di un'intervista strutturata, iniziato nella primavera del 2011, al termine della prima fase di studio relativo allo studio della letteratura e all'evidenziarsi di alcune questioni da dibattere.

Successivamente, quando si è iniziato a prendere i contatti per effettuare la ricerca sul campo, ci si è resi conto che soprattutto in Spagna la mancanza di realtà di II livello con numeri consistenti di realtà aderenti e la mancanza di una mappatura di tali operatori, rendeva difficile stabilire a priori un campione.

Il problema si è accentuato nello stesso periodo rispetto alle interviste del caso italiano, dove invece si era deciso di intervistare solo realtà afferenti all'AITR, che dunque dividevano dei documenti fondativi e che grazie al continuo scambio di flussi informativi avrebbe permesso una facilitazione nel linguaggio da usare, onde evitare incomprensioni.

In Italia poi si è appurato che i soci AITR sono refrattari alle interviste, e che su 90 iscritti vi rispondono in genere solo quelli che partecipano attivamente alla vita associativa, che sono una ventina⁴⁴; tant'è che l'unica eccezione si è avuta nel autunno 2011, quando il Gruppo Formazione dell'AITR ha sottoposto un questionario a tutti i soci sul tema dei bisogni formativi. In quell'occasione è stato registrato il maggior numero di risposte da quando AITR ha iniziato a effettuare una serie di monitoraggi all'interno dei propri aderenti sui svariati temi, 47 rispondenti in tutto⁴⁵.

A questo punto si è optato per un'analisi tramite intervista semi-strutturata, in cui la

44 Dati forniti dalla presidenza AITR, settembre 2011

45 Il questionario, curato da Sergio Fadini per conto del Gruppo Formazione AITR, è stato somministrato via mail nel mese di settembre e presentato all'assemblea dei soci AITR, Roma, 3 dicembre 2011

maggior parte delle domande fossero sia chiuse che aperte; le prime per avere un corpus di dati semplici da evidenziare, le seconde per permettere agli intervistati di specificare meglio il proprio pensiero. Ciò al fine di comprendere meglio le questioni poste dalle domande inserite nell'intervista.

A ciò si è deciso di aggiungere alcune interviste in profondità, in tutto 8, a testimoni privilegiati. Alcune sono state effettuate all'inizio della ricerca empirica, altre a corredo delle interviste semi-strutturate.

Le interviste semi-strutturate effettuate sono state 40, 20 in Italia e 20 in Spagna e hanno riguardato le questioni poste in essere nel corso della prima parte dello studio, oltre a cercare di fornire spunti rispetto all'ipotesi principale della ricerca.

Gli argomenti trattati sono stati:

- il concetto di turismo responsabile;
- le comunità locali nei viaggi di turismo responsabile;
- le relazioni fra turismo responsabile e economia solidale;
- i viaggi di turismo responsabile nei paesi industrializzati.

4 temi di cui il terzo rappresenta lo studio su cui si era focalizzata l'attenzione in un primo momento, e gli altri 3 che si sono palesati come necessari per fornire un quadro più chiaro di cosa fanno o pensano tali operatori.

5.a.4 - Identificazione dei casi da intervistare in Spagna e Italia

Se per le interviste in profondità sono stati selezionati dei testimoni privilegiati, ognuno dei quali si distingue per avere contatti con altre realtà sia della propria Nazione che di altri Stati europei, per le interviste semi-strutturate agli operatori di turismo responsabile italiani e spagnoli la selezione è stata più articolata.

Di base non esiste un albo o un modo per identificare tutti coloro che si definiscono operatori di turismo responsabile. Le realtà di II livello esistenti aggregano su base volontaria ma non si è nella stessa condizione che si può avere per esempio in campo agricolo con i prodotti certificati a marchio biologico, dove le ditte che certificano sono ufficiali e gli elenchi di chi si può fregiare di quella dicitura pure. Nel mondo del turismo responsabile chiunque potrebbe fregiarsi di tale titolo senza che nessuno possa obiettare nulla.

Al fine di selezionare gli operatori da intervistare si è proceduto nel seguente modo:

- In Italia l'intervista è stata proposta ad alcune organizzazioni che sono socie di AITR, che è una realtà di II livello che ha una codifica delle proprie attività che ne permette un buon raffronto rispetto alla messa in opera dei principi, oltre al fatto che prevede un accesso non libero all'associazione, pur accettando esperienze molto eterogenee e diverse fra loro. Prima di poter essere accettati in AITR, le organizzazioni interessate devono fare una richiesta cui accludere una serie di informazioni che riguardano le loro attività e i loro legami con le tematiche e i valori del turismo responsabile. Ciò assicura che almeno sulla carta ci sia una scelta consapevole da parte di chi chiede di entrare rispetto ai valori contenuti nei documenti di riferimento messi a punto da AITR. Questa caratteristica assicura un livello di conoscenza dell'argomento più consapevole rispetto ad altri attori che pure utilizzano il termine turismo responsabile senza una chiara cognizione di cosa possa significare. Lo testimonia un episodio accaduto nel febbraio 2011, con l'AITR che è stata costretta a fare un comunicato stampa per evidenziare come non avesse alcun legame con un operatore turistico che sul proprio sito fa espliciti riferimenti al turismo responsabile. Il comunicato stampa si è reso necessario a seguito di numerose lamentele giunte ad AITR da turisti delusi, tratti in inganno da un'omonimia esistente fra un socio AITR e l'operatore contestato. I turisti chiedevano conto di tali atteggiamenti incoerenti ad AITR, da qui la necessità di fare il distinguo⁴⁶.
- In Spagna invece, mancando una realtà nazionale consolidata e non esistendo alcun censimento delle realtà di turismo responsabile, si è provveduto a contattare tutti coloro che hanno partecipato a eventi culturali e di confronto sul turismo responsabile, cui sono stati aggiunti contatti personali. Si è formata una mappa di 30 operatori che sono stati tutti ricontattati per sapere se potevano essere interessati a farsi intervistare. In alcuni casi i responsabili ci hanno comunicato che non si occupano di turismo responsabile e che il motivo della loro presenza agli incontri spagnoli intendeva essere un primo approccio, per capire se e come attuarlo. In tutti gli altri casi è stato possibile effettuare l'intervista.

Le realtà intervistate formano un panorama eterogeneo per tipologia di attività. In Italia sono state intervistate 20 organizzazioni, di cui 10 organizzano viaggi e fra queste 5 si occupano di viaggi nel Sud del mondo, solo 2 avendo come unica meta tali

⁴⁶ Il comunicato stampa è del 13 febbraio 2012.

destinazioni. Tre sono associazioni che lavorano esclusivamente sull'*incoming* assumendo dunque il ruolo di “comunità locali” che si occupano di ricevere i turisti. Le altre 7 svolgono diverse attività, fra chi si occupa esclusivamente di sensibilizzazione; chi è un ente di rappresentanza, alias di II livello; chi si occupa di formazione; chi si occupa di far sviluppare le comunità, in Italia o nei paesi del sud del mondo. Fra i 10 organizzatori di viaggio, 3 si occupano anche di formazione.

In Spagna la composizione degli intervistati vede la presenza di 13 organizzatori di viaggio, di cui 12 hanno in catalogo viaggi nel Sud del mondo e fra questi ve ne sono 8 che si occupano esclusivamente di viaggi in tali destinazioni. A differenza del caso italiano, dove non ci sono intermediari di viaggi altrui, in Spagna 5 fra queste realtà rivendono anche viaggi organizzati da altri operatori di turismo responsabile. Delle altre 7 realtà, una si occupa di consulenze, una di informazione e consulenze, una agisce come comunità locale per accogliere turisti a Barcellona, 2 si occupano di cooperazione allo sviluppo, una è una ditta che gestisce strutture ricettive.

In Italia, 3 delle 10 realtà che si occupano di organizzare o di promuovere viaggi svolge anche attività formative, in Spagna 4 su 12.

In Spagna coloro che organizzano viaggi sono a loro volta divisibili fra 4 realtà che fanno dei viaggi occasionali, generalmente campi di volontariato, e 8 che agiscono come veri e propri operatori turistici. In Italia solo una ONG fra quelle rispondenti ha all'attivo anche campi di volontariato.

5.b - Analisi dei dati

I manuali di ricerca sociale dividono nettamente la ricerca quantitativa da quella qualitativa, o per meglio dire quella standard da quella non standard (Marradi, 2007).

Nell'approcciarsi alle tecniche da utilizzare, dopo aver stabilito l'obiettivo della ricerca, sono intervenute diverse osservazioni: lo studio preliminare aveva infatti permesso “*un'adeguata conoscenza preliminare dei fenomeni indagati*” (De Rose, 2003: p.67) premessa tipica delle indagini di tipo quantitativo. Ma gli esigui numeri degli

operatori europei noti, aggiunti al fatto che specie in Spagna non esiste un campione N predefinibile, non permettevano di usare metodi tipici di questo tipo di ricerca. Il problema dei numeri c'è ovviamente anche in Italia, non essendo il turismo responsabile un marchio come ad esempio si ha nel settore del biologico.

Al contempo lo scopo dell'analisi era da inserirsi chiaramente nei metodi qualitativi, poiché finalità ultima non era *“la spiegazione dei fenomeni, quanto la loro comprensione”* (De Rose, 2003: p.46).

Comprensione che è passata per un lungo studio dei documenti delle principali realtà europee impegnate in questo settore, partecipazione a incontri a tema, interviste in profondità e interviste semi-strutturate.

Avendo ottenuto tramite questi primi studi una mappatura della situazione ben circoscritta ma alcune questioni collegate che necessitavano di ulteriori chiarimenti, dopo aver scelto i due casi studio si è provveduto alle prime interviste in profondità e alla strutturazione di un'intervista semi-strutturata, che aveva lo scopo di raccogliere il parere degli operatori intervistati su determinate questioni relative in particolar modo a spunti e dubbi trovati nei documenti.

L'intervista semi-strutturata per come è stata concepita, con domande chiuse che raccolgono alcuni dati e domande aperte che permettono un approfondimento, è considerato *“un modo particolare di rilevazione nel quale i due approcci convivono”* (Corbetta, 1999: p.430).

Dunque, dando per appurato che la distinzione fra ricerca qualitativa e quantitativa viene sempre più messa in discussione (Trobia, 2005) si è ritenuto opportuno operare con questa tecnica mista, in cui si parte dal metodo quantitativo per avere una mappatura su ogni tematica e tramite le risposte aperte si approfondisce ogni singolo tema.

La narrazione emersa dagli approfondimenti e dalle interviste in profondità viene alternata con delle tabelle relative alle risposte chiuse delle interviste, che più facilmente rendono il dato complessivo del come gli intervistati si sono posti su alcune questioni sollevate all'interno delle interviste.

Avendo voluto approfondire diverse tematiche che erano emerse come nodi da affrontare nella prima fase dello studio, si complementari fra loro ma comunque diverse,

si è preferito presentare i dati suddivisi per tematiche, piuttosto che per singola Nazione; la differenza fra le risposte spagnole e quelle italiane è stata comunque mantenuta, all'interno di ciascuna tematica. Ciò al fine di far risaltare le tematiche affrontate e anche in considerazione del fatto che gli intervistati formano un universo eterogeneo, dove i confini nazionali sono poco significativi in fondo, e anche l'appartenenza a una realtà di II livello come AITR non comporta un verticismo da non consentire a ciascuna organizzazione associata di avere dei propri punti di riferimento, come nel caso del citato documento redatto dai partecipanti al progetto TRES. Durante le interviste è capitato di sentire ad esempio un'agenzia di viaggi spagnola ritenere i documenti di AITR essere il loro punto di riferimento, e AITR è stata più volte citata come buon esempio per le posizioni che assume da altri intervistati spagnoli.

In secondo luogo non si troveranno le trascrizioni delle 8 interviste in profondità, bensì una selezione delle frasi più significative rispetto al tema trattato, alcune delle quali sono già state inserite nel corpo centrale dello studio, poiché sono servite a puntualizzare alcuni aspetti propedeutici alla ricerca sul campo. Ciò per evitare inutili ripetizioni, fornire un quadro più chiaro di come la pensano gli operatori intervistati, dare priorità alla narrazione sottesa dallo studio.

5.b.1 - Gli elementi che costituiscono il turismo responsabile

Nella prima sezione dell'intervista si è inteso capire il punto di vista degli operatori intervistati sul tema affrontato nel secondo capitolo riguardo al concetto stesso di turismo responsabile. Il tutto alla luce dell'intensificazione dell'organizzazione di viaggi responsabili nel Nord del mondo. Ciò a causa di vari fattori: da un lato la crisi internazionale che ha accorciato le distanze e i tempi che i turisti occidentali possono dedicare alle loro vacanze e ai loro viaggi; dall'altro le concomitanti rivolte nei paesi arabi, che hanno creato non pochi problemi a svariati operatori che organizzavano viaggi nella sponda sud del Mediterraneo.

Nel frattempo sempre nuovi operatori utilizzano questo termine, per cui dare una definizione di turismo responsabile appare operazione quanto mai ardua, ma proprio per questo necessaria.

La prima domanda ha inteso capire che grado di vicinanza teorica si ritiene esserci fra

il turismo responsabile e le principali forme turistiche analizzate nella ricerca, oltre ai rapporti con il turismo sostenibile. Era una domanda aperta, dove gli intervistati hanno potuto sia dare un voto in decimali da 0 a 100, che approfondire l'argomento.

Un secondo elemento di questa sezione ha inteso comprendere in modo approfondito quali sono gli elementi che costituiscono il turismo responsabile. A tal fine, si è presentato agli intervistati una serie di elementi ritrovati nei vari documenti europei di turismo responsabile e chiesto loro di dare un voto in decimali, da 0 a 100, per ogni elemento.

Va precisato che si è usata la tecnica del termometro, per cui ogni elemento andava forzatamente inserito in una scala di valori, senza possibilità di inserire sullo stesso livello più di un elemento. Ciò ha reso più ampie le distanze rispetto a una votazione libera, tecnica usata per valutare più che la votazione in sé, la scala di priorità che ciascun intervistato ha in mente.

Caso Italia

In Italia (vedi tab.11) si registra il massimo grado di vicinanza per il turismo sostenibile, che d'altronde viene sempre citato all'interno dei documenti di AITR, seguito con punteggio praticamente analogo dal turismo solidale. Voti molto alti anche per il turismo comunitario e quello equo. Convince decisamente meno l'ecoturismo.

Le risposte aperte ci permettono di aver un quadro maggiormente articolato di cosa pensano gli intervistati su questo argomento. Alcuni hanno tenuto a specificare il significato che per loro assume ciascun termine che si era chiesto di comparare al turismo responsabile. Un buon modo per chiarire ma anche implicitamente per ribadire che dietro ogni termine si cela un modo diverso di interpretarlo. Altri invece hanno puntualizzato i legami col turismo responsabile, in chiave positiva o negativa.

Sul turismo sostenibile sono stati sottolineati i legami non solo con l'ambiente ma anche con i temi socio-culturali: dalla preservazione dell'identità locali all'inclusione della comunità e c'è chi ha esplicitato *“bisognerebbe parlare più che altro di sviluppo sostenibile del turismo”*. Rispetto ai legami col turismo responsabile, per un intervistato è *“la meta verso cui tendere”*, per altri *“la sostenibilità in senso lato è un elemento chiave del turismo responsabile”*, *“è il vero turismo”*, *“è coerente con il turismo responsabile”*.

Sul turismo solidale chi ha spiegato cos'è ha dato una risposta abbastanza omogenea, che varia dal *“si coinvolgono realtà svantaggiate”* a *“sostiene le economie locali”*. Rispetto

ai legami, il panorama delle risposte è più ampio, si parte dal conseguente *“la solidarietà è una componente del turismo responsabile”* con alcuni che specificano *“fra partner”*; altri si riferiscono solo alle comunità locali ed altri sottolineano l'etimologia della parola, precisando che solidarietà *“è fare le cose insieme”*, riferendosi esplicitamente a viaggiatori, operatori e comunità locali. Vi sono anche coloro che sottolineano che il turismo solidale *“pone l'accento sugli aspetti redistributivi del reddito creato”*.

Sul turismo comunitario, da un punto di vista tecnico di cosa sia pochi dubbi, il nome d'altronde non dà adito a equivoci. È una forma di turismo che *“coinvolge la comunità locale”*, che prevede *“il protagonismo delle comunità locali”*, dove si afferma la *“centralità delle comunità locali”*. Altri mettono in risalto il tema dell'incontro con i residenti o della compartecipazione agli utili.

Più interessante notare la dicotomia fra chi ritiene sia *“una delle forme del turismo responsabile”* e chi lo ritiene *“il turismo responsabile per definizione”*. Nella prima accezione c'è chi specifica *“che rispetta principi di sostenibilità sociale e ambientale - come il rapporto etico e solidale tra comunità locale e visitatori, l'equa distribuzione delle opportunità e del reddito generati dalle attività turistiche, la tutela dell'ambiente e la valorizzazione della cultura e delle identità locali - e sostiene il diritto delle popolazioni ospitanti ad essere protagoniste della gestione turistica del proprio territorio”*.

Sul turismo equo c'è chi giustamente sottolinea che è un'esperienza che esiste in Francia, ciò ha determinato un'adesione al termine equo più di carattere intuitivo che pratico. La maggior parte delle risposte ne hanno dato un'accezione in termini di equa ripartizione dei ricavi. Altri si sono mantenuti sul generico, tipo *“non ci sono discriminazioni”*, *“deve esserci equità fra i soggetti interessati”*; si è parlato anche dell'educazione al viaggiare responsabile e della *“ricerca della consapevolezza sociale ed economica”*.

Infine per quanto riguarda l'ecoturismo, da tutti è associato all'ambiente e non ad altri temi cari al turismo responsabile, il che per alcuni è motivo di distacco, per altri invece di ampia sufficienza nel rapporto col turismo responsabile. Chi ha dato voti bassi ha giustificato dicendo che *“in alcuni viaggi non è preponderante”* riferendosi ovviamente alla limitatezza territoriale delle proposte ecoturistiche; o al fatto che può esserci ecoturismo non responsabile. Per non parlare dell'abuso del termine da parte dei grandi operatori tradizionali, che evidentemente spaventa.

Tabella 11 - Grado di vicinanza con il turismo responsabile in Italia

Tipologie di turismo	Media voto
turismo sostenibile	90
turismo solidale	89
turismo comunitario	86
turismo equo	84
ecoturismo	72

Rispetto agli elementi che vanno considerati come caratterizzanti, in Italia l'elemento ritenuto più importante dagli intervistati è stato il “protagonismo delle comunità locali”, seguito da un altro elemento che riguarda lo stesso attore, cioè l’“assicurare maggiori benefici alle comunità locali” (vedi tab.12). Le percentuali in questo caso non sono significative, ma balza agli occhi l'enorme distanza esistente con gli elementi che sono stati piazzati sui gradini più bassi della classifica. Per alcuni ciò è dovuto al fatto che sono degli strumenti, inseriti appositamente per capire se qualcuno si limita a riconoscere il suo essere operatore di turismo responsabile dagli strumenti piuttosto che dai concetti più vasti

Tabella 12 - Gli elementi che caratterizzano il turismo responsabile in Italia

Elementi	Media Italia
Protagonismo della comunità locale	86
Benefici alle comunità locali	71
Ambiente	59
Solidarietà	62
Accordi duraturi con partner locali	61
Attenzione al patrimonio naturale e culturale	56
Progetto di sviluppo	47
Prezzo trasparente	35
Leggi	33
Incontro preliminare	20
CSR/RSI	20

Ci si riferisce al fornire una scheda col prezzo trasparente ma soprattutto all'eventuale incontro preparatorio, che è ritenuto basilare per quanti organizzano viaggi nel sud del mondo ma che passa in secondo piano specie se si considera che la metà degli associati AITR organizza viaggi in Italia.

L'immagine viene rafforzata se prendiamo in esame le scelte inerenti le prime 3 posizioni (vedi tab.13), dove in Italia vi è una prevalenza per l'elemento del protagonismo rispetto ai maggiori benefici, con un netto distacco dei primi due elementi rispetto agli altri; su venti intervistati, 16 hanno optato per il protagonismo nelle prime 3 posizioni, 12 per i benefici da assicurare loro.

Questi dati fanno pensare che vi sia un settore significativo rispetto a questo attore del turismo, che risulta essere un elemento caratterizzante di cui tener conto .

Interessante anche sottolineare che mentre l'elemento inerente i benefici alle comunità locali è un caposaldo di tutte le realtà di turismo responsabile, italiane come europee, come visto nell'analisi dei documenti l'elemento del protagonismo delle comunità locali è molto meno riportato nei documenti, anche in Italia.

Degli altri elementi, il tema dell'ambiente è presente nei documenti italiani, mentre la solidarietà e i partner locali sono temi che in Italia sono particolarmente sentiti per merito della genesi di AITR. Rispetto agli elementi che hanno ottenuto percentuali di voto minori, ribadendo il principio che essendo una classifica forzata non ha alcun senso conteggiare i distacchi, fa riflettere il dato che la Responsabilità Sociale d'Impresa, che per alcuni è la strada maestra da intraprendere per poter affermarsi sul mercato turistico, non sia considerata un elemento caratterizzante. Evidentemente le realtà italiane hanno ben chiara la differenza fra ciò che va usato per motivi commerciali, e l'essenza delle loro proposte, sebbene AITR stia ora proseguendo in quella direzione. Ciò suggerisce che le realtà italiane intervistate continuano a vedere di buon occhio la politica pragmatica di AITR di procedere con le sperimentazioni utili a coprire anche discorsi di mercato, ma sempre interrogandosi e interrogando la base sui passi da fare.

Tabella 13 - Elementi scelti nelle prime 3 posizioni in Italia

Elementi	Italia	%
Protagonismo della comunità locale	16	80
Benefici alle comunità locali	12	60
Ambiente	6	30
Solidarietà	5	25
Accordi duraturi con partner locali	5	25
Attenzione al patrimonio naturale e culturale	5	25
Progetto di sviluppo	4	20
Prezzo trasparente	3	15
Leggi	2	10
Incontro preliminare	0	0
CSR/RSI	0	0

Significativo anche quante volte un singolo elemento è stato scelto come più rappresentativo (vedi tab.14), con una scelta nei confronti del “protagonismo delle comunità locali” di 11 su 20, una percentuale di poco superiore al 50% sul totale degli intervistati che però è significativa se notiamo come solo “le leggi” sono state due volte scelte al primo posto, collezionando poi un risultato generale di posizionamento molto basso, mentre tutti gli altri elementi sono stati scelti al primo posto al massimo da un solo intervistato.

Questo dato è particolarmente interessante ed è sottolineato dalle parole del presidente di AITR che ha sottolineato come storicamente le realtà che hanno dato vita ad AITR sono partite “*pensando al sud del mondo, e le comunità locali per noi sono sempre state strategiche, viste soprattutto come soggetti beneficiari di progetti di cooperazione*”. I primi viaggi di turismo responsabile, infatti, venivano effettuati da ONG che stavano seguendo dei progetti di cooperazione allo sviluppo nei paesi del Sud del mondo. I viaggiatori trascorrevano parte del tempo a visitare il luogo dove il progetto si stava svolgendo, e parte della quota di viaggio veniva destinata a sovvenzionare quest'ultimo e quindi, indirettamente, le persone del luogo che venivano coinvolte nel progetto; le comunità locali venivano dunque identificate come abitanti coinvolti nel progetto, in quanto beneficiari. In seguito la situazione si evolve perché i progetti diventano espressamente legati al settore turistico, il concetto di comunità locale si estende a coloro che possono o intendono offrire dei servizi, come l'ospitalità o il trasporto.

“Molta programmazione dei nostri organizzatori di viaggi usa dei partner locali che hanno costruito un'offerta turistica grazie a progetti di cooperazione”; Ma questa situazione si è evoluta ancora, poiché “si sono aggiunti poi altri partenariati, altri rapporti fra organizzatore di viaggi e fornitore locale, che prescindono anche da questa genesi, dai progetti di cooperazione”.

Semmai, oggi il problema è che “c'è una bella rete di relazioni che però a mio parere non è sufficiente a dare delle risposte di natura economica alle comunità locali; ciò perché i nostri organizzatori di viaggi non sono in grado di mandar più di un gruppo, due, massimo tre in queste comunità e queste comunità locali che hanno messo in piedi un'offerta sul territorio non possono accontentarsi di un paio di gruppi all'anno”.

Per risolvere questo annoso problema che rischia di far fallire i tentativi di rendere protagoniste le comunità locali, AITR ha pensato di incentivare il turismo individuale, facendo emergere il ruolo autonomo delle cosiddette “reti locali di turismo responsabile”. Tale idea è stata rafforzata tramite incontri di carattere laboratoriale fra queste comunità e gli operatori che operano nel Nord durante i forum annuali organizzati all'interno dei momenti assembleari di AITR, oltre a una promozione specifica che viene veicolata dal sito di AITR, in cui la “presentazione di una comunità locale in grado di offrire forme di turismo responsabile ai loro visitatori in un rapporto diretto”. In questo modo il turista auto-organizzato “in molti casi avrà l'opportunità di comprare solo il volo e già all'aeroporto di arrivo potrà essere accolto da questo soggetto che poi gli propone un soggiorno sul proprio territorio”. Effettivamente sul sito di AITR c'è uno spazio dedicato a queste reti locali, ma sono anche segnalati gli operatori di turismo responsabile soci di AITR che organizzano viaggi strutturati per i gruppi, che contengono “alcuni aspetti aggiuntivi: l'organizzazione, la sicurezza e la certezza di alcuni aspetti che sono fondamentali nel viaggio di turismo responsabile, come ad esempio l'incontro, che nel caso del viaggio individuale è talvolta episodico e causale; invece nel viaggio organizzato è un incontro strutturato, preparato e adeguatamente facilitato dal punto di vista culturale”.

Tabella 14 - I maggiori elementi scelti come primi, in Italia (almeno 2 scelte)

Elementi	Italia	%
Protagonismo della comunità locale	11	55
Leggi	2	10

Caso Spagna

In Spagna il grado di vicinanza fra il turismo responsabile e i tipi di turismo considerati affini, vede una scelta particolarmente ravvicinata, con il turismo comunitario che risulta essere la tipologia sentita maggiormente vicina al turismo responsabile, seguita dal turismo equo e dal turismo sostenibile praticamente appaiati (vedi tab.15). Le risposte aperte anche nel caso spagnolo aiutano a decifrare meglio il quadro della situazione.

Sul turismo comunitario, si ritiene che sia una forma di turismo i cui *“benefici vadano alla comunità locale”*, economici e per alcuni riferiti allo sviluppo; una forma in cui si *“coinvolge la comunità locale”*.

Rispetto al motivo per cui si sente così vicino il turismo comunitario al turismo responsabile, c'è chi afferma che sia *“una delle forme del turismo responsabile”* e che la comunità e gli impatti su quest'ultima possono essere considerati uno dei pilastri del turismo responsabile.

La maggior parte delle precisazioni denota una preoccupazione rispetto al fatto che al di là del nome dipende da come viene applicato. Il termine evidentemente è abbastanza conosciuto in Spagna da permettere una siffatti analisi. E c'è anche chi approfondisce il discorso: *“il turismo suppone una nuova fonte di introiti senza sostituirsi alle attività economiche tradizionali, in modo che si democratizza il processo di decisionalità del proprio luogo e si salvaguardia l'ambiente”*.

Il turismo equo è inteso più come termine generico che come forma a sé, e lo si ritiene slegato dal commercio equo e solidale come accade in Francia, nonostante in Spagna sia stato proposto come termine ombrello, mutuando i concetti proprio dal commercio equo solidale (Palomo-Pérez, 2006). Per chi ritiene sia un *“tema che ha molte connessioni col turismo responsabile”* si sottolinea *“l'equa ripartizione dei ricavi”*, o il *“ridurre le disuguaglianze sociali”*.

Significativo il comportamento di uno degli intervistati, che non sapeva che valore

assegnare a questo tipo di turismo in relazione al turismo responsabile, perché non capiva se si doveva rifare all'equità nel senso di equo pagamento dei servizi offerti dalle comunità locali (Dollfus, 2001) o se riferirsi alle esperienze di turismo equo che si rifanno ai parametri del commercio equo e solidale, come avviene in modo esplicito per esempio in Francia, o anche in Portogallo.

Sul turismo sostenibile le risposte sono altalenanti, da chi ritiene che *“tutte le proposte di turismo responsabile devono essere sostenibili”* e che *“può esistere un turismo sostenibile al 100%”*, a chi fa notare che *“c'è troppo greenwashing”* specie con riferimento alle catene alberghiere. Chi fa i doveri distingue sottolineando che *“se si realizza correttamente è fra gli elementi proposti quello più vicino al turismo responsabile”* e chi ritiene che il termine sia un ossimoro, poiché il turismo *“sempre produce impatti”*. Viene inoltre riproposto il binomio già notato nella sezione teorica secondo cui il turismo responsabile ha a che fare col comportamento di vari attori.

Sul turismo solidale vi sono diverse risposte critiche che affermano che *“è più turismo che solidale”*; qualcuno è più possibilista e ritiene che *“se si realizza correttamente, è una delle forme di turismo responsabile”*, sebbene ritenuta da altri una forma molto minoritaria fra le pratiche del turismo responsabile. Su cosa sia il turismo solidale, affianco a risposte classiche come *“applica il concetto di solidarietà”* ve n'è una che afferma: *“è il problema dei turisti che necessitano di sentirsi solidali”* mentre un altro intervistato ritiene che questa molla motivazionale è da vedere in positivo, perché spinge a *“conoscere altre realtà, rispettarle e preservarle”*.

Tabella 15 - Grado di vicinanza con il turismo responsabile in Spagna

Tipi di turismo	Media voto
Turismo comunitario	90
Turismo equo	86
Turismo sostenibile	85
Turismo solidale	81
Ecoturismo	79

Per quanto riguarda l'ecoturismo i voti minori sono dovuti in larga parte alla sua limitatezza territoriale. Altri pongono determinate condizioni affinché possa essere

considerato una forma di turismo responsabile, come ad esempio *“l'appoggiare i 4 ambiti: culturale economico, sociale e ambientale”*; o *“le diversità sociali e ambientali”* o ancora *“gli impatti socio-economici”*.

Altri sono più possibilisti e ritengono che alcune delle sue attività possono rientrare nel concetto di turismo responsabile.

La scelta verso l'elemento che maggiormente rappresenta il turismo responsabile vede nel protagonismo delle comunità locali dei picchi davvero impressionanti (vedi tab.16). Anche in questo Paese il dato è particolarmente significativo perché mentre per gli intervistati aderenti o vicini alle posizioni del FTR era scontato che lo inserissero nelle prime posizioni, da parte di altre realtà era più logico attendersi posizioni più variegata. Evidentemente anche in Spagna c'è consapevolezza sul fatto che il turismo responsabile ha come punto nodale il mettere al centro le comunità locali, non solo come beneficiarie ma anche come protagoniste.

Tabella 16 - Gli elementi che caratterizzano il turismo responsabile in Spagna

Elementi	Media Spagna
Protagonismo della comunità locale	92
Benefici alle comunità locali	82
Ambiente	64
Solidarietà	57
Accordi duraturi con partner locali	56
Attenzione al patrimonio naturale e culturale	45
Progetto di sviluppo	41
Prezzo trasparente	46
Leggi	34
Incontro preliminare	22
CSR/RSI	12

A parte i primi due elementi, le percentuali di voto in Spagna sono meglio redistribuite, sintomo di una varietà di posizioni che ben rappresenta lo stato dell'arte della situazione spagnola, dove a parte il FTR, non vi sono realtà aggregate e quindi c'è una pluralità di modi di intendere il turismo responsabile.

Guardando le scelte inerenti le prime 3 posizioni, notiamo (vedi tab.17) che il protagonismo delle comunità locali è stato posizionato “sul podio” in Spagna 14 volte su 17, al pari dei maggiori benefici alle comunità locali; scelte nettamente superiori rispetto agli altri elementi. Le percentuali, pur essendo bassi i numeri, rendono in modo ancora più chiaro il distacco che si è venuto a creare fra i primi due elementi e tutti gli altri, un segnale importante rafforzato dalle parole degli intervistati.

Ciò si sposa col risultato positivo ottenuto dal turismo comunitario nella prima domanda, che per alcuni in Spagna è considerato una panacea.

Tabella 17 - Elementi scelti nelle prime 3 posizioni in Spagna

Elementi	Spagna	%
Protagonismo della comunità locale	14	82
Benefici alle comunità locali	14	82
Ambiente	6	35
Solidarietà	5	29
Accordi duraturi con partner locali	5	29
Prezzo trasparente	3	18
Attenzione al patrimonio naturale e culturale	2	12
Progetto di sviluppo	1	6
Incontro preliminare	1	6
Leggi	0	0
CSR/RSI	0	0

Significativo anche quante volte un singolo elemento è stato scelto come più rappresentativo (vedi tab.18), con una scelta inequivocabile in Spagna per il protagonismo delle comunità locali (12 su 17) che non lascia adito ad alcun dubbio, stante l'eterogeneità dei rispondenti, sul fatto che tale elemento sia considerato il più rappresentativo fra i tanti proposti.

Tabella 18 - I maggiori elementi scelti come primi, in Spagna (minimo 2 scelte)

Elementi	Spagna	%
Protagonismo della comunità locale	12	71
Benefici alle comunità locali	3	18

5.b.2 – La comunità locale nel turismo responsabile

La sezione sulle comunità locali ha inteso far luce su alcune questioni aperte del turismo responsabile, e come visto anche del turismo in generale, che erano state analizzate nel quarto capitolo sulla loro composizione e, riguardo ai rapporti con gli operatori di turismo responsabile, su cosa fanno, cioè su quale ruolo debbano avere, se beneficiarie o anche protagoniste.

Nello specifico agli intervistati è stato chiesto di indicare il grado di attinenza che attribuiscono a un elenco di attori che vengono citati all'interno dei documenti ufficiali del turismo responsabile come possibili elementi che costituiscono una comunità locale. In seguito si è chiesto cosa accade in pratica, cioè al di là della teoria che tipo di relazioni intercorrono fra gli operatori intervistati e le comunità locali che vivono nelle destinazioni dei loro viaggi. Un'ultima domanda è servita per chiarire cosa fanno nello specifico tali comunità locali all'interno delle proposte di turismo responsabile degli intervistati.

La prima domanda richiedeva una votazione in decimali da 0 a 100, nella seconda era possibile rispondere affermativamente per qualsiasi attore presentato in elenco come possibile risposta; nella terza c'era una griglia strutturata con i possibili gradi per ciascuna attività, da attività che si effettua in modo prevalente a attività che non viene espletata.

Gli attori sono stati scelti in base a quanto si ritrova in Europa all'interno dei vademecum delle realtà aggregate che meglio hanno definito tali elementi costitutivi, dandone ognuna un peso e una caratterizzazione differente. Il caso del singolo referente locale è sintomatico. In Francia sui siti delle realtà certificate da ATR col marchio ATR, è prassi avere un referente del viaggio in loco, cosa che non avviene negli altri paesi europei, dove il turismo individuale non ha ancora preso piede se non in modo più che altro teorico.

Caso Italia

Sulla composizione delle comunità locali, la ricerca ha evidenziato che secondo gli intervistati i soggetti che possono comporre o far parte di una comunità locale sono abbastanza eterogenei. Le preferenze maggiori sono andate: agli operatori di turismo responsabile; agli abitanti di un luogo che si distinguono per il loro essere attivi rispetto alle problematiche locali; alle realtà legate all'economia solidale, con esito della media dei voti praticamente uguali (vedi tab.19).

Fra gli intervistati, qualcuno ha voluto rimarcare l'idea che *“la comunità locale è formata da organizzazioni internazionali dedite alla cooperazione allo sviluppo”*. In questa analisi la mancanza di una risposta specifica sulle realtà legate alla cooperazione allo sviluppo è motivata dal fatto che anche queste sono state considerate a pieno titolo realtà di economia solidale o sociale.

Tabella 19 – Gli elementi che dovrebbero costituire una comunità locale, in Italia

Attore	Media Italia
Realtà locale che organizza servizi di turismo responsabile	86
Gruppo di cittadini attivi, che abitano nella destinazione turistica	85,5
Realtà locale legata all'economia solidale	85
Operatori locali del settore turistico	67,5
Singolo referente locale	59,5
Amministratori locali	53,5

Gli altri attori ricevono medie voti nettamente più basse, il che si spiega nel caso del referente singolo perché in Italia il turismo individuale non ha preso piede, mentre per le amministrazioni locali si è già visto come tale elemento risulta essere sostanzialmente ambiguo, per cui anche gli intervistati lo hanno relegato all'ultimo posto.

Nella pratica però notiamo che accade qualcosa di diverso (vedi tab.20), poiché coloro con cui ci si relaziona maggiormente sono i singoli referenti e le amministrazioni locali, mentre sia i cittadini attivi che le realtà legate all'economia solidale sono state scelte da

pochi intervistati. Questa forte contraddizione fra teoria e pratica è un dato particolarmente interessante. Se infatti è vero che diversi intervistati italiani non organizzano viaggi è anche vero che da questa domanda non sono stati conteggiati coloro che per tale motivo non hanno risposto. Può essere il segnale di una difficoltà a far seguire alla teoria delle prassi adeguate, di certo è un dato che si deve sottovalutare poiché se in generale si cerca di avere un quadro più chiaro sul tema specifico della sezione, il tema dei legami con l'economia solidale resta l'obiettivo principale della ricerca.

In alcuni documenti dell'AITR, spiega il suo presidente, vi è riferimento al singolo referente locale ma con un'accezione differente: *“quando si parla di unicità del referente si fa riferimento a un'unicità collettiva, un soggetto unico ma collettivo; al più è il rappresentante di un collettivo”*. Tale precisazione si riferisce a una serie di problemi riscontrati fra le realtà di AITR attorno al tema del dono, o della quota di solidarietà. Nelle discussioni che ci sono state *“si sono manifestate contrarietà delle ONG e degli organizzatori di viaggi a una distribuzione a pioggia di tipo individuale sulle singole persone”*.

Il problema, comune a qualsiasi viaggio di turismo responsabile organizzato con destinazione un paese del Sud del mondo, è quello del bambino che viene a mendicare, cui spesso *“il turista, anche in buona fede, per generosità sua personale, vedendo dei bambini mal nutriti fa' l'elemosina e da' somme di denaro che a volte sono superiori a quanto guadagna il genitore in un mese. E' un'azione diseducativa, induce il bambino a non andare a scuola, a fare accattonaggio perché guadagna più del padre”*.

Da questa problematica comune, *“si è riflettuto sull'opportunità di trovare un percorso che porti al fatto che qualunque azione di solidarietà abbia un interfaccia collettiva, cioè tu fai un dono ad una comunità, lasci una quota di solidarietà a una comunità. Le quote dei viaggiatori aiutano a creare un asilo, una biblioteca, un laboratorio”*.

E ciò dovrebbe risolvere anche il problema del cosiddetto boss locale, cioè l'abitudine ad avere a che fare con una singola persona che vende quasi tutti i servizi, acquisendo denaro o prestigio. *“Deve esserci anche l'equità che si accompagna (al gesto)”*, si fa notare. Per questo motivo *“ci si mette nella logica che i soldi dati costituiscono di norma la retribuzione di un servizio lecito. Dopodiché il dono lo si da' al rappresentante della comunità, che può essere anche l'amministratore pubblico, ma può essere anche il capo*

tribù, o l'anziano del paese, però nella trasparenza; tutta la comunità lo sa”, se no il rischio palese è che uno è tentato di tenerseli. Dunque in Italia, e con riferimento ai viaggi nel Sud del mondo quando si parla di unicità del referente si intende l'evitare la distribuzione a pioggia e il soggetto in quanto tale è collettivo.

Tabella 20 – Con chi si relazionano gli intervistati, in Italia

	Italia
Singolo referente locale	15
Amministratori locali	14
Operatori locali del settore turistico	11
Realtà locale che organizza servizi di turismo responsabile	11
Gruppo di cittadini attivi, che abitano nella destinazione turistica	9
Realtà locale legata all'economia solidale	6

Anche la presenza fra gli elementi di possibile risposta degli amministratori locali necessita di un chiarimento. In qualsiasi studio sul turismo le istituzioni pubbliche sono considerate degli intermediari fra le esigenze delle popolazioni locali che rappresentano, e le richieste dei turisti e dell'industria turistica. Eppure si trovano nell'elenco stilato da AITR fra i possibili membri di una comunità locale. Secondo il presidente di AITR *“può capitare che la comunità locale si senta realmente di fatto rappresentata dalla istituzione, pero questo va sempre verificato”*. Ciò significa che se l'operatore di turismo responsabile *percepisce che realmente l'istituzione pubblica rappresenta gli interessi della comunità locale, il dialogo può essere davvero con l'istituzione. Se s'accorge che non è così, e purtroppo nella normalità dei casi non è così perché capita molto spesso che l'amministratore pubblico abbia un dialogo diretto con il grosso investitore esterno, l'impresa che deve costruire un resort o un campo da golf, se si accorge di questo, il rapporto può essere mantenuto per un fatto di rispetto formale, ma per quanto riguarda l'obiettivo di favorire la comunità locale deve essere sostituito con la comunità locale”*.

Una specifica importante, che però abbisogna per essere valida di un operatore sempre eticamente connotato. Che è un ragionamento che andava bene un tempo

quando in pochi usavano questo termine, ma che oggi giorno fa un po' fatica a essere accolto con semplicità. Vi è infatti un elemento di discrezionalità troppo ampio, che sconsiglierebbe in linea teorica tale avvicinamento, come d'altronde già discusso in un paragrafo teorico in precedenza.

Per quanto riguarda il tipo di attività svolte in prevalenza dai partner locali, le risposte di chi organizza viaggi sono state abbastanza variegata (vedi tab.21). Spicca fra i risultati più affermativi l'attività del portare avanti progetti di turismo responsabile, così come quella legata alle proposte di servizi turistici che poi l'operatore vaglia. Anche la cooperazione allo sviluppo è stata scelta da diversi intervistati come attività principale, ma sommata a chi l'ha scelta come attività meno significativa, non riesce a imporsi come un elemento trainante, anzi si nota come sia un elemento che è polarizzato; ciò fa capire come alle ONG che hanno dato vita al concetto di turismo responsabile in Italia si sono oramai affiancate altre realtà che non fanno della cooperazione allo sviluppo la loro *mission*.

Poche sono le verifiche fatte effettuare direttamente dalle comunità locali così come il monitoraggio non fa parte delle corde del turismo responsabile organizzato dalle realtà italiane.

Tabella 21 - Le attività delle comunità locali durante i viaggi di turismo responsabile

Attività	In modo prevalente o molto	Sufficiente	Poco o nulla
Portano avanti propri progetti di turismo responsabile	8	4	3
Stilano una lista di servizi turistici e di attività che vi propongono	8	3	4
Gestiscono progetti di sviluppo	6	1	8
Fanno effettuare la verifica ai turisti	3	3	9
Monitorano i viaggi rispetto alle loro aspettative	2	4	9
Altro	3	0	

La verifica è in genere prevista per i viaggi organizzati, quindi evidentemente le fa effettuare direttamente l'organizzatore di viaggio. Invece il monitoraggio sembra essere stato preso più come un concetto teorico che un precetto pratico, fatto sta che si collegava al tema del protagonismo delle comunità locali inteso come un'attività di cittadinanza attiva.

Fra chi ha espresso posizioni non inserite nella griglia delle possibili risposte, sono state sottolineate alcune parole chiave che, pur potendo essere inserite in una delle risposte previste, si è deciso di tenere evidenziate a parte; si parla di co-progettazione, ma anche di un tipo particolare di servizi, il fare le guide o l'accoglienza.

Caso Spagna

In Spagna la visione teorica su chi dovrebbe comporre una comunità locale vede un distacco significativo fra due gruppi di attori (vedi tab.22); si opta per il gruppo di cittadini attivi, per le realtà locali già attive nel turismo responsabile e per quelle legate all'economia solidale; mentre molto meno forte appare il legame con le altre possibili opzioni. D'altronde è in Spagna, in special modo a Barcellona, che gruppi di cittadini da anni protestano nei quartieri popolari vicini a *las ramblas* contro l'invadenza del turismo (Amato, 2009). La differenza rispetto a tante altre proteste, avvenute sia in questa città sia in altri centri europei consiste nel fatto che qui il bersaglio sono i turisti piuttosto che altre tipologie di frequentatori.

Tabella 22 – Gli elementi che dovrebbero costituire una comunità locale, in Spagna

Elementi	Media Spagna
Gruppo di cittadini attivi, che abitano nella destinazione turistica	89,5
Realtà locale che organizza servizi di turismo responsabile	86
Realtà locale legata all'economia solidale	84
Amministratori locali	72
Operatori locali del settore turistico	70,5
Singolo referente locale	68,5

Per quanto riguarda gli altri elementi, i distacchi non sono netti e tutti superano ampiamente la sufficienza, segno che per le realtà spagnole di turismo responsabile i fattori da tenere in conto non riguardano la tipologia di chi è chiamato a essere coinvolto in qualche modo nelle loro proposte di viaggio.

La preferenza verso chi abita nelle destinazioni turistiche trova maggiori chiarimenti in alcune precisazioni che gli intervistati ci hanno tenuto a fare, del tipo “*non sarebbe turismo responsabile se non ci fosse un riferimento alle popolazioni locali*”.

Rispetto a questo quadro teorico, nella prassi gli operatori intervistati si relazionano con questi soggetti formando un quadro variegato (vedi tab.23), dove l'unico dato significativo che emerge è che a prescindere dalle idee teoriche che si professano, all'atto pratico non vi è nessuna reale scelta che vada verso una differenziazione che avalli il quadro teorico, se non che gli amministratori locali non sono più di tanto contattati mentre gli operatori locali del settore turistico sono contattati molto più di quanto non si vorrebbe, il che può voler dire che i servizi di turismo responsabile non sono molto estesi e quindi bisogna ricorrere a servizi del turismo convenzionale; o che per alcuni operatori i servizi singoli non rappresentano un tratto caratterizzante del turismo responsabile, viene confermata la scarsa propensione per l'utilizzo di singoli referenti, che comunque sono utilizzati da oltre il 50% degli intervistati.

Tabella 23 – Con chi si relazionano gli intervistati, in Spagna

Elementi	Spagna
Gruppo di cittadini attivi, che abitano nella destinazione turistica	16
Operatori locali del settore turistico	14
Realtà locale che organizza servizi di turismo responsabile	14
Realtà locale legata all'economia solidale	13
Singolo referente locale	11
Amministratori locali	5

Se poi vediamo le risposte date alla domanda relativa alle attività prevalenti delle comunità locali con cui si è in contatto, si nota (vedi tab.24) che l'attività principale

consiste nel portare avanti propri progetti di turismo responsabile, un elemento che non poteva che essere nei primi posti fra le scelte di chi opera nel turismo responsabile, che può essere fatto indipendentemente da chi è il soggetto con cui ci si relaziona.

Anche monitorare i viaggi, cioè essere testimoni del fatto che i turisti abbiano soddisfatto le aspettative dei locali, è un elemento che è al top delle scelte delle realtà spagnole e che è collegabile al tema della cittadinanza attiva. Tener conto dei desiderata di una comunità locale rappresenta un aspetto significativo del turismo responsabile organizzato dagli spagnoli, a quanto pare.

Tabella 24 - Le attività delle comunità locali durante i viaggi di turismo responsabile

Attività	In modo prevalente o molto	Sufficiente	Poco o nulla
Portano avanti propri progetti di turismo responsabile	13	3	0
Monitorano i viaggi rispetto alle loro aspettative	13	2	1
Stilano una lista di servizi turistici e di attività che vi propongono	11	4	1
Fanno effettuare la verifica ai turisti	10	6	1
Gestiscono progetti di sviluppo	8	6	2
Altro	2	0	0

Poco utilizzate le comunità locali rispetto ai progetti di sviluppi, segno evidente che in questo Paese il turismo responsabile è solo in parte legato a realtà attive nel settore della cooperazione allo sviluppo.

In generale comunque tutte le attività proposte raggiungono risultati positivi, il che conferma che c'è una situazione molto fluida e poco caratterizzata, che fa il paio con le poche sollecitazioni che provengono da questi operatori.

5.b.3 – Il turismo responsabile e i viaggi nel Nord del mondo

Due domande sono state dedicate a questo tema, di cui si è ampiamente discusso nella sezione teorica, per evidenziare la sfida cui oggi è chiamato il turismo responsabile: o si ritiene il turismo responsabile a due facce, in cui nel Sud del mondo si organizzano viaggi legati ai destini delle popolazioni, di tipo solidale e comunitario, mentre al Nord ci si occupa maggiormente di organizzare viaggi legati alla sostenibilità ambientale; oppure si ragiona per capire quali dei vari elementi che potenzialmente lo caratterizzano possono essere utilizzati indipendentemente da dove si effettua il viaggio.

Scopo delle due domande è stato capire se gli intervistati si rendono conto del periodo che si sta vivendo all'interno del turismo responsabile, dove i viaggi nel Nord del mondo stanno modificando la percezione che si può avere del turismo responsabile e il rischio di essere confusi con le proposte del turismo convenzionale è decisamente forte.

Non a caso in una comunicazione interna ai soci AITR, la segreteria esortava i soci a specificare in cosa i loro viaggi si differenziano dal turismo convenzionale⁴⁷.

In Italia tali viaggi si organizzano da oltre dieci anni a cura di un terzo circa degli iscritti ad AITR, generalmente piccole associazioni locali. In Spagna il problema è all'ordine del giorno ma ancora non ci sono esperienze consolidate su cui basare delle verifiche, ma si assiste ai primi tentativi di *incoming* o di ragionamenti su viaggi da effettuare in Italia o in Portogallo.

Le due domande, entrambe a risposta chiusa, prevedevano fra le risposte alcuni elementi considerati tipici e caratterizzanti del turismo responsabile; dal favorire la capacità decisionale della popolazione locale alle scelte ambientaliste; dalla redistribuzione dei proventi ai possibili partenariati con realtà locali; dal focalizzare l'attenzione sul tema dell'incontro a quello del far passare le informazioni; dal fornire una scheda col prezzo trasparente all'utilizzo di strutture ricettive e altri servizi turistici gestiti a livello locale da gente del posto.

Agli intervistati si è chiesto nel primo caso di identificare se fra le risposte possibili ve n'era qualcuna che oltre a caratterizzare il turismo responsabile è possibile trovare anche nel turismo convenzionale. Nel secondo caso si è chiesto di individuare se e quali degli elementi proposti può essere considerato caratteristico sia per i viaggi nel Sud del mondo che nel Nord del mondo.

47 Mail ai soci inviate da AITR nei mesi di ottobre e novembre 2013

Caso Italia

In Italia (vedi tab.25) la distribuzione equa dei ricavi è stata segnalata come assolutamente caratterizzante, lo si ritiene un elemento che distingue nettamente il turismo responsabile dalle proposte di turismo convenzionale. Lo stesso vale per il protagonismo delle comunità locali, ritenuto da tutti un tratto che nel turismo convenzionale non si ritrova.

Fra gli elementi che invece si ritiene non essere sufficienti per caratterizzare il turismo responsabile, il che non toglie che siano importanti ma semplicemente che si ritrovano per vari motivi anche nel turismo convenzionale, troviamo l'ambiente e i servizi gestiti a livello locale. Che l'ambiente possa essere considerato presente anche in molte altre proposte è un dato di fatto incontrovertibile, al di là se sia fatto perché ci si è resi conto dei problemi che sta causando il turismo o per *greenwashing*. Se ne parla di più, le persone mediamente sono più attente all'argomento ed è normale che in una qualche maniera l'industria turistica ne stia tenendo conto.

Tabella 25 - Elementi caratterizzanti il turismo responsabile e/o il turismo convenzionale in Italia

Elementi	Caratterizzano il turismo responsabile	Caratterizzano anche turismo convenzionale	Differenze
Favorire la capacità decisionale della popolazione locale	17	0	17
Assicurare un'equa distribuzione dei proventi del viaggio	17	0	17
Avere un partenariato stabile con una realtà locale	15	2	13
Favorire la circolazione delle informazioni fra tutti gli attori	13	4	9
Favorire l'incontro con persone del luogo	13	4	9
Fornire una scheda col prezzo trasparente	13	4	9
Utilizzare strutture ricettive e servizi gestiti a livello locale	9	8	1
Fare scelte che permettano un maggior rispetto dell'ambiente	5	12	-7

Più interessante che venga recepito come non sufficiente un elemento che spesso viene sbandierato come elemento particolarmente caratterizzante del turismo responsabile: l'utilizzo dei servizi gestiti dai locali, che significa maggiori benefici alle popolazioni locali. Gli intervistati evidentemente si rendono conto che questo elemento da solo non può essere utilizzato per distinguersi dal turismo convenzionale.

Tre realtà non hanno risposto perché non occupandosi minimamente di organizzazione di viaggi, non si sono sentite in grado di rispondere a una domanda considerata tecnica.

Rispetto alle differenze fra i nuovi viaggi nel Nord del mondo e quelli al Sud, l'Italia è stato un Paese pioniere, perché si è ritenuto che *“i principi del turismo responsabile possano essere validi nel contesto dell'Italia”* e infatti 3 anni dopo aver elaborato la carta per viaggi sostenibili, si decise di redarre un nuovo documento la Carta Italia, chiamata *Bel paese, buon turismo*, che *“fu una rilettura critica e riadattamento della carta precedente”*, in cui ovviamente *“gli aspetti più patologici del viaggio non ci sono”*.

Infatti la maggior parte degli intervistati ha sottolineato (vedi tab.26) che vi sono strumenti superflui, come il prevedere il mediatore culturale o il fornire un vademecum su come comportarsi.

La Carta Italia è ritenuta *“ancora valida ma va integrata con il manifesto di Penne che è successivo e che non è adeguatamente valorizzato”*. In questo manifesto che non trova per ora spazio neanche sul sito di AITR *“si precisa meglio cosa si intende per uno sviluppo turistico responsabile in Italia, c'è tutto il tema dell'identità e dell'originalità dell'offerta turistica italiana, ma non a livello di Italia ma a livello di singole località. Le singole località devono distinguersi l'una dall'altra perché ognuna è portatrice di un patrimonio, di heritage, di cultura materiale, di storia, di tradizioni, di stili di vita e di prodotti tipici”*.

Caratteristiche che le distinguono e ciò favorisce la crescita *“della competitività del nostro prodotto perché non c'è omologazione e non c'è la competizione solo sul prezzo. Se le località si assomigliano tutte e hanno un patrimonio culturale molto omogeneo la competizione avviene solo sul prezzo, sulla qualità del comfort, mentre noi dobbiamo operare perché uno vada in una località perché deve andare lì, perché è lì che c'è quella cosa che non c'è nelle altre località”*.

Dunque in Italia si ritiene che la nuova frontiera del turismo responsabile sia la

“valorizzazione dei prodotti agroalimentari di qualità, dell'artigianato, del folklore, della vita culturale, degli stili di vita, della cultura materiale”.

Colpisce però un dato inequivocabile, cioè lo scarso risultato raggiunto dal tema del protagonismo delle comunità locali.

Tabella 26 - Elementi caratteristici di un viaggio di turismo responsabile nel Sud e/o nel Nord del mondo

Elementi	Nei viaggi nel Nord del mondo può essere meno indispensabile	Caratterizzanti sia nel Sud che nel nord del mondo
Favorire l'incontro con persone del luogo	3	14
Fornire una scheda col prezzo trasparente	4	13
Favorire la circolazione delle informazioni fra tutti gli attori	3	14
Fornire un vademecum sul come comportarsi	7	10
Avere un partenariato stabile con una realtà locale	4	13
Assicurare un'equa distribuzione dei proventi del viaggio	1	16
Prevedere un mediatore culturale	8	9
Fare scelte che permettano un maggior rispetto dell'ambiente	1	16
Utilizzare strutture ricettive e servizi gestiti a livello locale	2	15
Favorire la capacità decisionale della popolazione locale	5	12

Se infatti era stato scelto come elemento caratterizzante nelle prima domande in modo assolutamente significativo, il fatto che per un numero consistente di intervistati possa non essere considerato un elemento indispensabile nei viaggi al Nord deve far riflettere.

Infatti siamo in un periodo in cui in Italia, e più in generale in Europa, a seguito delle

politiche della Unione Europea e delle linee guida di UNWTO, che stanno insistendo sul tema della responsabilità. Ciò comporta che alcuni enti pubblici chiedono la consulenza ad AITR *“per assisterli nello sviluppare il turismo nei loro territori secondo i principi del turismo responsabile. Questo però potrebbe bypassare la comunità locale, cioè non è più la comunità locale che è protagonista dello sviluppo del turismo responsabile nel proprio territorio ma è un ente superiore, l'amministrazione pubblica, che in modo un po' verticistico, calato dall'alto, decide che il territorio deve svilupparsi secondo il turismo responsabile.*

L'idea di AITR è di cercare di *“riorientare le amministrazioni pubbliche a un maggior coinvolgimento, a una condivisione con la popolazione locale”,* poiché *“non ci si può fermare all'aspetto formale che siccome la giunta è stata eletta dai cittadini quindi li rappresenta”.* L'idea è chiara e richiama quanto già espresso nell'analisi sugli attori del turismo, quando si sono introdotte le tematiche ancora poco diffuse in Italia ma ritenute a tema con il turismo responsabile della democrazia partecipativa e di quella deliberativa. Infatti lo stesso presidente AITR precisa che *“noi crediamo che ci debba essere una democrazia sostanziale, che vada oltre quella formale, una democrazia partecipativa che coinvolga nelle scelte la comunità locale affinché abbia un ampio ruolo da protagonista e non solo che prenda atto di una volontà politica dell'amministrazione pubblica”.*

Sul problema di come considerare i viaggi di turismo responsabile nel Nord del mondo, si può anche aggiungere che, come afferma la vicepresidente di AITR, *“i valori rimangono sempre quelli, e sono tutti importanti; poi a seconda del contesto socio culturale che può essere Nord o Sud del mondo, ci saranno degli accorgimenti”.*

Caso Spagna

In Spagna le realtà che hanno risposto a questo blocco di domande, 16 su 20, hanno evidenziato (vedi tab.27) che sia la capacità decisionale delle popolazioni locali, sia l'assicurare l'equa distribuzione dei proventi del viaggio sono elementi caratterizzanti del turismo responsabile che difficilmente possono essere utilizzati anche dall'industria turistica convenzionale, così come l'incontro con le persone del luogo, che ha raggiunto un risultato ragguardevole. Sugli altri elementi le posizioni sono meno nette, la scheda prezzo trasparente per alcuni non è nemmeno da considerare un elemento caratterizzante il turismo responsabile. L'ambiente è ritenuto un argomento che non può

essere considerato esclusivo di un fare turismo responsabile; invece sia l'utilizzare strutture ricettive che servizi gestiti a livello locale sono elementi che si ritiene essere i meno caratterizzanti.

Tabella 27 - Elementi caratterizzanti il turismo responsabile e/o il turismo convenzionale in Spagna

Elementi	Caratterizzano il turismo responsabile	Caratterizzano anche turismo convenzionale	Differenze
Favorire la capacità decisionale della popolazione locale	16	0	16
Assicurare un'equa distribuzione dei proventi del viaggio	16	0	16
Favorire l'incontro con persone del luogo	14	2	12
Avere un partenariato stabile con una realtà locale	13	3	10
Favorire la circolazione delle informazioni fra tutti gli attori	13	3	10
Fornire una Scheda col prezzo trasparente	14	2	12
Fare scelte che permettano un maggior rispetto dell'ambiente	11	5	6
Utilizzare strutture ricettive e servizi gestiti a livello locale	9	7	2

Questa mancata caratterizzazione porta a riflettere che per le realtà spagnole non ci si può soffermare solo sui benefici da dare alle comunità locali per fare turismo responsabile, poiché anche nel turismo convenzionale ciò accade, magari più nei viaggi nel Nord del mondo ma comunque accade.

Le 4 risposte mancanti sono state giustificate con un non sentirsi in grado di fornire risposte adeguate alle domande perché non ci è mai soffermati su tale problematica.

Rispetto agli elementi caratteristici del turismo responsabile che possono essere utilizzati senza problemi sia nei viaggi al Sud che in quelli al Nord, l'unico elemento che

si ritiene possa non servire in quanto superfluo (vedi tab.28) è l'utilizzo di un mediatore culturale, mentre un terzo dei rispondenti, 5 su 15, ha sottolineato che le strutture ricettive, i servizi gestiti dai locali e il vademecum che esplicita il come comportarsi durante il viaggio, possono essere superflui.

Sul mediatore e sul vademecum, c'era da aspettarsi questa presa di distanza poiché si rifà alle considerazioni che un viaggio nei paesi del Nord del mondo non abbia particolari gap culturali da gestire, perché pur esistendo delle differenze anche significative, non rappresentano problemi che non possano essere affrontati in loco; e soprattutto le comunità locali sono avvezze al turismo o comunque al passaggio seppur occasionale di forestieri, da sapersi gestire meglio che in altri contesti.

Tabella 28 - Elementi caratteristici di un viaggio di turismo responsabile, nel Sud e/o nel Nord del mondo

Elementi	Nei viaggi nel Nord del mondo può essere meno indispensabile	Caratterizzanti sia nel Sud che nel Nord del mondo
Favorire l'incontro con persone del luogo	2	13
Fornire una scheda col prezzo trasparente	3	12
Favorire la circolazione delle informazioni fra tutti gli attori	4	11
Fornire un vademecum sul come comportarsi	5	10
Avere un partenariato stabile con una realtà locale	2	13
Assicurare un'equa distribuzione dei proventi del viaggio	2	13
Prevedere un mediatore culturale	8	7
Fare scelte che permettano un maggior rispetto dell'ambiente	3	12
Utilizzare strutture ricettive e servizi gestiti a livello locale	5	10
Favorire la capacità decisionale della popolazione locale	4	11

Rispetto ai servizi gestiti dai locali, anche in Spagna, come in Italia, gli operatori intervistati dimostrano di comprendere appieno la vacuità di un tale elemento, se preso da solo.

5.b.4 - Le relazioni con le realtà di economia solidale

La sezione dedicata alle domande sul rapporto fra economia solidale e turismo responsabile rappresenta il tentativo di fare una prima mappatura rispetto alle interazioni esistenti nei due paesi oggetti di analisi.

Nello specifico si è inteso focalizzare l'attenzione su alcune questioni ritenute cardini dagli studiosi di economia solidale, cioè i tipi di scambi posti in essere oggi nei 3 assi identificati da Mance come caratterizzanti un tessuto di economia solidale, cioè scambi di informazioni, scambi materiali e scambi di valori.

Nella maggior parte delle domande affianco alla risposta chiusa vi era anche lo spazio per poter specificare meglio il proprio pensiero.

In linea con il principio di reciprocità descritto da Mance si è voluto approfondire se esiste uno scambio bidirezionale, per cui ogni domanda prevedeva che si ragionasse sia sul tipo di rapporti che gli intervistati instaurano con determinate realtà di economia solidale, sia il contrario cioè i rapporti determinati dalle realtà di economia solidale.

Caso Italia

La domanda di taglio teorica vede gli operatori italiani dare dei giudizi molto netti in positivo rispetto all'attinenza fra il turismo responsabile e il consumo critico (vedi tab.29).

Le spiegazioni di tale affinità risiede secondo alcuni nel target, in quanto vi è *“corrispondenza al 100% della filosofia”*, o detto in altro modo *“c'è affinità filosofica e valoriale”*.

Del consumo critico si sottolinea inoltre la sua potenzialità di *“fornire una crescita culturale”* al turismo responsabile e *“l'attenzione all'economia solidale”*, evidentemente ritenuta un valore comune o comunque importante per entrambi.

Si ritiene che tale attinenza favorisca la collaborazione con le comunità locali, poiché

le realtà che fanno parte di questo settore *“sono generalmente molto sensibili e adatte al turismo responsabile”*.

Sono realtà ritenute *“molto connesse con il territorio e con settori che anche se non a diretto contatto con quello turistico (come ad esempio quello dell'agricoltura, del biologico etc), sono interessanti per lo sviluppo sociale responsabile e sostenibile”*.

Turismo responsabile e consumo critico sembra dunque che abbiano *“interessi convergenti”* riscontrabili sotto diversi aspetti: le realtà di consumo critico sono viste sia come *“target ideale”*, sia come possibili erogatori di servizi utili agli operatori di turismo responsabile, importanti *“per gli acquisti e l'ospitalità”*.

Rispetto alle realtà ambientaliste, che pure sono considerate particolarmente affini al turismo responsabile, vi sono dei distinguo di cui tener conto, come chi ritiene che vi sia *“corrispondenza al 50% della filosofia”*, non di più. In generale emerge che *“il rispetto dell'ambiente è parte del turismo responsabile”*, che *“hanno interessi convergenti”*, che sono *“spesso connesse con il settore turistico”*; e che nel turismo è *“fondamentale il rispetto dell'ambiente”*. Visto da un altro punto di vista, l'ambiente aiuta il turismo responsabile nella *“crescita della consapevolezza”*.

Rispetto alle realtà legate al mondo del sociale, che ha riscosso comunque un risultato discreto, si sottolinea che *“essere impegnati nel sociale non vuol dire attinenza col turismo responsabile”*, anche in questo settore c'è chi vede una *“corrispondenza al 50% della filosofia”* e chi evidenzia che a suo dire è il settore del sociale a non avere il turismo responsabile fra i propri obiettivi, sebbene vada evidenziato come nei documenti del BITS i riferimenti e le similitudini al turismo responsabile ci sono tutte.

Guadandola da un punto di vista di approccio teorico, c'è che fa notare che *“La finalità sociale è presente nel turismo responsabile per l'attenzione alla persona”* e che il turismo sociale è un'opportunità per la *“crescita della solidarietà”* all'interno del turismo responsabile.

Per chi è già addentro alle collaborazioni con realtà del mondo sociale, viene doverosamente facile sottolineare che *“i nostri partner sociali (a cui si destina una quota del viaggio) sono impegnati in questo settore”*.

Le due realtà che hanno raggranellato meno consensi sono i servizi etici e quelli legati allo scambio relazionale. Nel primo caso le opinioni sono state ampiamente divergenti,

fra chi loda il concetto che *“l’etica nell’economia è coerente con il turismo responsabile”* e chi dichiara che pur non essendosi avvalsi della collaborazione con queste realtà, le ritengono *“comunque interessanti per uno sviluppo sostenibile e solidale”*. Fra i critici si sottolinea che vi sono dei meccanismi molto complessi, o che il *“turismo responsabile è meno fra i loro obiettivi”*; fra i fautori si invoca un principio di coerenza.

Per quanto riguarda le realtà che si occupano prevalentemente di scambi relazionali, poche le risposte aperte che hanno dato qualche informazione suppletiva. Fra chi le vede bene all'interno del turismo responsabile le si ritiene *“più attinenti al turismo responsabile”*, con *“interessi convergenti”* ma c'è anche chi ritiene che *“la relazione c'è, ma è più vaga”* rispetto ad altri soggetti dell'economia solidale. E si sottolinea che *“all'interno dei gruppi locali è una variabile importante”*, che porta a un *“aumento della condivisione”*, e che la relazione sussiste *“per l’attenzione alla relazione umana”*.

Tabella 29 – Attinenza col turismo responsabile

Settori dell’economia solidale	Molto	Medio, poco, non risponde
Realtà di consumo critico	14	4
Realtà ambientali	12	6
Realtà che si impegnano nel sociale	8	10
Realtà che offrono servizi etici	5	13
Realtà dove lo scambio relazionale è prevalente	5	13

Dalle domande che intendevano capire se vi sono dei risvolti pratici rispetto alle posizioni teoriche, emerge un quadro tutto sommato chiaro (vedi tab.30), in cui si nota che la corrispondenza fra le realtà di economia solidale e i prodotti di turismo responsabile esiste ma in modo meno significativo di quel che la teoria lasciava intendere.

Tabella 30 - Interesse da parte delle realtà di economia solidale italiane ai prodotti del turismo responsabile

Settori dell'economia solidale	Sì	Sì, da parte di singoli soci	No
Realtà dove lo scambio relazionale è prevalente	5	6	3
Realtà ambientali	4	8	2
Realtà che si impegnano nel sociale	4	8	2
Realtà che offrono servizi etici	3	8	3
Realtà di consumo critico	3	7	4

L'interesse esiste ed è preponderante se ci riferiamo ai singoli soci delle realtà di economia solidale, che ci permette di sottolineare come vi sia un legame, anche solo di tipo valoriale fra chi è impegnato nei settori dell'economia solidale e i concetti di turismo responsabile, che evidentemente ben incarnano i valori cui tengono tali personaggi.

Nello specifico, e ribadendo che non si intende qui fare generalizzazioni è significativo che l'elemento che trova maggiori consensi riguarda le realtà dove lo scambio relazionale è preponderante mentre le realtà di consumo critico hanno ricevuto le preferenze minori, se vediamo al totale di coloro che hanno detto che o come realtà o come singoli, qualcuno l'interesse verso il turismo responsabile ce l'ha.

Risultati confermati dalla domanda successiva, che di fatto è inversa alla precedente e intendeva capire se le realtà di turismo responsabile utilizzano o acquistano servizi realizzati dalle realtà di economia solidale.

Si nota (vedi tab.31) che accordi se ne fanno, soprattutto con realtà legate al mondo del sociale, dove quindi il fattore della solidarietà è esplicito; ma anche con coloro che offrono i servizi etici. Non a caso nel 2012 sono stati diversi gli incontri con i responsabili dello strumento più significativo, quello della finanza. Diversi soci di AITR sono anche soci di Banca Etica e ciò influisce senza dubbio sul rafforzare i legami e favorire questi accordi strutturati.

Decisamente molto più bassi i legami con le realtà ambientaliste, e ciò nonostante i temi ambientali siano uno dei punti fermi di molte delle proposte di turismo

responsabile organizzate dagli intervistati.

Tabella 31 - Utilizzo o acquisto di servizi provenienti dall'economia solidale da parte degli operatori di turismo responsabile

Settori dell'economia solidale	Sì, con accordi strutturati	Sì, in modo occasionale	No
Realtà che si impegnano nel sociale	6	5	3
Realtà che offrono servizi etici	6	5	3
Realtà di consumo critico	4	8	2
Realtà dove lo scambio relazionale è prevalente	4	8	2
Realtà ambientali	3	10	1

Rispetto allo scambio di informazioni, che come si è visto è fondamentale per veicolare anche gli altri due flussi previsti nelle teorie di Mance, notiamo (vedi tab.32) che solo una metà delle realtà intervistate ha uno scambio in essere. Leggermente superiore alla media risulta lo scambio con le realtà di consumo critico.

La scarsa attenzione delle realtà di turismo responsabile nei confronti di realtà impegnate nel sociale oltre a coloro che vendono servizi etici non è invece spiegabile allo stesso modo.

Nel primo caso in diversi hanno sottolineato come l'impressione che hanno è che *“sia difficile far capire a chi si occupa di problematiche di tipo sociale, il nesso col turismo responsabile”*, poiché secondo un altro *“si ritiene, spesso neanche a torto, che sia un discorso lontano dal mondo del disagio”*.

Nel secondo caso il dato si spiega innanzitutto con la constatazione che sui singoli territori tali realtà sono davvero rare, se escludiamo la Banca Etica che ha filiali sparse su tutto il territorio nazionale, seppur in numero esiguo. Le altre realtà esistenti (MAG, assicurazioni, telefonia...) sono entità centralizzate che hanno una singola sede nazionale per cui il contatto con loro si limita a scambio di informazioni tecniche in un'unica direzione. Generalmente i momenti fieristici dedicati all'economia solidale in cui è prevista anche una presenza di operatori di turismo responsabile sono gli unici momenti

di possibile incontro.

Le differenze fra le informazioni inviate e quelle ricevute è minimo, sebbene vi sia uno scarto maggiore che riguarda le realtà che vendono dei servizi etici.

Tabella 32 - Esistono scambi di informazioni con le realtà di economia solidale?

Settori dell'economia solidale	Ci girano le nostre informazioni	Noi giriamo a loro le nostre informazioni
Realtà di consumo critico	12	10
Realtà che offrono servizi etici	10	7
Realtà ambientali	8	9
Realtà dove lo scambio relazionale è prevalente	8	9
Realtà che si impegnano nel sociale	9	7

Rispetto all'adesione a realtà di economia solidale da parte degli operatori di turismo responsabile intervistati, il quadro delle risposte in Italia è particolarmente variegato. Per quanto riguarda la finanza etica, c'è chi è socio di Banca Etica, chi aderisce o addirittura è promotore delle cooperative di mutua autogestione (MAG) specializzate in microcredito.

Nel veronese Planet viaggi ha dato vita a Rotte Locali, un sistema di turismo responsabile legato all'economia solidale, che si configura come un distretto di economia solidale dove i vari attori presenti cercano di fare forza comune. Diverse organizzazioni di turismo responsabile accettano forme di pagamento legate alle reti di economia solidale presenti in Italia, come lo sconto SCEC, acronimo di "Solidarietà che cammina", uno sconto solidale presente in tutta Italia. Il Vagabondo aderisce alla Rete di Economia Solidale Sud (RESS), al cui interno diverse associazioni dedite a iniziative legate alla solidarietà coi produttori specie agricoli stanno sperimentando forme di turismo responsabile, che rivendono ai gruppi di acquisto solidali presenti in altre parti di Italia.

Le realtà della RESS hanno inoltre costituito un gruppo di lavoro per implementare la presenza delle loro proposte durante l'iniziativa denominata Sbarchi in Piazza, un evento che si svolge in diverse decine di piazze italiane, organizzato dai gruppi di acquisto e dai

Distretti di Economia Solidale.

Vi sono poi operatori di turismo responsabile che sono nati mutuando direttamente i principi dell'economia solidale, come nel caso del circuito alloggi messo in piedi nel sud iglesiente dal Centro sperimentazione autosviluppo "Domus Amigas". C'è anche chi aderisce a iniziative istituzionali legate all'economia solidale come nel caso dello sportello equo del Comune di Firenze. O a quelle per la legalità in territori profondamente segnati dalla presenza della criminalità organizzata; come nel caso di AddioPizzo, che aderisce alle iniziative antiracket.

Anche il quadro delle collaborazioni è nutrito, da chi collabora con i Gruppi di Acquisto Solidale, come avviene nelle Marche e in diverse altre regioni; a chi ha contatti e scambi con le botteghe del commercio equo solidale, con cui in passato vi era una collaborazione formale. Erano stati creati infatti degli sportelli sul turismo responsabile in ogni bottega che era interessata.

L'elenco delle collaborazioni è lungo e tocca singole associazioni, da quelle locali a realtà come Libera; empori biologici che organizzano attività culturali e incontri; cooperative. In particolare, Viaggi Solidali ha dato vita all'iniziativa delle passeggiate effettuate dai migranti che vivono nelle metropoli italiane, dopo adeguata preparazione; un progetto che si sta rafforzando e ora ha varcato le frontiere nazionali.

Nel 2012 AITR ha stretto un accordo di collaborazione con *Amnesty International* teso a far circolare maggiormente le loro informative inerenti i diritti umani nei singoli Paesi, all'interno delle realtà aderenti a AITR.

Rispetto alle collaborazioni con l'estero, le realtà italiane di turismo responsabile hanno rapporti con progetti di agricoltura biologica e trasformazione prodotti, ad esempio in Mali; collaborazioni all'interno del commercio equo solidale, ad esempio con la cooperativa ecuadoregna MCCH; altri esempi forniti sono l'associazione peruviana Yachaywasi, la cooperativa guatemalteca Kato-Ki, o quella tanzanese Gaia.

Caso Spagna

Le realtà di economia solidale che si ritiene in Spagna essere maggiormente attinenti al turismo responsabile sono quelle legate al mondo del sociale (vedi tab.33). Ottimo gradimento pure per le realtà ambientaliste, mentre leggermente minori le attinenze che

si trovano con le altre tipologie di realtà di economia solidale, ciascuna delle quali comunque sfiora il 50% rispetto al totale delle risposte e supera la sommatoria data dalle risposte negative, in alcuni casi per pochissimo, segno evidente che questi due mondi ancora non si sono saldati.

Tabella 33 – Attinenza col turismo responsabile

Settori dell'economia solidale	Molto	Medio, poco, non risponde
Realtà che si impegnano nel sociale	15	2
Realtà ambientali	13	4
Realtà di consumo critico	10	7
Realtà che offrono servizi etici	9	8
Realtà dove lo scambio relazionale è prevalente	9	8

Le risposte riferite al grado di interesse da parte delle realtà di economia solidale verso i prodotti del turismo responsabile evidenziano (vedi tab.34) come questo tema sia ritenuto trasversalmente importante: e ciò sebbene in Spagna non vi sia ancora un evidente legame né è parso di notare un dibattito in corso, se escludiamo le giornate dedicate al turismo responsabile dalla sezione navarra della REAS.

Poco, decisamente, visto come in Spagna è ben strutturata la rete di economia solidale specie in questi anni di crisi economica, con una presenza che è sempre più manifesta nelle principali città.

Ed è un interesse che premia gli accordi, strutturali o occasionali fra le realtà piuttosto che i singoli soci, un dato che assume particolare rilevanza visto che era più logico attendersi il contrario, o quantomeno un interessamento significativo da parte di singole persone legate alle realtà di economia solidale; questi infatti ci si aspettava fossero dei potenziali acquirenti di proposte di turismo responsabile.

Tabella 34 - Interesse da parte delle realtà di economia solidale spagnole ai prodotti del turismo responsabile

Settori dell'economia solidale	Sì	Sì, da parte di singoli soci	No
Realtà di consumo critico	8	2	5
Realtà ambientali	8	4	3
Realtà che si impegnano nel sociale	8	4	3
Realtà che offrono servizi etici	7	3	5
Realtà dove lo scambio relazionale è prevalente	7	4	4

D'altro canto, rispetto all'utilizzo o acquisto di servizi legati alle realtà di economia solidale, la situazione in Spagna appare variegata (vedi tab.35), con una preponderanza di accordi strutturali con le realtà che si impegnano nel sociale e un quadro interessante anche per quanto riguarda le altre realtà che possono essere comprese nell'alveo dell'economia solidale.

Fanno eccezione le realtà legate allo scambio relazionale, ma solo perché vi sono meno accordi strutturati e lo scambio è legato a fattori occasionali, come può essere una campagna di sensibilizzazione in atto in una determinata destinazione turistica.

L'impressione che se ne ricava è che da parte degli intervistati ci sia un interessamento generale verso i servizi erogati dalle realtà di economia solidale.

Tabella 35 - Utilizzo o acquisto di servizi provenienti dall'economia solidale da parte degli operatori di turismo responsabile

Settori dell'economia solidale	Sì, con accordi strutturati	Sì, in modo occasionale	No
Realtà che si impegnano nel sociale	8	6	3
Realtà ambientali	6	8	3
Realtà di consumo critico	6	7	4
Realtà che offrono servizi etici	5	8	4
Realtà dove lo scambio relazionale è prevalente	3	10	4

Per quanto riguarda lo scambio di informazioni, un flusso meno impegnativo ma basilare come gli altri, si nota (vedi tab.36) che in Spagna questo scambio è asimmetrico, con un leggero squilibrio in favore degli sforzi comunicativi da parte delle realtà di turismo responsabile, che evidentemente sanno di poter contare anche su un target di riferimento come detto in precedenza. Al contrario evidentemente sono prese poco in considerazione da parte delle realtà di economia solidale, segnale di come in Spagna il turismo responsabile, nonostante le sue posizioni molto diffuse su tutta una serie di indicatori e di valori, non ha ancora trovato una sua “casa” all'interno dell'economia solidale.

Tabella 36 - Esistono scambi di informazioni con le realtà di economia solidale?

Settori dell'economia solidale	Ci girano le nostre informazioni	Noi giriamo a loro le nostre informazioni
Realtà che si impegnano nel sociale	7	9
Realtà di consumo critico	6	9
Realtà ambientali	4	8
Realtà che offrono servizi etici	3	8
Realtà dove lo scambio relazionale è prevalente	2	5

Ricco invece l'elenco delle adesioni e delle collaborazioni per le realtà spagnole che hanno risposto all'intervista, inerenti tematiche affini al mondo dell'economia solidale. Si aderisce a reti locali come la *Red asociativa local de Missour (RALM)*, marocchina, che si occupa di minori; o alla *Réseau marocain d'economia social et solidaire (REMESS)*. Cooperative di produzione e di consumo, ONG, piattaforme e reti cui si aderisce sono sparse nei luoghi dove vi sono maggiori contatti, il Sud e il Centro America, oltre che i paesi dl Nord Africa.

Fra le tante realtà, sono state segnalate collaborazioni con Ecosenegal, l'*Instituto Jane Goodall*, la ONG del Gambia *Fandema*; in Perù c'è chi lavora a un progetto nella Sierra de

Piura che unisce il commercio di prodotti locali con il turismo.

In altri casi vi è un diretto coinvolgimento della realtà di turismo responsabile, come nel caso di chi fa consulenza tramite i progetti nei paesi con cui si collabora. Si partecipa appoggiando e dando supporto tecnico per far aumentare le competenze, tra l'altro, utili ad accrescere la capacità economica delle comunità.

C'è poi chi ha aderito alla Carovana solidale svoltasi in Marocco nel 2007 ad Anfoug; chi va in visita a progetti agricoli o artigianali, in Spagna come in Marocco, chi collabora con le rete Soly dive; e chi ha contatti con la Fondazione in difesa degli animali Faada.

L'incontro con realtà locali che si è visto esser uno dei tratti distintivi del turismo responsabile viene portato avanti da chi, per esempio, accompagna i turisti a conoscere i progetti e le problematiche da affrontare presso realtà come l'associazione marocchina *Hassilabiad*, realtà palestinesi e dell'America latina; o in Senegal presso l'associazione di musicisti Gnawa di Hamilia. In generale le collaborazioni vedono coinvolte le realtà che hanno progetti legati alla forma del turismo solidale o i campi di volontariato.

Per quanto riguarda il proprio territorio, le realtà spagnole dimostrano di aver diversi contatti interessanti con le realtà legate all'economia solidale. C'è chi aderisce alla *Xarxa di economia solidaria* e chi ai diversi nodi regionali della REAS; vi è poi Ceres Ecotur, realtà che si occupa di turismo rurale, che ha stretto delle collaborazioni con diversi operatori di turismo responsabile.

Le collaborazioni coprono un vasto spettro di realtà interessanti e significative, da SlowFood ai gruppi di consumo; dalla FIARE che è considerabile la Banca etica spagnola, ad *Amensty International*. Ci sono poi le realtà che si occupano di solidarietà internazionale da un punto di vista politico, come l'associazione degli amici del popolo *Saharaoui*, l'associazione *Al Quds* (Malaga con Palestina). Collaborazioni in atto anche con diverse organizzazioni di Valencia, della Catalogna, di Madrid. Nella capitale vi è la collaborazione con un catering di prodotti del centro America.

E ancora vengono citate realtà come l'*Asociación per el Fomento de la Intercultura de los Pueblos* (AFIP), l'associazione ambientalista *Aula del Mar*, l'associazione per le persone con disagi psichici *Aspromanis*, l'ONG *Prodiversa* che si occupa di diritti umani e giustizia sociale.

Il tema della ricerca è particolarmente sentito in questa nazione, poiché vi sono

alcune zone dove si sta lavorando per avvicinare il turismo responsabile all'economia solidale. In Navarra, per esempio, opera Alter Nativas che fa parte anche della *red de redes de economía alternativa y solidaria* (REAS) e che nel 2012 ha pubblicato un interessante studio sociologico sul turismo responsabile e l'economia solidale, di cui si è tenuto conto all'interno di questa ricerca. La REAS nel 2011 ha anche pubblicato una brochure esplicitamente sul tema del turismo responsabile.

Vi è inoltre la *Xarxa de consumo critico*, rete catalana legata al consumo critico, che aderisce al FTR; e alcune realtà spagnole aderiscono alla rete mediterranea AREMDT, che si appoggia espressamente a reti di economia solidale nella sponda sud del mediterraneo.

Capitolo 6 - Conclusioni

6.a - Le nuove frontiere del turismo responsabile

6.a.1 - Sguardo di insieme

La ricerca intendeva valutare l'ipotesi che il turismo responsabile possa trovare nelle teorie relative all'economia solidale un paradigma utile per non snaturarsi, per non divenire un termine svuotato di significato, usato da chiunque e per qualsiasi occasione, come già accaduto per il turismo sostenibile, al di là delle buone intenzioni di tanti operatori e del continuo cambiamento degli indicatori di cui tener conto.

Per uscire dal paradigma neoliberista bisognerebbe partire dal presupposto che non esiste solo l'economia, o meglio che bisogna tenere in considerazione, al pari dello spazio economico, anche lo spazio politico e quello socio-culturale (Wallerstein, cit. in Vitale, 1998). E dunque considerare il turismo non come un'attività prettamente economica (Grigolli, 2011c) bensì prevalentemente sociale (Romita, 2008).

Il turismo responsabile in Europa si afferma originariamente in sintonia con questo approccio, specie nei paesi latini, lontano dalle problematiche di tipo economico, più atto a sensibilizzare i viaggiatori che a far partire una vera e propria attività economica, dove il numero dei viaggi si contava e ancora oggi in molti casi si conta sul palmo di una mano, sono più che altro esperienze di incontro.

Ma le realtà che per anni hanno portato avanti tale concetto si trovano a fare oggi i conti con una situazione più articolata, in cui pesa la mancata elaborazione di una sintesi teorica fra i diversi approcci, resa oggi ancora più difficile a causa dell'accentuarsi delle divisioni esistenti. Vi è chi organizza viaggi come attività saltuaria, chi si occupa di formazione e sensibilizzazione e chi invece è un vero e proprio operatore turistico; questi ultimi hanno bisogno di stare sul mercato, di farsi conoscere, di trovare indicatori che facciano passare dei messaggi utili al cliente per essere scelto.

Ma se un tempo il turismo responsabile veniva considerato come elemento di dinamica sociale, fattore di apertura, di rispetto, di ascolto e di scambi culturali (Dollfus,

2001), oggi queste caratterizzazioni si scontrano con una divaricazione sempre più ampia fra le varie focalizzazioni, senza che si sia riusciti ancora a elaborare una concezione autonoma, al più ci si appoggia ai concetti del turismo sostenibile o al codice etico dell'UNWTO.

Si è inoltre notato durante lo studio dei documenti che esistono grosse differenze fra realtà che sono ferme all'approccio originario e che non tengono conto di come si è evoluta la società e il turismo convenzionale; e realtà che invece ne danno un'accezione moderna, che però è apparsa particolarmente sganciata dai discorsi originari.

Bisogna dunque rassegnarsi a dividere il concetto in due, da un lato chi fa turismo responsabile solidale e dall'altra chi fa un generico turismo responsabile, come si ipotizza negli ambienti più vicini all'approccio solidale? Una divisione che appare fra l'altro poco comprensibile ai fruitori finali del prodotto, cioè i turisti, che ovviamente tenderanno a identificare il turismo responsabile solidale all'interno del concetto del turismo responsabile, pur senza che ci siano particolari punti di contatto, se non per un vago richiamo all'etica?

Ci si trova dunque a un bivio. Da un lato l'industria turistica convenzionale e alcuni influenti organismi sovranazionali che come sottolineato utilizzano oramai questo termine ognuno come preferisce, con un accento posto sul comportamento dei turisti o al più dell'industria turistica tramite uso di RSI. Dall'altro gli operatori di turismo responsabile che sono separati fra chi intende vederlo fuori dalle logiche di mercato (Gascón, 2009; Cañada, 2012; Rivera-Mateos, 2012); e chi invece ritiene che possa rappresentare un buon esempio per far ripartire l'industria turistica tramite un discorso di *cross fertilization* fra industria turistica e settore del no-profit, che sfoci nel *social business* (Grigolli, 2011c).

Un primo obiettivo della ricerca è stato dunque cercare di capire come si pongono gli intervistati rispetto al concetto stesso di turismo responsabile sia rispetto agli elementi caratterizzanti, sia rispetto alle evoluzioni, partendo dalla considerazione che oggi si organizzano viaggi di turismo responsabile anche nel Nord del mondo.

La crisi economica che ha investito anche il continente europeo, e per certi versi le rivolte arabe nei paesi della sponda sud del mediterraneo, sta spingendo molte delle realtà prese in esame a prendere in considerazione l'idea di organizzare viaggi in Europa. Servono nuove mete ma anche nuovi viaggiatori per far quadrare i conti, specie

di chi dal turismo responsabile ne ricava uno stipendio.

Ma organizzare viaggi in Europa non è lo stesso che occuparsi di organizzare in viaggio in una destinazione situata in un Paese dove i problemi socio-culturali ed economici sono enormi; non si tratta solo di un cambio di scenario ma anche di una minore differenza culturale fra chi viaggia e chi ospita, il che comporta che alcuni elementi che in passato caratterizzavano il turismo responsabile oggi forse non sono più centrali come un tempo. E inoltre l'avanzata del turismo *fai da te* apre nuovi scenari, perché c'è il rischio che molti turisti non sentano più l'esigenza di affidarsi a operatori di turismo responsabile.

Inoltre si è riscontrata la tendenza per cui chi si occupa di solidarietà organizza viaggi solidali, chi mette al centro dell'attenzione le comunità locali fa turismo comunitario e così via. Ma può essere questo un buon metodo per identificare un modo di pensare il turismo? Dal punto di vista di un ragionamento alternativo a quello neoliberista, non sembra essere un procedimento soddisfacente, poiché mancano una serie di parametri fondamentali, come quello del ritenersi un unico organismo che abbisogna della diversità certo, ma senza dimenticare il concetto di insieme legato all'integralità (Morin, 1993). Utilizzare singoli elementi presta inoltre il fianco all'uso indiscriminato da parte di chiunque voglia utilizzare un termine ritenuto appetibile per il proprio target. Più che un modo intelligente e pragmatico di procedere, sembra di assistere a un tentativo di non risolvere il problema e pone a tutte le realtà di turismo responsabile un interrogativo: supposto che ognuno può organizzare la forma che vuole, in cosa si identifica il turismo responsabile?

Un altro tema su cui ci si soffermati ha riguardato la questione di quali devono essere gli attori del turismo responsabile, per sottolineare come l'importanza di un approccio multi-attoriale sia la strada giusta da seguire, senza però nascondere i problemi legati a questo modo diverso di intendere i ruoli nel settore turistico dei vari attori. Oltre ai dubbi sull'utilità di perseguire il tema delle certificazioni. L'attenzione a questo tema è dovuta al fatto che i concetti di economia solidale, sia nella loro concezione più radicale tipica del continente latino americano, sia in quella meno ortodossa riscontrabile in Europa, ritengono basilare l'interazione fra i vari attori, e fra questi non possono certo mancare le popolazioni locali.

Per questo motivo all'interno dell'analisi sugli attori si è approfondita in particolar modo la questione dei residenti di una destinazione turistica e del significato di comunità locale, un termine che viene sempre citato dalle realtà di turismo responsabile.

Bisogna partire dal presupposto che i popoli, le comunità e i paesi hanno il diritto a definire le proprie politiche agricole, al fine di provvedere a una distribuzione equa delle risorse, contrariamente a quanto avviene nelle teorie liberiste, dove al di là di propugnare il metodo *win-win* in cui tutti ci guadagnano dallo svilupparsi di un'attività economica, si ritiene che ci sarà sempre qualcun che verrà marginalizzato (Gascón, 2009). Comunità locali che possono rappresentare un attore importante per una presa di distanza dal paradigma neoliberista, caratterizzato dalla mercificazione di tutto ciò che serve al turismo per fare business, identità culturali comprese (Wearing *et al.*, 2005).

Un tema che dunque non poteva essere relegato solo a chi si occupa di turismo comunitario, bensì andava inserito in uno studio sul turismo responsabile, in modo adeguato al contesto e alla proposta turistica, come i recenti accordi fra AITR e *Survival International* insegnano.

Infine si è voluto analizzare i rapporti fra realtà di turismo responsabile e l'economia solidale, sia da un punto di vista teorico sia riguardo il livello dei flussi di informazioni, di valori e materiali esistenti fra le realtà intervistate e quelle di economia solidale.

Tale rapporto, che costituiva il fulcro della ricerca è stato così incentrato partendo dall'assunto che al di là degli interessi privati di ciascun attore, ci sono possibilità di cooperare e di superare la dicotomia individuale-collettivo (Vigliarolo, 2011), in un quadro in cui l'economia viene concepita come prodotto di relazioni sociali (Polanyi, 1974).

6.a.2 - Caratterizzare il turismo responsabile

Per valutare cosa sia oggi il turismo responsabile per gli intervistati, si è ricorso a due parametri: le affinità con forme similari e gli elementi caratterizzanti.

Riguardo al primo punto la ricerca ha evidenziato come gli operatori intervistati ritengono che la maggior parte delle forme e delle tipologie che generalmente vengono

riconosciute all'interno del termine ombrello "turismo responsabile" sono considerate affini, eccezion fatta per l'ecoturismo che si piazza all'ultimo posto, con un divario più marcato in Italia rispetto alle altre tipologie.

Sia in Spagna che in Italia gli intervistati hanno evidenziato come tutte le voci inserite sono ritenute vicine al concetto di turismo responsabile, con alcune differenze significative. In Spagna primeggia il turismo comunitario mentre in Italia si ritiene il turismo sostenibile essere la forma più affine al turismo responsabile, seguita da un risultato quasi analogo dal turismo sostenibile.

Tale differenza può essere compresa con i diversi processi storici dei due Paesi, che accompagnano anche l'evoluzione avvenuta all'interno degli operatori di turismo responsabile.

In Spagna infatti i legami dovuti al passato colonialista verso i Paesi del Centro e Sud America è ancora culturalmente molto forte. Ciò ha determinato una particolare attenzione verso la sorte di quelle popolazioni, che si è trasformato in appoggio al riscatto di tali popolazioni con un prevalere del turismo comunitario ma anche di proposte nate in appoggio ai processi rivoluzionari e di resistenza che hanno caratterizzato il periodo degli anni Ottanta del secolo scorso. Ne sono un esempio l'organizzazione delle brigate internazionali di solidarietà, permanenze di circa un mese in cui i viaggiatori davano una mano alle popolazioni locali in settori quali l'agricoltura, l'educazione o la costruzione di infrastrutture (Gascón, 2009).

Anche in Italia esistevano ed esistono tutt'oggi viaggi simili legati a passioni politiche, ma non hanno mai intersecato i fondatori del turismo responsabile, restando relegati in contesti politici, con viaggi organizzati da associazioni come quelle di solidarietà e amicizia Italia-Cuba o Italia-Nicaragua, ancora oggi attive e capaci di organizzare campi di volontariato e viaggi di conoscenza.

In Spagna l'organizzazione di viaggi solidali è stato successivo, risalente agli anni Novanta del secolo scorso, con lo scopo di fare sensibilizzazione sui problemi delle comunità locali; solo in seguito, nella prima decade del terzo millennio, tali esperienze di viaggio sono state inquadrare all'interno dei progetti di cooperazione allo sviluppo (Gascón, 2009).

I viaggi solidali delle ONG italiane partono direttamente all'interno dei progetti di cooperazione allo sviluppo, inizialmente come quota che i viaggiatori lasciavano nelle destinazioni visitate al cui interno erano presenti progetti di sviluppo della stessa ONG,

successivamente con l'acquisto di servizi locali nati grazie a progetti di cooperazione allo sviluppo dedicati al settore turistico e all'implementazione di comunità locali ospitanti.

La scelta del turismo sostenibile come elemento principale in Italia, leggermente meno considerato in Spagna, si comprende dalle specifiche effettuate dagli intervistati, dove le realtà spagnole ci hanno tenuto a sottolineare che quando si parla di turismo sostenibile bisogna distinguere le teorie dalle prassi, palesando uno scetticismo verso ciò che sta diventando o che è diventato il turismo sostenibile. In Italia invece le realtà intervistate, che aderiscono ad AITR, non hanno elaborato alcun distinguo fra teorie e prassi del turismo sostenibile, il che trova riscontro anche nelle Carte di Principi di AITR dove si parla espressamente di turismo sostenibile.

Anche il livello di pubblicazioni esistente in questi due Paesi sul tema sono differenti. In Spagna esistono numerose pubblicazioni, facilmente accessibili in qualsiasi libreria che abbia un settore sul viaggio; oltre che riviste scientifiche contenenti continue analisi critiche sul turismo convenzionale; ma anche molteplici e accurate riflessioni su blog tenuti da studiosi oltre che da attivisti. Ciò facilita un'attenzione da parte degli operatori vecchi e nuovi, rispetto alle preoccupazioni per le comunità locali, tenute particolarmente in conto dal turismo comunitario.

In Italia invece la carenza di pubblicazioni è innegabile, non esistono collane dedicate a tali temi da parte di nessuna casa editrice di rilievo, non esistono riviste scientifiche dedicate ad analisi critiche del turismo, né riviste che abbiano contenuti che non siano quasi esclusivamente di incentivazione del turismo, al più con qualche preoccupazione di cui tener conto. E inoltre l'attenzione verso altri paesi è minima, sia per una minore presenza di migranti sul nostro territorio, sia per un passato coloniale di basso profilo. Per quanto riguarda il parametro riferito a quali elementi caratterizzino il turismo responsabile, il quadro appare in entrambi i Paesi sbilanciato verso alcuni elementi piuttosto che altri. In Spagna la scelta è andata nettamente alle comunità locali, sia per i benefici che per il loro ruolo da protagonista, trovano, con una percentuale superiore al 80% per entrambi gli elementi. In Italia la preferenza in termini percentuali per il protagonismo delle comunità locali è ancora maggiore rispetto ai benefici, 80% per il primo elemento, 60% per il secondo.

Stupisce l'ultimo posto per la Responsabilità Sociale d'Impresa in entrambi i Paesi, non tanto per la Spagna, dove c'è un maggiore dibattito aperto sull'opportunità di

considerarlo un elemento caratterizzante, quanto per l'Italia, visto come l'AITR dal 2011 ha deciso di occuparsene in modo ufficiale.

La scelta del protagonismo delle comunità locali sia in Italia che in Spagna è particolarmente significativa poiché avvicina in modo inequivocabile il tema del turismo responsabile a quello dell'economia solidale, i cui attori come detto sono sempre prima di tutto le realtà locali; e ci pone davanti a scenari di uno sviluppo endogeno che si allontana dall'idea classica del turismo per cui la comunità locale non era altro che un oggetto all'interno di un'attività commerciale che riguardava industria turistica e turisti.

Ragionamento che trova conferma nel buon piazzamento sia dei temi della solidarietà, in entrambi i casi al quarto posto, sia degli accordi duraturi con partner locali, anche qui con un quinto posto rintracciabile sia in Italia che in Spagna. Due principi che fanno parte delle caratteristiche originarie del turismo responsabile per come vissuto in Italia ma anche in Spagna, segno evidente che in questi due Paesi è ipotizzabile partire dalla concezione originaria per confrontarsi con le nuove frontiere del turismo responsabile.

Da sottolineare inoltre che la composizione di chi ha risposto non solo è eterogenea, ma vede in Spagna una mancanza di discussione strutturata fra le varie organizzazioni, a differenza di ciò che accade in AITR, dove è prevista anche una formazione per gli iscritti, specie i nuovi, in cui si discute di tutti gli elementi che caratterizzano il turismo responsabile.

Se per le realtà di turismo responsabile questo elemento è fondamentale come elemento almeno in teoria, resta da capire in che termini.

I nuovi viaggi organizzati in Europa, se non espressamente di stampo solidaristico, non hanno particolari riferimenti, se non per l'elemento dei benefici locali quasi mai conferendole un ruolo da protagonista. E anche dalle interviste è emerso che a parte un richiamo teorico, non c'è poi particolare traccia di tale interessamento.

Nel caso dei benefici locali, non si propone niente di nuovo per viaggi nei paesi del Nord del mondo dove il turismo già esiste da tempo ed esistono molti operatori locali; inoltre lavorare nel turismo è una questione spesso individuale, dove le alleanze fra operatori locali è solo dettata da esigenze economiche, non da visioni comunitarie rispetto all'andamento del turismo, meno che mai rispetto a discorsi legati alla condivisione di parte dei proventi. E infatti molti intervistati hanno espresso scetticismo

circa questo parametro, assieme alle scelte ambientaliste.

Favorire l'economia locale è un elemento caratteristico per tutti gli operatori europei che si occupano di turismo responsabile a prescindere dagli approcci, eppure sottolineare che in fondo è un elemento che nei viaggi del Nord del mondo è abbastanza ordinario, tipico anche del turismo convenzionale dove l'afflusso di capitali stranieri per far partire un'attività turistica è limitato a grosse infrastrutture, significa rendersi conto che non può essere un elemento caratterizzante. In realtà stando ai numeri delle interviste, è una comprensione ancora non molto chiara in Spagna dove neanche il 50% degli intervistati lo ritiene un elemento che ritroviamo anche nel turismo convenzionale, decisamente più spiccata la tendenza in Italia, forse anche perché in questo Paese esistono diversi organizzatori che si occupano da anni di *incoming* e certi ragionamenti sono all'ordine del giorno.

6.a.3 - Sul ruolo degli attori del turismo responsabile

Il focus sulla multi-attorialità nel turismo responsabile si è concentrato su diverse questioni di cui quella sul ruolo delle comunità locali è stata ritenuta particolarmente significativa ed è stata infatti approfondita nel corso delle interviste strutturate.

La questione si lega ovviamente al discorso dell'identità del turismo responsabile e a chi deve fare in modo che ci sia responsabilità nel turismo, poiché applicando il principio olistico risulta impensabile ipotizzare di affidare la responsabilità della questione a un unico attore.

Non solamente al giudizio dei turisti, ai quali si riconosce l'aumento della potenzialità di influenzare l'offerta degli operatori turistici, ma anche il limite di non essere una massa organizzata, e quindi di essere facilmente manipolabili sulle grandi questioni, e di poter fare breccia solo in occasione di singoli casi che riescano ad avere un copertura mediatica significativa. Oltre al fatto che il turista da solo può decidere bene, ma anche male, nel senso etico del termine. Il turismo sessuale esiste perché c'è una forte richiesta in tal senso, così come diverse esperienze che in teoria sarebbero molto affini al turismo responsabile, come sottolineato nei capitoli precedenti, sono state modificate sia in Italia che in Spagna, perché i turisti ne hanno dato un'interpretazione differente, facendo adattare le proposte alle proprie esigenze. E' stato così in Italia per il *bed and breakfast*,

che oggi viene richiesto come servizio non più nel modo originario dell'andare a dormire presso casa di qualcuno ma come andare in un residence, dove la stanza degli ospiti deve avere un ingresso a parte, così come sia in Italia che in Spagna con gli agriturismi e il turismo rurale, che da incontro fra agricoltori e cittadini è diventato un modo per passare in tranquillità un week end antistress per turisti-cittadini. Il turista dunque può essere un buon alleato, ma va sensibilizzato, senza un'azione educativa e di sensibilizzazione è difficile che certi messaggi possano passare.

I dati dell'indagine coordinata in Italia dalla Bouc (2009) fornisce in proposito dati eloquenti: oltre il 72% ritiene che turismo responsabile sia rispettare e scoprire la natura; il 49% propende per l'averne uno scambio con le popolazioni locali; il 41% ritiene che significhi partire con un operatore che sostiene le associazioni locali. Dovremmo concludere che poiché per i turisti italiani che hanno risposto all'indagine la natura è il primo significato da attribuire al turismo responsabile, è giusto procedere in tal senso?

Delle istituzioni non si è parlato in questa ricerca perché esulava dagli scopi di tale studio; sono realtà importanti perché in teoria dovrebbero fare da cerniera fra le istanze della società civile e l'industria turistica ma la storia insegna che spesso ha scelto di stare dalla parte dell'industria turistica convenzionale, come nel caso della privazione dell'accesso ai pozzi d'acqua ai Boscimani in Botswana per poter far costruire un *resort* turistico, tanto per fare l'esempio più eclatante. Ciò implica che non è bene lasciare a loro il ruolo di elaborazione di un turismo responsabile, sebbene non manchino degli esempi che sembrano virtuosi in tal senso.

Diverso il discorso per enti no-profit come le Università, la cui collaborazione con chi si occupa di turismo responsabile avviene già in diverse esperienze ritrovate sia in Italia che in Spagna, sebbene in Italia l'accezione prevalente è il ritenerlo parallelo al turismo sostenibile, mentre in Spagna l'approccio è differente. Ma anche tali enti possono essere una parte del tutto, nel campo che gli è congeniale, quello della ricerca.

Neanche si può ipotizzare, come fanno alcuni (vedi Grigolli, 2011a) di affidarsi all'industria turistica convenzionale come unico *stakeholder* in grado di favorire la responsabilità; tale ragionamento non è accettabile poiché l'idea secondo cui l'industria turistica avrebbe tutto l'interesse a preservare le risorse naturali e umane appare ingiustificato come auspicio; in un'ottica neoliberista, la prima realtà che quando in un luogo ci sono problemi ha le potenzialità oltre che la convenienza per spostare le proprie attività in un'altra destinazione è proprio l'impresa turistica, specie se chi la gestisce non

ha alcun legame col luogo in questione. O se non esistono leggi per far pagare le responsabilità delle proprie azioni.

Certo, esistono tanti operatori turistici, convenzionali e non, che sono guidati da un senso etico e dunque sono interessati ad avere un impatto minore anche da un punto di vista socio-culturale delle loro attività sulle popolazioni locali. Ben venga che facciano parte di un movimento di turismo responsabile, ma a patto che le regole non siano stabilite da loro, il che significa non porsi come obiettivo quello di trovare redditività nello stare all'interno di certi meccanismi, ma solo il voler esserci per una scelta etica di fondo.

Resta da capire il ruolo degli operatori di turismo responsabile; qualora sia inteso come un modo di proporsi alternativo all'industria convenzionale potrebbe fare da ago della bilancia fra esigenze delle comunità locali e richieste dei turisti, una sorta di filtro. Specie le realtà di II livello se organizzate in modo da accogliere al suo interno i diversi attori, non solo gli operatori turistici.

La qual cosa è possibile, visto anche che è stato posto come elemento caratterizzante il possibile ruolo da protagonista della comunità locale, che rappresenta un elemento che non è appannaggio del turismo convenzionale, in cui a furia di porre sempre l'economia e il profitto in primo piano si tende a usare gli altri elementi come corollari.

Rispetto alle comunità locali, è chiaro che da sole difficilmente avranno interesse a caratterizzarsi in un modo specifico. Ma di certo possono e devono avere gran voce in capitolo, all'interno dei processi turistici.

Ma con quale ruolo? Basta assegnare loro un ruolo passivo di beneficiarie delle attività turistiche altrui o è necessario un ruolo attivo, da protagoniste, all'interno dei processi turistici?

Le interviste effettuate ci dicono che vi è ampia convergenza in entrambi i Paesi nel considerarli entrambi elementi importanti, con una preferenza verso il protagonismo nelle celte teoriche e una prassi in cui tale coinvolgimento viene sostanzialmente meno, tranne per le ONG.

Chi propende per un loro ruolo da protagoniste, mutua il concetto dal turismo comunitario, ma in tal modo si creerebbe un problema di come guardare al turismo responsabile in altri contesti che non siano quelli rurali, come nel caso del turismo responsabile urbano che pure si sta diffondendo.

Riferirsi solo ai benefici significherebbe innanzitutto cancellare decenni di approcci di tipo multi-attoriale ben sperimentati in altri contesti e che potrebbero tornare utili a chi si occupa di turismo responsabile in un'ottica olistica. Oltre al fatto che nei viaggi europei questo elemento già oggi non è considerato particolarmente significativo, visto che molti operatori turistici sono locali, ma non per questo hanno a che fare con il concetto della responsabilità.

Fermo restando l'esigenza di chiarire meglio i contorni della loro identità, che è apparsa troppo poco connotata rispetto all'importanza che si dice rivesta come elemento identitario, affidare un ruolo da protagonista alle comunità locali da' una potenzialità maggiore per identificare in modo nuovo il turismo responsabile, non più basato o solo sulla solidarietà di chi è agiato verso chi non lo, o viceversa semplificato in un vago discorso di tipo comportamentale; ma basato sul tema della *governance* del territorio.

Se tutti gli attori hanno possibilità di espletare pari rapporti di forza all'interno del loro relazionarsi, è ipotizzabile che l'aspetto economico possa davvero essere affiancato da quello esperienziale e relazionale, che sono elementi presenti in tutti i documenti degli operatori di turismo responsabile, oltre a essere elementi ben utilizzati nel campo delle scienze sociali che si interessano di turismo. E che trovano dei legami con l'economia solidale.

D'altronde per avere un rapporto di tipo esperienziale che sia alla pari, occorre puntare di più innanzitutto sul rafforzamento del protagonismo delle comunità locali, piuttosto che relegarle a beneficiarie di proposte di turismo responsabile. Ciò consentirebbe di avere un gap di partenza minore, una maggiore capacità di decidere cosa prendere della società industrializzata e cosa ritenere superfluo (Wearing *et al.*, 2005). Ma a condizione che ci si occupi non di un potenziamento in chiave economica, che non fa altro che arricchire quelle parti della comunità che generalmente meno necessitano di guadagnare; bensì a un *empowerment* sociale, che faciliti il miglioramento della coesione sociale interna (Rousset, 2009).

Oltre al fatto che finché il turismo viene visto dalle masse come un momento alternativo alla vita lavorativa, difficilmente si potranno affermare su larga scala i concetti esperienziali, che rischiano di restare un concetto valido solo per una nicchia di mercato.

6.a.4 - Turismo responsabile e economia solidale: quali prospettive

Rispetto all'esistenza di continui flussi di valori, di informazioni e materiali, che secondo Mance (2006) devono caratterizzare un'impresa di economia solidale, all'interno della ricerca si è voluto dar conto di quanto sussistano interessanti legami esistenti, sebbene all'interno di un quadro non ancora sufficientemente articolato, meno che mai strutturato.

Si è ritenuto utile parlarne e raccogliere le impressioni degli intervistati più che altro per saggiare l'interesse al tema, oltre che per iniziare a testimoniare l'esistenza di tali scambi, e a mapparli.

Scambi che fra l'altro vanno intesi sia fra le realtà di turismo responsabile, sia rispetto ad altre realtà di economia solidale.

Nel primo caso, in Italia l'adesione ad AITR da' una possibilità di continuo dibattito sulle questioni più svariate, assicurando in tal modo un discreto scambio di informazioni che coinvolge di fatto la base associativa più addentro alla vita di AITR ma che è utilizzabile da tutti; ogni socio può proporre qualche riflessione che viene liberamente portata avanti da chi è interessato. E' una miglioria degli ultimi anni che è da ritenere utile per un continuo scambio di opinioni ma anche di possibilità, dai bandi cui partecipare a idee da rilanciare. Ogni realtà ha poi un suo canale informativo autodiretto, rivolto a soci o a clienti, generalmente *newsletter*.

In Spagna l'informazione è più autodiretta, nel senso che di realtà che inviano informazioni ce ne sono diverse, ma in genere sono strutturate come *newsletter* o come *blog*, manca al momento un vero e proprio scambio comunicativo.

Rispetto a scambi materiali fra realtà di turismo responsabile, esiste in entrambi i Paesi ma è minimo, riguarda alcuni operatori turistici che hanno interesse a rivendere servizi di altre organizzazioni più piccole e meno strutturate.

Sugli scambi di valore si è detto come ogni realtà abbia il suo modo di intendere la propria missione, ma di certo l'etica è la caratteristica che accomuna tutti, per gli altri valori ognuno pesca dal proprio *background*.

Più articolata e meno facile da interpretare è la situazione degli scambi con le realtà di economia solidale. Il quadro emerso è particolareggiato, appare evidente che ne sussistono di svariati e che pur nella eterogeneità del dato, si può sottolineare come tali scambi siano risultati maggiori rispetto al numero degli intervistati afferenti alla

categoria del no profit.

Le realtà spagnole li intrattengono in prevalenza con i luoghi delle destinazioni turistiche, generalmente per motivi di solidarietà o perché sono partner di progetti di viaggio; sono scambi prevalentemente di tipo valoriale e materiale, meno di tipo informativo. Alcune prassi di questo tipo esistono anche sul territorio spagnolo ma minori, non essendoci ancora una tradizione significativa di viaggi nel continente europeo; per quanto riguarda altri tipi di flussi, questa concezione è data per scontata per tutte le realtà no-profit mentre non si è riscontrato particolare interesse da parte degli altri intervistati.

In Italia la situazione è più variegata perché un terzo delle realtà di AITR organizza viaggi in Italia, per cui i ragionamenti sono anche più sviluppati. E anche i contatti maggiori, così come maggiore è la conoscenza di cosa sia l'economia solidale forse anche in virtù di appuntamenti sempre più noti a iniziare dalla fiera "Fa' la cosa giusta".

Vi sono poi altri scambi di cui tener conto che sono stati rintracciati durante l'osservazione partecipante e l'analisi dei documenti, specie in Italia, dove l'economia solidale e il turismo responsabile si incrociano da anni.

Uno dei principali progetti di collaborazione svoltosi in questo Paese negli anni scorsi è stata l'attivazione di sportelli di turismo responsabile all'interno di 400 botteghe di commercio equo e solidale sparse sul territorio italiano. Nato da un progetto di RAM e rafforzato grazie a un accordo fra AITR e le Botteghe del Mondo afferenti a Assobotteghe o ad AGICES, oggi il progetto si è arenato ma ha avuto il merito di cementare il legame fra questi settori merceologici (Garrone, 2007). E nel 2012 AITR ha incontrato le realtà del commercio equo e solidale per scambiarsi buone prassi, con un seminario tenutosi a Bologna.

Al convegno nazionale 2012 della Rete di Economia Solidale (RES) svoltosi nelle Marche, realtà di turismo responsabile hanno organizzato dei pacchetti turistici ad hoc per i partecipanti e durante questo incontro la Rete di Economia Solidale Sud (RESS) ha istituito un gruppo di lavoro sul turismo responsabile, che dovrebbe coordinare le varie attività che stanno nascendo e che vedono un forte legame fra economia solidale e turismo responsabile.

Le più importanti fiere italiane sui temi dell'economia solidale prevedono sempre una sezione sul turismo responsabile, non solo limitata agli stand ma aperta anche alla proposizione di attività inerenti la tematica: solo per limitarci all'edizione siciliana 2012

di “Fa' la Cosa Giusta” è stato presentato un libro sul turismo responsabile e si è svolta una riunione degli operatori siciliani che se ne stanno occupando; nell'edizione milanese, quella principale, il focus è stato il Brasile di cui si è parlato a proposito dei viaggi di turismo responsabile che si possono fare. Lo stesso avviene ogni anno a Firenze a “Terra Futura”. Le principali realtà di turismo responsabile hanno inoltre rapporti con Banca Popolare Etica, di cui molti soci di AITR sono fra l'altro correntisti quando non addirittura soci.

Sulle pubblicazioni italiane dedicate all'economia solidale di questo ultimo decennio, inoltre vi è sempre una rubrica fissa o un'attenzione verso il turismo responsabile. Ma anche singole pubblicazioni dedicate all'argomento hanno da sempre inserito il turismo responsabile fra le attività di una guida solidale, vedi ad esempio la guida al consumo solidale, realizzata nel 2006 da Pangea.

In Spagna questo tipo di collaborazioni è meno avviato sul territorio spagnolo, nella prima edizione della fiera di economia solidale catalana vi era giusto un riferimento al turismo nella sezione dedicata al tempo libero. La rete navarra di economia solidale è l'unica che si occupa esplicitamente di turismo responsabile.

Ma a differenza dell'Italia la Spagna ha un forte legame con il Sud e Centro America dove le esperienze di economia solidale si sono rafforzate e sono particolarmente attive e note e ciò spiega come mai in Spagna le realtà hanno maggiori collaborazioni rispetto all'Italia, dove ci si ferma a un discorso di affinità teorica.

6.a.5 - Considerazioni conclusive

Sia la situazione registrata in Italia che quella riportata per la Spagna dimostrano che vi sono grandi potenzialità per far crescere l'affinità fra turismo responsabile e economia solidale, poiché oltre a significativi legami concettuali vi sono svariati collegamenti che riguardano prevalentemente le realtà no-profit, ma non in modo esclusivo come si poteva supporre prima della ricerca sul campo.

Dalle interviste effettuate emerge che a prescindere dal tipo di organizzazione e dalla formula turistica posta in essere, c'è una certa propensione all'approccio olistico, che facilita l'integrazione nel turismo di temi come il commercio equo, la lotta contro lo sfruttamento sessuale di minori, il tema della dignità nel lavoro e dei salari, il rispetto delle comunità indigene, i temi di genere, la lotta contro il cambiamento climatico, il

benessere degli animali (De Juan, 2011).

Ma di che tipo di turismo?

Gran parte delle realtà intervistate hanno presente che alcuni degli elementi che caratterizzavano il turismo responsabile rischiano di non essere validi per viaggi attuati in località europee, vuoi per il diverso conteso e il minor gap culturale, vuoi perché è una società più individualista. Certo, chi si occupa di solidarietà può trovare nuovi punti anche nel continente europeo. E chi pone le comunità locali al primo posto può trovare come attuare questo principio in contesti simili, dove il senso della comunità è ancora attivo. E' qualcosa che sta già accadendo.

Ma per poter raccogliere queste varie forme di turismo responsabile e al contempo tener fede agli impegni che ci si è presi in modo trasversale nel momento in cui si è aderito anche solo moralmente a un'idea dove ci si prefigge risultati ambiziosi specie in riferimento al rispetto socio-culturale, serve uscire dal paradigma neoliberista. Che non significa smettere di occuparsi di fattori economici, ma affiancarli a valori più in sintonia fra l'altro con quanto ritrovato nei documenti di quasi tutte le realtà intervistate, al di là delle sfumature.

E' dunque ipotizzabile che il turismo responsabile utilizzi il paradigma dell'economia solidale o è destinato a chiudersi dentro quello neoliberista, più di quanto non stia già accadendo?

La ricerca ha mostrato come la spaccatura esistente sia negli approcci che di riflesso nelle modalità attuative su come fare turismo responsabile non fanno ipotizzare che ci sia una soluzione verso l'economia solidale a portata di mano nell'immediato.

Inoltre le difficoltà per tutte le realtà del turismo responsabile sono state dichiarate dalla gran parte degli intervistati, a prescindere dalla loro forma sociale. E le impellenze economiche rischiano di far passare in secondo piano una serie di attenzioni di tipo sociale.

D'altro canto se si vuole davvero tener fede ai buoni propositi evidenziati da tutti gli operatori, si dovrebbero fare delle mosse in tal senso per tracciare un percorso virtuoso.

Ma le idee del turismo responsabile si inseriscono perfettamente nell'approccio olistico che è alla base di vari paradigmi alternativi al neoliberismo, le sue parole chiave vanno tutte nella stessa direzione dell'economia solidale.

L'economia solidale non trascurava i fattori economici ma li mette allo stesso livello di altri fattori non economici, per cui è compatibile con le esigenze di chi fa turismo responsabile ed è in totale sintonia con i valori espressi da tutti gli operatori intervistati, ovviamente le realtà no-profit sono più addentro a questo tipo di discorsi, ma anche coloro che si occupano di vendere viaggi responsabili hanno dimostrato una tensione verso queste tematiche che fanno ben sperare.

E le situazioni già in essere sono incoraggianti.

Un turismo responsabile come attività di consumo critico, che unendosi agli altri spezzoni dell'economia solidale può dare man forte anche ad altri settori di quest'ultima, come il settore agricolo.

Certo, dipenderà anche da se e come le varie realtà operanti sui territori decideranno di agire.

In Italia la presenza di un'associazione di II livello che ha una storia particolarmente legata a queste tematiche e con una buona democrazia interna, fa ben sperare. Serve sensibilizzare i turisti nonché l'industria turistica, serve fare formazione per far passare i valori etici e le prassi, serve sostenere gli operatori soci affinché riescano a vendere i loro prodotti ma serve soprattutto un senso del limite, che è presente nelle teorie dell'economia solidale e che il turismo responsabile deve sempre portare avanti come un proprio vessillo. Oltre al discorso delle comunità locali, alle quali è bene che sia assegnato un ruolo di primo piano.

In Spagna il quadro è frastagliato, le realtà sono slegate fra loro, fatta eccezione per la dozzina di membri che aderiscono al FTR.

Attualmente ciò che emerge dalla ricerca è una mancanza di conoscenza complessiva su cosa sia l'economia solidale, i suoi funzionamenti, le sue potenzialità; ognuno ne conosce un piccolo pezzo ma in generale sfugge una conoscenza più articolata di tali teorie.

Sicuramente le reti di economia solidale hanno le loro responsabilità, per non aver quasi mai considerato il turismo responsabile fra le possibili risposte a un mondo globalizzato dominato dal paradigma neoliberista. Se è vero che viaggiare può essere considerato un bene inessenziale, va anche ricordato che nelle nostre società può essere oramai considerato un bene di cittadinanza.

L'economia solidale può costituire dunque la colonna portante del turismo responsabile, dove il termine solidarietà non va inteso solo come appoggio a popolazioni svantaggiate, ma nel modo più ampio con cui oggi viene concepito, dove è il reciproco supportarsi che deve essere considerato lo snodo centrale, il punto di riferimento. La relazione dunque, nel caso del turismo, fra chi vive in una destinazione turistica, chi vi organizza i viaggi e i turisti.

ALLEGATO 1

CONCETTI e DEFINIZIONI di “TURISMO RESPONSABILE” REDATTI dalle REALTÀ EUROPEE

Associazione Italiana Turismo Responsabile (AITR)	È il turismo attuato secondo principi di giustizia sociale ed economica e nel pieno rispetto dell'ambiente e delle culture. Riconosce la centralità della comunità locale ospitante e il suo diritto ad essere protagonista nello sviluppo turistico sostenibile e socialmente responsabile del proprio territorio. Opera favorendo la positiva interazione tra industria del turismo, comunità locali e viaggiatori
Association de Tourisme Equitable e Soutainible (ATES)	Questo tipo di turismo deve basarsi su 2 concetti fondamentali: essere un sostegno allo sviluppo locale delle destinazioni d'accoglienza e essere elaborato e condotto in stretto partenariato con la comunità locale e i loro rappresentanti. A ciò si aggiungono 10 criteri cui i viaggiatori devono attenersi e altri valori che gli operatori certificati devono rispettare.
Coalition Internationale Tourisme Responsable (CITR)	È l'applicazione del concetto di sviluppo sostenibile all'interno del settore turistico; designa tutte quelle forme che rispettano e preservano a lungo termine le risorse naturali, culturali e sociali oltre a contribuire in modo positivo e equo allo sviluppo e alla prosperità delle popolazioni locali. La responsabilità riguarda anche il rispetto che il viaggiatore deve avere verso la destinazione turistica e quella degli operatori turistici in tutte le fasi del prodotto turistico con riferimento alle popolazioni d'accoglienza dei turisti, degli ambienti economici, sociali e ecologici della destinazione turistica.
Forum Anders Reisen	Ecologicamente sostenibile, economicamente produttivo, eticamente e socialmente equo sul lungo termine.
Foro de Turismo Responsable (FTR)	Va visto come un movimento sociale che cerca di stabilire modelli di sviluppo turistico sostenibili e specifici per ogni zona di destinazione, tenendo in considerazione le variabili sociali, economiche e ambientali; valorizzare e promuovere la responsabilità dei turisti, dei tour operator, delle popolazioni locali e delle istituzioni pubbliche per favorire modelli turistici sostenibili; denunciare gli impatti negativi che il turismo provoca o può provocare nelle società locali così come l'immagine distorta che i visitatori possono avere della realtà che sono andati a conoscere.
Réseau Archimède	E' un tipo di turismo che beneficia prioritariamente le popolazioni locali tenendo in conto il rispetto dell'ambiente e delle culture locali.
Tourism Concern	Deve essere un turismo che tende a includere e a dare maggiori benefici alle comunità locali, in particolare ai popoli indigeni e agli abitanti dei villaggi rurali dei paesi del sud del mondo. Punto nodale è l'equa ripartizione dei profitti derivanti dalle attività turistica e la capacità decisionale che deve avere la popolazione locale.
Association des tour Opérateurs Thématique	(per le realtà certificate ATR): consentire la scoperta autentica delle regioni di accoglienza; favorire maggiori ricadute economiche fra gli

(ATT)	attori del viaggio; rispettare usi e differenze culturali delle località d'accoglienza; rispettare l'ambiente e il patrimonio culturale come naturale; fornire informazioni trasparenti e reali; sostenere azioni di solidarietà nei viaggi che hanno per destinazione i paesi poveri del sud del mondo, lavorando su tre assi: comunità locali, ambiente e patrimonio culturale.
Responsibletour.com	È un nuovo modo di viaggiare per quelli che ne hanno abbastanza del turismo di massa. Prevede il rispetto e maggiori benefici per le popolazioni locali, il rispetto per l'ambiente, l'incontro con la gente
<i>Id Croisé</i> (<i>conocemundo.org.</i>)	Non è un tipo o un modello specifico di turismo, ma un movimento a favore della sostenibilità dell'azione turistica che si articola, tramite molteplici azioni suddivisibili in 3 assi: a) stabilire modelli di sviluppo turistico sostenibili e specifici per ciascuna destinazione, rispettando le variabili sociali, culturali, economiche e ambientali autoctone; b) denunciare gli impatti negativi che il turismo comporta nelle società locali, l'ambiente, e contemporaneamente appoggiare la collettività; c) valorizzare e promuovere la responsabilità dei turisti, dei tour operator, delle guide e delle istituzioni pubbliche per favorire modelli turistici sostenibili.
Viajesresponsables.com	Un turismo più responsabile implica un viaggiatore cosciente della sua attuazione, che intende sfruttare appieno il suo viaggio ma senza lasciare una impronta negativa nei luoghi che visita. Implica la necessità che le amministrazioni pubbliche e le imprese locali adottino pratiche che minimizzano gli impatti negativi del turismo e massimizzano quelli positivi.
Ismalar Rutas	È il miglior modo per non rinunciare alla passione per il viaggio, inteso come strumento per la comprensione fra i popoli e la consapevolezza degli impatti legati al turismo. Un turismo che deve pensare in piccola scala; proteggere l'ambiente; conservare le risorse; promuovere l'uso del trasporto pubblico e della bicicletta; rispettare le tradizioni, le culture e le persone; usare servizi che siano accessibili anche alla popolazione locale; promuovere una coscienza ecologica e comportamenti che siano etici, responsabili, non consumisti; creare benefici economici per la comunità locale e per il risanamento delle risorse intaccate dal turismo; che appoggi le lotte per i diritti umani, la partecipazione cittadina e associativa; che lotti per minimizzare gli impatti negativi che può causare.
Koan consulting	Rispetto dei valori naturali e culturali della comunità locale, equilibrio tra gli impatti che si generano e i benefici che si ottengono, eguaglianza tra uomini e donne, distribuzione equa dei proventi tra le imprese organizzatrici, gli intermediari, i gestori delle risorse e la comunità locale.
Quidamtour	Un sistema di produzione turistica in cui turisti, attori e operatori locali si assumono la responsabilità rispetto alle destinazioni, dal punto di vista ambientale, culturale, sociale e della capacità economica, riconoscendo il ruolo centrale della comunità locale.
Retour	Contribuisce allo sviluppo sostenibile della zona visitata; genera profitti per l'economia locale; crea posti di lavoro dignitosi, aumenta

	<p>il livello di educazione, permette la partecipazione della popolazione del luogo, protegge l'ambiente naturale. Riguarda il comportamento di tutti gli attori coinvolti: turisti, governi, imprese e popolazioni locali (...). E' necessario che il turismo abbia come obiettivo quello di provvedere alle popolazioni locali. Non solo da un punto di vista economico, ma condividendo informazioni e permettendo la partecipazione nel prendere decisioni che riguardano il loro territorio.</p>
VVE	<p>(sui viaggiatori responsabili) Esigere di sapere dove vanno i soldi spesi per il viaggio (trasparenza), saper decodificare un marchio di certificazione; analizzare i propri atti e prevedere gli effetti negativi e attenuare le loro conseguenze; divulgare la Carta di VVE; favorire una presa di coscienza generalizzata sulle responsabilità di ciascuno; coinvolgere il maggior numero di partner per sviluppare un turismo sostenibile.</p>

ALLEGATO 2

DICHIARAZIONE di CAPE TOWN - ICRT

RESPONSIBLE TOURISM IN DESTINATIONS

Shaping sustainable spaces into better places

We, representatives of inbound and outbound tour operators, emerging entrepreneurs in the tourism industry, national parks, provincial conservation authorities, all spheres of government, tourism professionals, tourism authorities, NGOs and hotel groups and other tourism stakeholders, from 20 countries in Africa, North and South America, Europe and Asia; having come together in Cape Town to consider the issue of Responsible Tourism in Destinations have agreed this declaration.

Mindful of the debates at the United Nations Commission on Sustainable Development in 1999, which asserted the importance of the economic, social and environment aspects of sustainable development and of the interests of indigenous peoples and local communities in particular.

Recognising the global challenge of reducing social and economic inequalities and reducing poverty, and the importance of New Partnership for Africa's Development (NEPAD) in the process.

Recognising the importance of the World Tourism Organization's Global Code of Ethics, which aims to promote responsible, sustainable and universally accessible tourism and sharing its commitment to equitable, responsible and sustainable world tourism and its STEP initiative with UNCTAD, which seeks to harness sustainable tourism to help eliminate poverty.

Conscious that we are now ten years on from the Rio Earth Summit on Environment and Development, and that the World Summit on Sustainable Development taking place in Johannesburg will put renewed emphasis on sustainability, economic development, and in particular on poverty reduction.

Aware of the World Tourism Organization, World Travel and Tourism Council and the Earth Council's updated Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry and the success achieved by a number of businesses, local communities and national and local governments in moving towards sustainability in tourism.

Aware of the work of the UNEP, and the Tourism Industry Report 2002, and work of UNESCO, and other UN agencies, promoting sustainable tourism in partnership with the private sector, NGOs, civil society organisations and government.

Aware of the guidelines for sustainable tourism in vulnerable ecosystems being developed in

the framework of the Convention on Biological Diversity.

Conscious of developments in other industries and sectors, and in particular of the growing international demand for ethical business, and the adoption of clear Corporate Social Responsibility (CSR) policies by companies, and the transparent reporting of achievements in meeting CSR objectives in company annual reports.

Recognising that there has been considerable progress in addressing the environmental impacts of tourism, although there is a long way to go to achieve sustainability; and that more limited progress has been made in harnessing tourism for local economic development, for the benefit of communities and indigenous peoples, and in managing the social impacts of tourism.

Endorsing the Global Code of Ethics and the importance of making all forms of tourism sustainable through all stakeholders taking responsibility for creating better forms of tourism and realising these aspirations.

Relishing the diversity of our world's cultures, habitats and species and the wealth of our cultural and natural heritage, as the very basis of tourism, we accept that responsible and sustainable tourism will be achieved in different ways in different places.

Accepting that, in the words of the Global Code of Ethics, an attitude of tolerance and respect for the diversity of religious, philosophical and moral beliefs, are both the foundation and the consequence of responsible tourism.

Recognising that dialogue, partnerships and multi-stakeholder processes - involving government, business and local communities - to make better places for hosts and guests can only be realised at the local level, and that all stakeholders have different, albeit interdependent, responsibilities; tourism can only be managed for sustainability at the destination level.

Conscious of the importance of good governance and political stability in providing the context for responsible tourism in destinations, and recognising that the devolution of decision making power to democratic local government is necessary to build stable partnerships at a local level, and to the empowerment of local communities.

Aware that the management of tourism requires the participation of a broad range of government agencies and particularly at the local destination level.

Recognising that in order to protect the cultural, social and environmental integrity of destinations limits to tourism development are sometimes necessary.

Having, during the Cape Town Conference, examined the South African Guidelines for Responsible Tourism, tested them in a series of field visits, and explored how tourism can be made to work better for local communities, tourists and businesses alike, we recognise their value in helping to shape sustainable tourism in South Africa.

Recognising that one of the strengths of the South African Guidelines for Responsible Tourism is that they were developed through a national consultative process, and that they reflect the

priorities and aspirations of the South African people.

Recognising that Responsible Tourism takes many forms, that different destinations and stakeholders will have different priorities, and that local policies and guidelines will need to be developed through multi-stakeholder processes to develop responsible tourism in destinations.

Having the following characteristics, Responsible Tourism:

- minimises negative economic, environmental, and social impacts;
- generates greater economic benefits for local people and enhances the well-being of host communities, improves working conditions and access to the industry;
- involves local people in decisions that affect their lives and life chances;
- makes positive contributions to the conservation of natural and cultural heritage, to the maintenance of the world's diversity;
- provides more enjoyable experiences for tourists through more meaningful connections with local people, and a greater understanding of local cultural, social and environmental issues;
- provides access for physically challenged people; and
- is culturally sensitive, engenders respect between tourists and hosts, and builds local pride and confidence.

We call upon countries, multilateral agencies, destinations and enterprises to develop similar practical guidelines and to encourage planning authorities, tourism businesses, tourists and local communities – to take responsibility for achieving sustainable tourism, and to create better places for people to live in and for people to visit.

We urge multilateral agencies responsible for development strategies to include sustainable responsible tourism in their outcomes.

Determined to make tourism more sustainable, and accepting that it is the responsibility of all stakeholders in tourism to achieve more sustainable forms of tourism, we commit ourselves to pursue the principles of Responsible Tourism.

Convinced that it is primarily in the destinations, the places that tourists visit, where tourism enterprises conduct their business and where local communities and tourists and the tourism industry interact, that the economic, social and environmental impacts of tourism need to be managed responsibly, to maximise positive impacts and minimise negative ones.

We undertake to work in concrete ways in destinations to achieve better forms of tourism and to work with other stakeholders in destinations. We commit to build the capacity of all stakeholders in order to ensure that they can secure an effective voice in decision making. We uphold the guiding principles for Responsible Tourism which were identified:

Guiding Principles for Economic Responsibility

- Assess economic impacts before developing tourism and exercise preference for those forms of development that benefit local communities and minimise negative impacts on local livelihoods (for example through loss of access to resources), recognising that tourism may not always be the most appropriate form of local economic development.
- Maximise local economic benefits by increasing linkages and reducing leakages, by ensuring that communities are involved in, and benefit from, tourism. Wherever possible use tourism to assist in poverty reduction by adopting pro-poor strategies.
- Develop quality products that reflect, complement, and enhance the destination.
- Market tourism in ways which reflect the natural, cultural and social integrity of the destination, and which encourage appropriate forms of tourism.
- Adopt equitable business practises, pay and charge fair prices, and build partnerships in ways in which risk is minimised and shared, and recruit and employ staff recognising international labour standards.
- Provide appropriate and sufficient support to small, medium and micro enterprises to ensure tourism-related enterprises thrive and are sustainable.

Guiding Principles for Social Responsibility

- Actively involve the local community in planning and decision-making and provide capacity building to make this a reality.
- Assess social impacts throughout the life cycle of the operation – including the planning and design phases of projects - in order to minimise negative impacts and maximise positive ones.
- Endeavour to make tourism an inclusive social experience and to ensure that there is access for all, in particular vulnerable and disadvantaged communities and individuals.
- Combat the sexual exploitation of human beings, particularly the exploitation of children.
- Be sensitive to the host culture, maintaining and encouraging social and cultural diversity.
- Endeavour to ensure that tourism contributes to improvements in health and education.

Guiding Principles for Environmental Responsibility

- Assess environmental impacts throughout the life cycle of tourist establishments and operations – including the planning and design phase - and ensure that negative impacts are reduced to the minimum and maximising positive ones.

- Use resources sustainably, and reduce waste and over-consumption.
- Manage natural diversity sustainably, and where appropriate restore it; and consider the volume and type of tourism that the environment can support, and respect the integrity of vulnerable ecosystems and protected areas.
- Promote education and awareness for sustainable development – for all stakeholders.
- Raise the capacity of all stakeholders and ensure that best practice is followed, for this purpose consult with environmental and conservation experts.

We recognise that this list is not exhaustive and that multi-stakeholder groups in diverse destinations should adapt these principles to reflect their own culture and environment.

Responsible tourism seeks to maximise positive impacts and to minimise negative ones. Compliance with all relevant international and national standards, laws and regulations is assumed. Responsibility, and the market advantage that can go with it, is about doing more than the minimum.

We recognise that the transparent and auditable reporting of progress towards achieving responsible tourism targets and benchmarking, is essential to the integrity and credibility of our work, to the ability of all stakeholders to assess progress, and to enable consumers to exercise effective choice.

We commit to making our contribution to move towards a more balanced relationship between hosts and guests in destinations, and to create better places for local communities and indigenous peoples; and recognising that this can only be achieved by government, local communities and business cooperating on practical initiatives in destinations.

We call upon tourism enterprises and trade associations in originating markets and in destinations to adopt a responsible approach, to commit to specific responsible practises, and to report progress in a transparent and auditable way, and where appropriate to use this for market advantage. Corporate businesses can assist by providing markets, capacity building, mentoring and micro-financing support for small, medium and micro enterprises.

In order to implement the guiding principles for economic, social and environmental responsibility, it is necessary to use a portfolio of tools, which will include regulations, incentives, and multi-stakeholder participatory strategies. Changes in the market encouraged by consumer campaigns and new marketing initiatives also contribute to market driven change.

Local authorities have a central role to play in achieving responsible tourism through commitment to supportive policy frameworks and adequate funding. We call upon local authorities and tourism administrations to develop - through multi-stakeholder processes - destination management strategies and responsible tourism guidelines to create better places for host communities and the tourists who visit. Local Agenda 21 programs, with their participatory and monitoring processes, are particularly useful.

We call upon the media to exercise responsibility in the way in which they portray tourism destinations, to avoid raising false expectations and to provide balanced and fair reporting.

We all have a responsibility to make a difference by the way we act.

We appreciate Calvia's (Spain) intention to host the second conference on Responsible Tourism in Destinations in May 2004; and recognise that this provides a focus for our work over the next two years. The Calvia Conference will focus on the roles of local authorities and tour operators in working to achieve responsible tourism.

We commit ourselves to work with others to take responsibility for achieving the economic, social and environmental components of responsible and sustainable tourism. The Calvia Conference will provide us with the opportunity to share further experience and to assess progress towards achieving better places for hosts and guests. We look forward to hearing about progress in South Africa in implementing its national responsible tourism policy and reviewing developments in other destinations.

ALLEGATO 3

La CARTA ITALIA di AITR

L'Associazione Italiana Turismo Responsabile, è nata nel 1998 da una federazione di enti operanti nel no-profit che hanno sottoscritto la "Carta d'identità per viaggi sostenibili", frutto di un lavoro di condivisione iniziato nel 1994. Essa consta di una serie di raccomandazioni che hanno come destinatari i viaggiatori (individuali o di gruppo), gli organizzatori di viaggio (tour operator, agenzie, associazioni) e le comunità ospitanti, direttamente o indirettamente toccate dal flusso dei visitatori. A ciascuno di questi destinatari la carta rivolge alcuni consigli, che valgono per le tre fasi dell'esperienza turistica: il prima, il durante e il dopo viaggio. Accertato che il turismo, come ogni industria, può avere effetti negativi su ambienti, culture e società, negli ultimi anni sono nati autorevoli documenti etici che suggeriscono limiti e condizioni di attuazione appropriate per il suo sviluppo. Poiché gli stessi principi che regolano i viaggi all'estero valgono anche per un turismo *incoming* in Italia, ecco nascere l'esigenza di una "Carta Italia".

BEL PAESE BUON TURISMO è il primo codice turistico mirato esplicitamente al turismo in Italia, ancorché ispirato ad altri principi, etichette, raccomandazioni, dichiarazioni e criteri che l'hanno preceduto a livello internazionale. La finalità di questa Carta è richiamare l'attenzione sulla relazione - spesso data per scontata - fra turisti, industria turistica e comunità d'accoglienza. Perché la qualità non è fatta soltanto di stelle o di rapporto prezzi/servizi, ma anche di rapporti ecologicamente e umanamente corretti.

Ridurre al minimo gli aspetti negativi degli impatti sociali, culturali e ambientali prodotti dai flussi turistici, è oggi il principio fondamentale del buon turismo, cioè di quel turismo che salva le destinazioni da un modello consumistico, del tipo usa e getta, dannoso per il suo stesso futuro.

BEL PAESE BUON TURISMO caldeggia un turismo d'incontro, rispettoso delle diversità naturali e culturali, che richiede un certo spirito di adattamento ad abitudini nuove e inconsuete. Incoraggia residenti e visitanti a condividere gli aspetti più caratteristici del territorio, con positiva curiosità, oltre gli stereotipi e le forzature folkloristiche. Tutto ciò, naturalmente, nel rispetto del diritto delle comunità locali di decidere - in maniera informata e lungimirante - sui pro e sui contro dell'offerta turistica del loro territorio. L'Associazione Italiana Turismo Responsabile ha una speranza e uno scopo: che un turismo attento e consapevole diventi non l'ennesimo "prodotto di nicchia", ma una diffusa e contagiosa filosofia del viaggio.

LE RESPONSABILITA' DEL VIAGGIATORE (INDIVIDUALE E DI GRUPPO)

Prima della partenza

- Si interroga sulle aspettative e sulle motivazioni del proprio viaggio in modo da effettuare scelte consapevoli e coerenti. Per esempio: si tratta di un viaggio di svago, di riposo, per soddisfare esigenze di evasione o di conoscenza? In ogni caso, il viaggio avverrà nel rispetto della natura e delle persone incontrate;
- Chiede e cerca informazioni non soltanto sugli aspetti logistici del viaggio (pasti, alberghi, trasferimenti), ma anche sul contesto, sulla storia, sulla società civile, sulla natura, sulle energie umane, sulle peculiarità e sullo spirito del luogo che intende visitare. Si informa inoltre sull'eventuale esistenza di sistemi/processi di certificazione del turismo, marchi di qualità ambientale ecc. Di sua iniziativa si procura informazioni, consultando testi, guide, internet, documenti audiovisivi;
- Chiede agli organizzatori garanzie sulla qualità del viaggio, intesa come sostenibilità ecologica, equità sociale e, se possibile, trasparenza economica;
- Se è un viaggiatore indipendente, effettuerà una scelta delle sistemazioni, dei mezzi di trasporto, delle date, tale da minimizzare l'impatto del viaggio, prediligendo strutture ben inserite nel paesaggio e rispettose dell'ambiente, muovendosi - quando possibile - a piedi, in bicicletta e/o con mezzi di trasporto collettivi (treni, pullman), optando per periodi di bassa o media stagione (se possibile) e per itinerari lontani dalle mete turistiche di massa;
- E' disponibile a partecipare ad incontri preparatori con i futuri compagni di viaggio e/o con l'accompagnatore turistico.

Durante il viaggio

- Condivide i vari aspetti della vita quotidiana locale, senza chiedere privilegi o pratiche che possano causare, a breve o a lungo termine, ripercussioni negative;
- Prima di scattare foto o di girare video chiede il consenso delle persone che intende ritrarre;
- Non assume comportamenti offensivi verso gli usi e i costumi locali;
- Rispetta il patrimonio storico-monumentale e naturale;
- Usa in modo responsabile le risorse (acqua, energia) evitando gli sprechi, limita la produzione di rifiuti e non li abbandona in giro;
- Cerca prodotti e manifestazioni che siano espressione autentica della cultura locale (artigianato, gastronomia, arte, ecc.);
- Quando possibile, manifesta civilmente il proprio dissenso (o la propria approvazione) nei confronti di situazioni o eventi che non rispondono (o che corrispondono) ai principi del "buon turismo", del rispetto e della legalità.

Dopo il viaggio

- Verifica se è riuscito a stabilire una relazione soddisfacente con la gente e la località visitata. Non fosse accaduto, si chiede perché;
- Valuta come far seguito ai rapporti stabiliti durante il viaggio;
- Cerca di mantenere i contatti con i compagni di viaggio;
- Non diffonde tra amici e conoscenti banalità sui luoghi che ha visitato;
- Farà presente all'organizzatore turistico eventuali situazioni non solo di disservizio, ma di "insostenibilità" ecologica o socio-culturale riscontrate durante il viaggio.

LE RESPONSABILITA' DELL'ORGANIZZATORE TURISTICO

Prima della partenza

- Fornisce cataloghi in cui la destinazione non sia presentata in modo falso e fuorviante, ma realistico;
- Distribuisce schede didattiche (storia e geografia) con cenni alle consuetudini locali e indicazioni bibliografiche;
- E' disponibile ad organizzare incontri preparatori;
- Forma gruppi abbastanza piccoli per facilitare il contatto con le realtà locali;
- Organizza itinerari da percorrere senza fretta e in cui le mete siano in numero ragionevolmente limitato;
- Affianca al gruppo un accompagnatore turistico informato, che funga anche da mediatore interculturale;
- Evita l'eccesso di organizzazione, che impedisce al visitatore di realizzare esperienze diverse dal quotidiano contesto di vita e "nuove scoperte";
- Valuta la capacità di carico di beni culturali e ambientali particolarmente delicati, eventualmente adattando la propria programmazione di conseguenza. In ogni caso, si impegna attivamente per segnalare alle autorità competenti eventuali situazioni di degrado o di rischio, richiedendo interventi adeguati;
- Privilegia alloggi, ristoranti, strutture e trasporti eco-compatibili (per presenza di depuratori, corretto smaltimento dei rifiuti, risparmio energetico) e ben inseriti nell'ambiente;
- Privilegia servizi locali di accoglienza (trasporti, alloggi, ristorazione) a carattere familiare, su piccola scala, non standardizzati e in linea con la cultura autoctona;
- Per le proprie proposte turistiche, sceglie preferibilmente luoghi "veri", dove il turismo è integrato con altre forme di economia;
- Distribuisce equamente la spesa turistica in loco (dall'alloggio all'acquisto di artigianato del

posto);

- Sceglie di usufruire dei servizi già presenti in loco purché siano rispettosi delle norme sindacali e delle leggi sul lavoro;
- Si tiene costantemente informato sia su ciò che avviene nei luoghi di destinazione proposti, sia su programmi/iniziativa a livello locale, nazionale, europeo tesi a favorire lo sviluppo sostenibile e responsabile del turismo, approfittandone, quando possibile, per migliorare la qualità della propria offerta;
- Offre occasioni formative sui temi della sostenibilità e responsabilità turistica ai propri dipendenti;
- Informa i propri clienti sull'esistenza di "buone pratiche" nell'ambito del turismo sostenibile nei luoghi di destinazione proposti.

Durante il viaggio

- Sollecita presso i partecipanti una valutazione critica dell'esperienza turistica;
- Si appoggia, per una migliore mediazione culturale, alla competenza di una guida turistica locale adeguatamente preparata dalla comunità ospitante.

Dopo il viaggio

- Verifica i risultati del viaggio, organizzando quando possibile un incontro tra i partecipanti;
- Produce materiale informativo che raccolga le esperienze: relazioni scritte, fotografie, film ecc.;
- Ascolta eventuali lamentele, inoltrandole a chi di dovere e cercando di migliorare la propria formula di viaggio.

LE RESPONSABILITA' DELLA COMUNITA' OSPITANTE

per comunità ospitante - a seconda delle competenze - si intende: amministrazioni ed enti locali (regioni, province, comuni, enti di promozione turistica, enti di gestione di aree protette ecc.), imprenditoria turistica, rappresentanti delle comunità locali, singoli cittadini, associazioni a vario titolo impegnate nello sviluppo sostenibile del territorio.

Prima della partenza

- Pianifica lo sviluppo locale e quindi si esprime in merito al flusso di turismo. In particolare, si dota di strumenti di monitoraggio e controllo degli impatti imputabili al turismo e di pianificazione e gestione delle attività turistiche;
- Si adopera perché la conservazione dei beni naturali e culturali sia prioritaria nelle politiche di sviluppo turistico;
- Progetta strutture ricettive in stile con la cultura locale e rispettose dell'ambiente; promuove ed

incentiva l'adeguamento ambientale delle strutture esistenti – anche attraverso l'utilizzo di certificazioni e marchi ambientali; elimina o riconverte le strutture realizzate in spregio alle normative esistenti e/o dannose per l'ambiente);

- E' disponibile all'incontro, offre adeguata accoglienza, rende piacevole il soggiorno;
- Fornisce periodicamente occasioni di formazione agli operatori turistici locali in modo da migliorare la qualità ambientale dei servizi offerti e favorire un contatto positivo e autentico dei visitatori con la gente del posto e con il territorio;
- Cerca di usare le potenzialità della crescente domanda di turismo culturale per cucire lo strappo tra la vecchia generazione depositaria dei saperi locali, e la nuova generazione depositaria dei *know-how* imprenditoriali;
- Incentiva lo sviluppo di forme di turismo responsabile e a basso impatto ambientale.

Durante il viaggio

- Fornisce informazioni corrette;
- Tratta i turisti con rispetto e non come una fonte inesauribile di denaro;
- Verifica che il denaro entrato attraverso il turismo filtri anche in altri comparti produttivi, aumentando le interazioni tra settori nel tessuto sociale e cercando di evitare l'instaurarsi di una mono-economia;
- Protegge da sovraesposizione la cultura locale (dialetti, costumi, folklore, gastronomia) in modo che pur cambiando e rinnovandosi - com'è necessario che accada ad ogni tradizione - resti il più possibile economicamente indipendente dalla domanda turistica.

Dopo il viaggio

- Esamina i risultati della visita, i suoi effetti, la natura degli incontri avuti, il ritorno economico, i costi sociali del turismo;
- Rimedia agli eventuali danni apportati alla natura, al paesaggio e all'ambiente in generale, utilizzando e reinvestendo gli stessi proventi del turismo;
- Incentiva un meccanismo permanente di dibattito sulle scelte in campo turistico, adoperando un metodo partecipato che coinvolga l'intera comunità locale;
- Nelle sedi appropriate (parlamento, conferenza Stato-Regioni) si fa portavoce delle difficoltà e delle necessità incontrate localmente, richiedendo eventuali interventi a livello nazionale (normativa, strumenti finanziari, incentivi ecc.) per promuovere e favorire la sostenibilità del settore turistico.

ALLEGATO 4

II MANIFESTO di PENNE di AITR

Le associazioni, le organizzazioni, le cooperative presenti al Forum ritengono:

Che la definizione delle politiche del turismo in Italia debba coinvolgere non soltanto gli enti pubblici competenti, Stato, Regioni e autonomie locali e le rappresentanze dell'industria turistica, ma anche tutti quei soggetti, associazioni, organizzazioni ambientaliste e dei consumatori, cooperative, rappresentanti del mondo del volontariato che da anni operano per la qualificazione del turismo in Italia, promuovono forme nuove di turismo, valorizzano la bellezza, i saperi e la cultura materiale del nostro Paese, contribuiscono al miglioramento dell'immagine dell'Italia all'estero.

Che l'Italia debba trovare una propria via per lo sviluppo e la qualificazione, proponendosi come destinazione unica e originale; tenendo d'occhio certamente i prezzi ma insistendo soprattutto sulla qualità della propria offerta, costituita dal grande patrimonio storico monumentale e naturalistico ma anche da altri aspetti immateriali quali lo stile di vita, l'accoglienza, l'ospitalità, la professionalità dei propri operatori, la convivialità nei rapporti fra residenti e turisti, l'autenticità e l'identità dell'offerta, l'orgoglio per la propria memoria e la testimonianza del proprio impegno nell'agire civile e sociale.

Che debbano essere favoriti, sostenuti, tutelati e i processi di aggregazione locale, su territori omogenei dove operatori turistici, enti locali, associazioni formali e informali del territorio collaborano spontaneamente con dinamiche dal basso verso l'alto, ricercano l'integrazione dei loro prodotti con le esigenze e istanze espresse dalle comunità locali; vanno preferiti tali processi di rilocalizzazione rispetto a scelte amministrative e burocratiche che non hanno finora consentito il decollo dei Sistemi Turistici Locali –in particolare nel Sud del Paese, nelle aree sensibili e a rischio di spopolamento-.

Che debba essere posta grande attenzione ai temi della sostenibilità dello sviluppo, al rispetto dell'ambiente già troppo spesso danneggiato e compromesso, al rispetto delle popolazioni locali e del loro ruolo di protagonisti nella tutela dell'ambiente e della biodiversità, alla preferenza per sistemi di trasporto dolce; in particolare una attenzione al mondo della scuola e della formazione quale volano per la diffusione di una competenza diffusa della tutela e valorizzazione dell'ambiente.

Che l'Italia, in collaborazione con le associazioni delle persone con disabilità, debba valorizzare in particolare le buone pratiche di piena accessibilità del territorio delle strutture ricettive

da parte di persone con bisogni speciali e della loro integrazione come lavoratori nelle imprese turistiche con particolare attenzione alle cooperazione sociale.

Che la riscossa dell'Italia come destinazione turistica mondiale non debba essere riposta unicamente nei dati numerici, nella quantità degli arrivi e delle presenze e nella quota di mercato posseduta, ma debba puntare al primato come paese accogliente ed ospitale, dove stanno bene insieme residenti e turisti, in un quadro di sicurezza, di correttezza di comportamenti, di convivialità ed amicizia; le associazioni di categoria, la scuola e il mondo universitario e della formazione hanno tutti gli strumenti per contribuire al raggiungimento di questo risultato qualitativo

ALLEGATO 5

Le COLONNE dell'ECONOMIA SOLIDALE per la RES

Sintesi del documento redatto dal Tavolo di Lavoro della Rete di Economia Solidale, 2011

1) Promuove i beni comuni

Le esperienze di economia solidale cercano di garantire l'utilizzo collettivo e sostenibile nel tempo dei beni considerati un patrimonio fondamentale: la terra, l'aria, l'acqua, il paesaggio, l'energia, la conoscenza, il patrimonio genetico.

2) E' orientata al "ben-vivere" di tutti

I progetti di economia solidale promuovono il benessere dei soggetti coinvolti insieme a benefici sociali ed ambientali più generali, cercando un equilibrio tra questi aspetti. Questi progetti perseguono la produzione di esternalità positive con ricaduta almeno territoriale.

3) Propone modelli collaborativi

La collaborazione proposta dall'economia solidale è il principio opposto rispetto alla logica della competizione prevista dal modello dell'economia di mercato. I modelli collaborativi si basano sulla reciprocità e sulla pari dignità tra i soggetti coinvolti. Come conseguenza, gli scambi si ispirano all'equità e i conflitti all'interno delle reti di economia solidale vengono possibilmente affrontati secondo metodi nonviolenti nella ricerca di soluzioni creative che possano soddisfare le diverse esigenze. Le esperienze di economia solidale cercano di collaborare con gli altri territori e con altre reti su obiettivi comuni, in particolare per la difesa dei diritti e dei beni comuni, coinvolgendo ove possibile altri soggetti nella ricerca di soluzioni che possano tornare utili a tutti.

4) Si basa sulle relazioni

L'economia solidale è una pratica intrinsecamente relazionale, orientata ad una "economia del noi" e alla cura dei beni relazionali. Le esperienze di economia solidale promuovono per quanto possibile il rapporto e la partecipazione diretta dei soggetti coinvolti, insieme alla creazione di spazi pubblici.

5) Promuove il legame con il territorio

Le esperienze di economia solidale sono fortemente legate ad uno o più territori proponendo progetti aderenti alle caratteristiche dei luoghi, valorizzandone le risorse in modo sostenibile, cercando di chiudere i flussi e facendo "mente locale" per resistere alla normalizzazione culturale.

Le esperienze di economia solidale ricercano vantaggi collettivi e permanenti, sono aperte verso

l'esterno e non arroccate nella difesa di interessi locali. In quest'ottica vanno lette le diverse forme di sovranità che l'economia solidale promuove: alimentare, energetica, etc, ovvero la possibilità per la comunità che abita un territorio di decidere cosa, come e per chi produrre cibo, energia, etc.

6) Incorpora il senso del limite

Le strutture dell'economia solidale cercano di avere la dimensione e di porsi al livello di scala appropriati per la funzione che svolgono, privilegiando per quanto possibile - a seconda del compito richiesto - la moltiplicazione di strutture piccole collegate tra loro piuttosto che la creazione di grosse organizzazioni.

7) Si sviluppa nelle reti

Una strategia fondamentale adottata dalle realtà di economia solidale è quella delle reti per potersi sostenere a vicenda e sviluppare in modo decentrato e flessibile. Infatti le reti consentono l'integrazione tra soggetti diversi ed una maggiore robustezza e prontezza nel rispondere ai cambiamenti dell'ambiente rispetto ad altre strutture organizzative maggiormente centralizzate.

8) E' una trasformazione sociale

Le attività economiche intraprese dalle realtà di economia solidale sono uno strumento per una trasformazione radicale della società. "E' la società che invade lo spazio del mercato", ovvero si tratta di esperienze che vanno nella direzione di una democratizzazione dell'economia. Per questo motivo all'estero si utilizzano termini come "socio-economia solidale" oppure "reti di collaborazione solidale".

9) Difende i diritti

L'economia solidale riconosce e promuove il diritto per ogni essere umano a soddisfare i propri bisogni fondamentali. Questo compito può essere svolto sia direttamente tramite la conservazione dei diritti all'interno delle pratiche, sia sensibilizzando l'opinione pubblica per richiedere all'Ente Pubblico di intervenire in caso di omissione.

10) Ridimensiona il ruolo del mercato

Le esperienze di economia solidale, a partire dalla insostenibilità sociale, economica ed ecologica del modello economico dominante basato sulla "crescita senza fine", cercano di ridimensionare il ruolo del mercato e degli scambi monetari all'interno delle relazioni tra gli individui e di distinguere il concetto del valore di un bene dal suo prezzo.

ALLEGATO 6

I PRINCIPI DELLA CARTA DI ECONOMIA SOLIDALE DELLA REAS

Sintesi dei principi

1. PRINCIPIO DE EQUIDAD

Consideramos que la *equidad* introduce un principio ético o de justicia en la igualdad. Es un valor que reconoce a todas las personas como sujetos de igual dignidad, y protege su derecho a no estar sometidas a relaciones basadas en la dominación sea cual sea su condición social, género, edad, etnia, origen, capacidad, etc.

Una sociedad más justa es aquella en la que todas las personas se reconocen mutuamente como iguales en derechos y posibilidades, y tiene en cuenta las diferencias existentes entre las personas y los grupos. Por ello debe satisfacer de manera equitativa los intereses respectivos de todas las personas.

La igualdad es un objetivo social esencial allí donde su ausencia trae consigo un déficit de dignidad. Cuando se vincula con el reconocimiento y respeto a la diferencia, lo denominamos “equidad”.

2. PRINCIPIO DE TRABAJO:

Consideramos que *el trabajo* es un elemento clave en la calidad de vida de las personas, de la comunidad y de las relaciones económicas entre la ciudadanía, los pueblos y los Estados.

Por ello desde REAS situamos la concepción del trabajo en un contexto social e institucional amplio de participación en la economía y en la comunidad.

Afirmamos la importancia de recuperar la dimensión humana, social, política, económica y cultural del trabajo que permita el desarrollo de las capacidades de las personas, produciendo bienes y servicios, para satisfacer las verdaderas necesidades de la población (nuestras, de nuestro entorno inmediato y de la comunidad en general). Por eso para nosotros el trabajo es mucho más que un empleo o una ocupación.

Constatamos que estas actividades las podemos ejercitar individual o colectivamente, y pueden ser remuneradas o no (trabajo voluntario) y la persona trabajadora pueda estar contratada o asumir la responsabilidad última de la producción de bienes o servicios (autoempleo).

Dentro de esta dimensión social hay que destacar que sin la aportación del trabajo llevado a cabo en el ámbito del cuidado a las personas, fundamentalmente realizado por las mujeres, nuestra sociedad no podría sostenerse. Trabajo que aún no está suficientemente reconocido por

la sociedad ni repartido equitativamente.

3. PRINCIPIO DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL:

Consideramos que toda nuestra actividad productiva y económica está relacionada con la naturaleza, por ello nuestra alianza con ella y el reconocimiento de sus derechos es nuestro punto de partida.

Creemos que nuestra buena relación con la Naturaleza es una fuente de riqueza económica, y de buena salud para todos. De ahí la necesidad fundamental de integrar la sostenibilidad ambiental en todas nuestras acciones, evaluando nuestro impacto ambiental (huella ecológica) de manera permanente.

Queremos reducir significativamente la huella ecológica humana en todas nuestras actividades, avanzando hacia formas sostenibles y equitativas de producción y consumo, y promoviendo una ética de la suficiencia y de la austeridad.

4. PRINCIPIO DE COOPERACIÓN:

Queremos favorecer la cooperación en lugar de la competencia, dentro y fuera de nuestras organizaciones vinculadas a la Red, buscando la colaboración con otras entidades y organismos públicos y privados...

Pretendemos construir colectivamente un modelo de sociedad basándonos en el desarrollo local armónico, las relaciones comerciales justas, la igualdad, la confianza, la corresponsabilidad, la transparencia, el respeto...

Partimos de que la Economía Solidaria está basada en una ética participativa y democrática, que quiere fomentar el aprendizaje y el trabajo cooperativo entre personas y organizaciones, mediante procesos de colaboración, de toma de decisiones conjuntas, de asunción compartida de responsabilidades y deberes, que garanticen la máxima horizontalidad posible a la vez que respeten la autonomía de cada una, sin generar dependencias.

Entendemos que estos procesos de cooperación deben extenderse a todos los ámbitos: local, regional o autonómico, estatal e internacional y deben normalmente articularse en Redes donde se vivan y se fomente esos valores ...

5. PRINCIPIO "SIN FINES LUCRATIVOS":

El modelo económico que practicamos y perseguimos tiene como finalidad el desarrollo integral, colectivo e individual de las personas, y como medio, la gestión eficiente de proyectos económicamente viables, sostenibles e integralmente rentables, cuyos beneficios se reinvierten y redistribuyen.

Esta "no - lucratividad", está íntimamente unida a nuestra forma de medir los balances de

resultados, que tienen en cuenta no solo los aspectos económicos, si no también los humanos, sociales, medioambientales, culturales y participativos y el resultado final es el beneficio integral.

Se entiende por ello que nuestras actividades destinan los posibles beneficios a la mejora o ampliación del objeto social de los proyectos así como al apoyo de otras iniciativas solidarias de interés general, participando de esta manera en la construcción de un modelo social más humano, solidario y equitativo.

6.- PRINCIPIO DE COMPROMISO CON EL ENTORNO:

Nuestro compromiso con el entorno se concreta en la participación en el desarrollo local sostenible y comunitario del territorio.

Nuestras organizaciones están plenamente integradas en el territorio y entorno social en el que desarrollan sus actividades, lo que exige la implicación en redes y la cooperación con otras organizaciones del tejido social y económico cercano, dentro del mismo ámbito geográfico.

Entendemos esta colaboración como un camino, para que experiencias positivas y solidarias concretas puedan generar procesos de transformación de las estructuras generadoras de desigualdad, dominación y exclusión.

Nuestro compromiso en el ámbito local nos aboca a articularnos en dimensiones más amplias para buscar soluciones más globales, interpretando la necesidad de transitar continuamente entre lo micro y lo macro, lo local y lo global.

ALLEGATO 7 - L'INTERVISTA STRUTTURATA

IL TURISMO RESPONSABILE e i VIAGGI nel NORD del MONDO Alla ricerca di un paradigma comune

Intervista

La presente intervista intende analizzare se e quali relazioni intercorrono fra il turismo responsabile e il settore dell'economia solidale
(Tranne dove esplicitato, per ogni riga si prega di dare una sola risposta).

AMBITO A - ANAGRAFICA

A1 - NOME DELL'INTERVISTATO _____

A2 - NOME DELL'ORGANIZZAZIONE di APPARTENENZA _____

A3 - città' dove è' ubicata la sede _____

A4 - e-mail _____ web _____

A5 - ATTIVITA' PRINCIPALE (Barrate la risposta più qualificante, eventuali aggiunte o specifiche nelle note)

	In Italia e/o in Europa	Nel Sud del Mondo
a) Organizzatrice di viaggi	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₄
b) Rivenditrice di viaggi altrui	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₅
c) Comunità locale che offre servizi turistici	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₆
d) Altro (specificare)	<input type="checkbox"/> ₇	<input type="checkbox"/> ₈

AMBITO B – TERMINOLOGICO

B6 - In termini teorici, secondo voi quanto il “turismo responsabile” è affine a questi altri tipi di turismo?

(Su ciascuna riga inserite un valore numerico o un asterisco in corrispondenza del valore prescelto)

Tipo di turismo	Scala di Affinità (Affinità nulla = 0; Affinità totale = 100)										Motivi	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
a) Turismo comunitario	_	_	_	_	_	_	_	_	_	_	_	
b) Turismo solidale	_	_	_	_	_	_	_	_	_	_	_	
c) Ecoturismo	_	_	_	_	_	_	_	_	_	_	_	
d) Turismo equo	_	_	_	_	_	_	_	_	_	_	_	
e) Turismo sostenibile	_	_	_	_	_	_	_	_	_	_	_	

B7 – Dovendo fare una scelta, quale scala di affinità trovate fra gli elementi elencati sotto e il vostro modo di considerare un viaggio di Turismo Responsabile? (Si tratta di fare una classifica. Inscrive nella CLASSIFICA max 1 elemento per riga)

CLASSIFICA

Si fa turismo responsabile quando:		(Affinità nulla= 0; Affinità massima= 100)	
Lettera di Riferimento		Grado di affinità	Lettera di Riferimento
A	Si fornisce la scheda del prezzo trasparente	100	
B	C'è un progetto di sviluppo	90	
C	Non si danneggia l'ambiente	80	
D	La comunità locale è protagonista	70	
E	C'è attenzione al patrimonio culturale	60	
F	C'è solidarietà con le popolazioni locali	50	
G	Si forniscono benefici economici alle comunità locali	40	
H	Si applicano strumenti come la Responsabilità Sociale d'Impresa	30	
I	Si fanno le riunioni preparatorie	20	
L	Ci sono contatti/parteneriati con comunità locali	10	
M	Si rispettano le leggi	0	

Elaborazione di Sergio Fadini – Scuola di dottorato A.G.Frank – Università della Calabria

AMBITO C : LE COMUNITÀ LOCALI – Chi sono e cosa fanno

C8 - La Comunità locale, in termini teorici, dovrebbe essere costituita da quali attori? Per ogni proposta indicate il Grado di Importanza che gli attribuite. (Per ogni riga, barrate con una croce o con un numero nello spazio corrispondente: 0 importanza nulla – 100 importanza massima)

Attore	Grado di Importanza										
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
a) Operatori locali del settore turistico	<input type="checkbox"/>										
b) Amministratori locali	<input type="checkbox"/>										
c) Gruppo di cittadini attivi, che abita nella destinazione turistica	<input type="checkbox"/>										
d) Singolo referente locale	<input type="checkbox"/>										
e) Realtà locale legata all'economia solidale	<input type="checkbox"/>										
f) Realtà locale che organizza servizi di turismo responsabile	<input type="checkbox"/>										
g) Altro (specificare)	<input type="checkbox"/>										

C9- Nella prassi, nelle vostre destinazioni turistiche, con quali dei seguenti soggetti vi relazionate nell'organizzazione dei viaggi? (possibile fornire più risposte affermative)

Tipi di soggetti	Si	No
a) Singolo referente locale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Realtà locale che organizza servizi di turismo responsabile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Realtà locale legata all'economia solidale (es.: ONG, botteghe del commercio equo, g. a.s. ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Operatori locali del settore turistico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Amministratori locali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Gruppo di cittadini attivi, che abita nella destinazione turistica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Altro (specificare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

C10 – Nei vostri viaggi, cosa fanno i vostri partner locali?

Attività	Grado				
	In modo prevalente	Molto	Medio	Poco	Per niente
a) Monitorano i viaggi proposti dalle realtà di turismo responsabile rispetto alle aspettative locali	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
b) Stilano una lista di servizi turistici e di attività che vi propongono	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
c) Fanno effettuare la verifica ai turisti	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
d) Portano avanti propri progetti di turismo responsabile (rete di servizi)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
e) Gestiscono i progetti di sviluppo con (parte de)i fondi da voi stanziati	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
f) Altro (specificare)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

AMBITO D – RAPPORTO CON L'ECONOMIA SOLIDALE

D11 - La vostra organizzazione ritiene attinenti al turismo responsabile le realtà sotto elencate?

Realtà divise per tipologie	Grado di attinenza col TR					Specificate il motivo
	Molto	Medio	Poco			
a) Realtà di consumo critico (es.: G.A.S., realtà della filiera corta, produttori bio...)	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3			
b) Realtà attente all'ambiente (es.: strutture eco-compatibili, ass. ambientaliste...)	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3			
c) Realtà che si impegnano nel sociale (es.: migranti, anziani, di disagio...)	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3			
d) Realtà che offrono servizi d'ici (es.: finanza, assicurazioni, telefonia...)	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3			
e) Realtà dove lo scambio relazionale è prevalente (es.: banche del tempo...)	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3			

D12 – Di solito, le realtà di economia solidale italiane acquistano/utilizzano i vostri servizi turistici/pacchetti di viaggio?

Realtà divise per tipologie	Grado di relazione	Si, con accordi strutturali	Si, in modo occasionale	Si, da parte di singoli soci	Raramente, da parte di singoli soci	No
a) Realtà di consumo critico		<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
b) Realtà attente all'ambiente		<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
c) Realtà che si impegnano nel sociale		<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
d) Realtà che offrono servizi etici		<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
e) Realtà dove lo scambio relazionale è prevalente		<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅

D13 - La vostra organizzazione acquista/utilizza servizi delle realtà di economia solidale (nelle destinazioni o sul proprio territorio)?

Realtà divise per tipologia	Si, con accordi strutturali	Si, in modo occasionale	No	Specificate
a) Realtà di consumo critico	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	
b) Realtà attente all'ambiente	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	
c) Realtà che si impegnano nel sociale	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	
d) Realtà che offrono servizi etici	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	
e) Realtà dove lo scambio relazionale è prevalente	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	

D14 - La vostra organizzazione scambia informazioni (iniziative, viaggi, eventi) con le realtà di economia solidale?

Realtà divise per Tipologie	Girano le nostre informazioni ai loro utenti	Giriamo le loro informazioni ai nostri utenti	Specificate che tipo di informazioni scambiate
a) Realtà di consumo critico	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	
b) Realtà attente all'ambiente	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	
c) Realtà che si impegnano nel sociale	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	
d) Realtà che offrono servizi d'ici	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	
e) Realtà dove lo scambio relazionale è prevalente	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	

D15 - La vostra organizzazione aderisce o collabora a reti legate all'economia solidale nelle destinazioni turistiche? (Es. Distretti di Economia Solidale, Reti locali di consumo critico.....). Segnare i 3 casi più significativi. Se la risposta è no, lasciare libera la riga

Aderisce	Collabora	Quali	Dove (Regione se Italia; o Stato)
<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂		
<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂		
<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂		

D16- La vostra organizzazione aderisce o collabora a reti legate all'economia solidale dove è ubicata la/e proprie sedi/i italiane/e? (Es. Distretti di Economia Solidale, Reti locali di consumo critico.....). Segnare i 3 casi più significativi. Se la risposta è no, lasciare libera la riga

Aderisce	Collabora	Quali	Dove (Regione)
<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂		
<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂		
<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂		

AMBITO E – SUI VIAGGI DI TURISMO RESPONSABILE NEL NORD DEL MONDO

E17- Confrontando un viaggio di turismo responsabile in una destinazione del Nord del mondo, con un viaggio di turismo convenzionale, cosa ne pensate degli elementi sotto elencati, scelti all'interno di vari documenti inerenti il turismo responsabile?

	Caratterizza il turismo responsabile	Nel Nord del mondo sono elementi utilizzati spesso anche dal turismo convenzionale
a) Fare scelte che permettono un maggior rispetto dell'ambiente	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
b) Assicurare un'equa distribuzione dei proventi del viaggio	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
c) Avere un partenariato stabile con una realtà locale	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
d) Fornire una Scheda Prezzo trasparente	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
e) Favorire la capacità decisionale della popolazione locale	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
f) Utilizzare strutture ricettive e servizi gestiti a livello locale	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
g) Favorire la circolazione delle informazioni fra tutti gli attori	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
h) Favorire l'incontro con persone del luogo	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂

E18- Gli elementi segnati sotto sono centrali per il turismo responsabile sia a Nord che a Sud? O c'è qualche differenza pratica di cui tener conto? (barrate una sola casella per ciascuna riga)

	Elemento caratterizzante il T.R. sia nel Sud che nel Nord del mondo	Elemento che nei viaggi responsabili nel Nord del mondo può essere meno indispensabile
a) Favorire l'incontro con persone del luogo	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
b) Fornire una Scheda Prezzo trasparente	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
c) Favorire la circolazione delle informazioni fra tutti gli attori	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
d) Fornire un Vademecum su come comportarsi	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
e) Avere un partenariato stabile con una realtà locale	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
f) Assicurare un'equa distribuzione dei proventi del viaggio	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
g) Prevedere un mediatore culturale	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
h) Fare scelte che permettano un maggior rispetto dell'ambiente	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
i) Utilizzare strutture ricettive e servizi gestiti a livello locale	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
l) Favorire la capacità decisionale della popolazione locale	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂

Riferimenti bibliografici

Opere di riferimento generale

- Agodi M.C.(1996) - Qualità e quantità. Un falso dilemma e tanti equivoci. In C.Cipolla, A.De Lillo (eds.) *Il sociologo e le sirene. La sfida dei metodi qualitativi*. FrancoAngeli, Milano.
- Arrighi G.(2008) - *Adam Smith a Pechino. Genealogie del ventunesimo secolo*. Feltrinelli, Milano.
- Augé M.(1999) - *Disneyland e altri non luoghi*. Bollati Boringhieri, Torino.
- Baudrillard J.(1976) - *La società dei consumi*. Il Mulino, Bologna.
- Bauman Z.(2008) - *Consumo dunque sono*. Laterza, Roma-Bari.
- Bauman Z.(2006) – *Modernità liquida*. Laterza, Roma-Bari.
- Bauman Z.(2005) - *Intervista sull'identità*. A cura di B.Vecchi. Laterza, Roma-Bari.
- Bauman Z.(2002) - *Dentro la globalizzazione*. Laterza, Roma-Bari.
- Bauman Z.(1999) - *La società dell'incertezza*. il Mulino, Bologna.
- Bourdieu P.(1983) - *La distinzione*. Il Mulino, Bologna.
- Bourdieu P.(1980) - Le capital social: notes provvisoires, in *Actes de la recherche en sciences sociales*, n.31.
- Cassano F.(2001) - *Modernizzare stanca*. il Mulino, Bologna.
- Cassano F.(1996) - *Il pensiero meridiano*. Laterza, Roma-Bari.
- Corbetta P.(1999) – *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*. Il Mulino, Bologna.
- Crespi F., Jedlowski P., Rauty R.(2009) - *La sociologia*. Laterza, Roma-Bari.
- De Rose C.(2003) – *Che cos'è la ricerca sociale*. Carocci, Roma.
- Di Meglio M.(2008) - *La parabola dell'eurocentrismo*. Asterios, Trieste.
- Foucault M.(1966) - *Le parole e le cose*. Rizzoli, Milano.
- Formenti C.(2011) - *Felici e sfruttati. Capitalismo digitale ed eclissi del lavoro*. EGEA, Milano.
- Franklin A.(2003) - The tourist syndrome. An interview with Zigmunt Bauman, in *Tourist studies*, vol.3, n.2.
- Gobo G.(2006) – *Guida multimediale alla ricerca sociale*. Scriptaweb, Napoli
- Grande T., Parini E.G.(2007) - *Studiare la società*. Carocci, Roma.
- Guala C.(2003). *Interviste e questionari nella ricerca sociale applicata*. Rubbettino,

- Soveria Mannelli.
- Habermas J.(1985) - *Etica del discorso*. Laterza, Roma-Bari.
- Jedlovski P.(1998) - *Il mondo in questione*. Carocci, Roma.
- Latouche S.(2011) - *Come si esce dalla società dei consumi*. Bollati Boringhieri, Torino.
- Latouche S.(2005) - *Come sopravvivere allo sviluppo*. Bollati Boringhieri, Torino.
- Latouche S.(2004b) - *Altri mondi, altre menti, altrimenti*. Rubbettino, Soveria Mannelli.
- Latouche S.(2004a) - *L'altra Africa*. Bollati Boringhieri, Torino.
- Marradi A. (2007) - *Metodologia delle scienze sociali*. A cura di R.Pavlic e M.C.Pitrone. Il Mulino, Bologna.
- Marradi A.(2002) - *L'analisi monovariata*. FrancoAngeli, Milano.
- Mauss M.(2002) - *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés primitives*, versione web tratta da "l'Année Sociologique, seconde série, 1923-1924".
- Morin E.(2001) - *I sette saperi necessari all'educazione del futuro*. Raffaele Cortina, Milano.
- Morin E.(1993) - *Introduzione al pensiero complesso*. Sperling & Kupfer, Milano.
- Paolucci G.(2011) - *Un'introduzione a Bourdieu*. Laterza, Roma-Bari.
- Paolucci G.(2010) - *Bourdieu dopo Bourdieu*. Utet, Torino.
- Perna T.(2004) - *Fair trade*. Bollati Boringhieri, Torino.
- Perna T.(2002) - *Aspromonte*. Bollati Boringhieri, Torino.
- Perna T. (1998) - *Fair Trade*. Bollati Boringhieri, Torino.
- Perna T.(1996) - *Lo sviluppo insostenibile*. Liguori, Napoli.
- Polanyi K.(1974) - *La grande trasformazione*. Einaudi, Torino.
- Razeto L.(2004) - *Le imprese alternative*. EMI, Bologna.
- Sachs W.(1992) - *Archeologia dello sviluppo*, Macroedizioni, Forlì.
- Schumacher E.(2010) - *Piccolo è bello*. Slow food editore, Torino.
- Sivini G.(2010) - La finanziarizzazione dell'economia mondo nella teoria dei cicli sistemici di Giovanni Arrighi, in *Foedus*, n.26.
- Viale G. (2011) - Un fronte comune insieme ai PIGS, in *il Manifesto*, 2 novembre.
- Vigliarolo F.(2011) - *Le imprese recuperate*. Altreconomia edizioni, Milano.
- Vitale A.(2004) - *Per una storia orizzontale della globalizzazione*. Rubbettino, Soveria Mannelli.
- Vitale A.(1998) - *I paradigmi dello sviluppo*. Rubbettino, Soveria Mannelli.

Scienze sociali e turismo

- Amato R.(2009) - *Barcellona, la protesta del Barrio. "Basta con i turisti maleducati!"*, <http://www.repubblica.it> del 12 ottobre.
- Apostolopoulos Y., Leivadi S. e Yiannakis A.(eds) (1996) - *The sociology of tourism*. Routledge, Abingdon-New York.
- Ashworth G.(2012) - Do tourist destroyed the heritage thy have come to experience?. In T.V.Singh (ed) *Critical debates in tourism*. Channel view publication, Bristol-Buffalo-Toronto.
- Barretto M.(2007) - Turismo y Cultura, in *Pasos*, num. Speciale.
- Boissevain J.(2006) - Coping with mass cultural tourism: structure and strategies, in *Gazeto Internacia de Antropologio*, n.1.
- Boissevain J.(2005) - Rituales ocultos. Protegiendo la cultura de la mirada turistica, in *Pasos*, vol.3, n.2.
- Boissevain J.(1996) - *Coping with tourists. Europeans reaction to mass tourism*. Berghahn books, Oxford.
- Boissevain J.(1992) - *Revitalizing European Rituals*, Routledge, Londra.
- Botterill D.(2001) - The epistemology of a set of tourism studies, in *Leisure studies*, vol.20.
- Bourdeau P., Christin R.(2012b) - Gentili organizzatori si infuriano, in *Le monde diplomatique*, n.7.
- Bourdeau P., Christin R.(2012a) - I forzati dell'ozio, in *Le monde diplomatique*, n.7.
- Boyer M.(1993) - Impact touristique ou fonction d'accueil? Quel concept préférer? La Méditerranée vaut-elle comme exemple?. In E.Nocifora (ed.) *Mediterraneo*. SEAM, Roma.
- Britton S.(1991) - Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism, in *Environment and Planning D: Society and Space*, vol. 9, n.4.
- Buades J., Cañada E., Gascón J.(2012) - *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces*. FTR, Madrid.
- Buades J.(2011) - *Gepolitica, neoliberalismo y turismo en los paises catalanes*. <http://www.albasud.org>, visto il 5-2-2011.
- Buades J.(2010) - *Turismo y bien comun. De la irresponsabilidad corporativa a la responsabilidad comunitaria*. Su <http://www.albasud.org>, visto il 5-4-2012.
- Buades J.(2009) - *Do not disturb Barceló*. Icaria, Barcelona.

- Caire G.(2012) – A chi servono le vacanze?, in *Le monde diplomatique*, n.7.
- Carmona-Zubiri D., Nogués Pedregal A.M.(2010) - Coping with two World Heritages. The two UNESCO declarations and local identity in Elche. In R.Amôeda, S.Liria C.Pinheiro (eds.) *Proceedings of Heritage 2010. Heritage and sustainable development*, Green Line Institute, Barcelos.
- Catalano G., Fiorelli S, Marra E.(2008) - Il turismo difficile. Reti territoriali e collaborazione pubblico-privato nel caso Calabria. In A.Savelli, *Spazio turistico e società globale*. FrancoAngeli, Milano.
- Cohen E.(2008) - The Changing Faces of Contemporary Tourism, in *Society*, vol.45, n.4.
- Cohen E.(2002) - Authenticity, equity and sustainability in tourism, in *Journal of sustainable tourism*, vol.10, n.4.
- Cohen E.(1993) - Contemporary tourism. Trends and challenges. In E.Nocifora (ed.) *Il turismo Mediterraneo come risorsa e come rischio*. Seam, Roma.
- Cohen E.(1984) - The sociology of tourism: approaches, issues and findings, in *Annual Review of Sociology*, vol.10, n.1.
- Cohen E.(1974) - Who is a tourist, in *Sociological Review*, n.4.
- Cohen E.(1972) - Toward a sociology of international tourism, in *Social Research*, n.39, vol.1.
- Costa N.(2005) - McCannell e le origini della sociologia del turismo. In D.McCannell, *Il turista*. Utet, Torino.
- Costa N. (1989) - *Sociologia del turismo*. IULM, Milano.
- Dann G.(1996) - *The language of tourism*. CAB international, Wallingford.
- Dumazedier J.(1987) - *Sociologia del tempo libero*. FrancoAngeli, Milano.
- De Kadt E.(1979) - *Tourism: Passport to Development?*. Oxford University Press, New York.
- ECOT e altri (2009) - *A statement for tourism world day*. ECOT, Thailandia.
- Fernández Miranda R.(2011) – *Viajar perdiendo el sur*. Libros en Acción.
- Fernandez J.A.(n.s.) - *Sociologia del turismo. Turismo y poder*. UIB, Maiorca.
- Forster (1964) - The sociological consequences of tourism, in *International Journal of Comparative Sociology*, vol.5, n.2.
- Fox C.(ed) (2002) – *Ethical Tourism*. Hodder & Stoughton. Londra.
- Gaimundiz T.(2011) - El turismo chino en España. Tesi del Master universitario in *Dirección y planificación del turismo*, Universidad de Sevilla.

- Graburn N.(1989) - The sacred journey. In V.Smith (ed.), *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. University of Pennsylvania press, Philadelphia.
- Greenwood D.J.(1989) - Culture by the pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commodization. In V.Smith (ed.), *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. University of Pennsylvania press, Philadelphia.
- Guidicini P.(1999) - Soggetti fruitori e strutture di servizio in un rapporto fra dimensioni altre. In P.Guidicini, A.Savelli (eds.), *Strategie di comunità nel turismo mediterraneo*. FrancoAngeli, Milano.
- Guidicini P., Savelli A.(eds.) (1999) - *Strategie di comunità nel turismo mediterraneo*. FrancoAngeli, Milano.
- Gulotta G.(1997) - *Psicologia turistica*. Giuffrè, Milano.
- Hall C.M. (2011) - Consumerism, tourism and voluntary simplicity. We all have to consume, but do we really have to travel so much to be happy?, in *Tourism recreation research*. vol.36, n.3.
- Higgins Desbiolles F.(2005) - More than an "industry": The forgotten power of tourism as a social force, in *Tourism Management*, vol.27.
- Jamal T., Stronza A.(2008) - 'Dwelling' with ecotourism in the Peruvian Amazon : Cultural relationships in local-global spaces, in *Tourist Studies* , vol.8, n.3.
- Johnston B.R.(1990) - Introduction: Breaking Out of the Tourist Trap, in *Cultural Survival*, vol.14, n.1.
- Krippendorf J.(1987) - *The holiday makers*. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Lanfant M.F.(1993) - Tourisme international: involution culturelle et développement économique. In E.Nocifora (ed.) *Mediterraneo*. SEAM, Roma.
- Lavarini R.(2009) - *C'era una volta il turismo*. Hoepli, Milano.
- Luquiau C.(2012) - Nella giungla del Borneo, visitatori in cerca di autenticità, in *Le monde dipomatique*, n.7.
- Martinengo M.C., Savoja L.(1998) - *Sociologia dei fenomeni turistici*. Guerini studio, Milano.
- McCannell D.(2005) - *Il turista*. Utet, Torino.
- Mitchell R.(2006) - *A Reconceptualisation of Destination Tourism Management: Focussing on Sustainability and Corporate Social Responsibility*. Otago business PhD colloquium, 18-19 ottobre, Otago.
- Montani A.R.(2005) - Turismo, impatti e sostenibilità. In A.R.Montani (ed.) *Messer*

- milione... internet*. Liguori, Napoli.
- Nash D.(2001) - *Anthropology of tourism*. Elsevier, Oxford.
- Nash D.(1992) - A research agenda on the variability of tourism. In V.Smith e W.R.Eadington (eds.) *Tourism Alternatives: potentials and problems in the development of tourism*. University of Pennsylvania, Philadelphia.
- Nash D.(1989) - Tourism like imperialism. In V.Smith (ed.) *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. University of Pennsylvania press, Philadelphia.
- Nogués Pedregal, A.M.(2009b) - Tre momenti epistemologici nella relazione fra antropologia e turismo. In C.Cipollari (ed.), *Scenari turistici*. CISU, Roma.
- Nogués Pedregal A.M.(2009a) - Genealogia de la difícil relación entre antropología social y turismo, in *Pasos*, vol.7 n.1.
- Nogués Pedregal A.M.(2008) - A tauromachian controversy over identities. In J.R.Epic, A.Bartulovic e K.SAjovec Altshul (eds.) *Mess and Ramses II*, vol.7. University of Ljubljana, Ljubljana.
- Nogués Pedregal A.M.(1995) - Antropología y turismo rural. Una contingencia necesaria, in *Gazeta de Antropologia*, n.11.
- Nyíri P.(2012) - I cinesi scoprono le gioie della villeggiatura, in *Le monde diplomatique*, n.7.
- Pleumarom A.(n.s.) - *The rise and fall of South-East Asian tourism*. <http://www.twinside.org.sg>, visto il 10/11/2011.
- Pleumarom A.(n.s.) - *Tourism, globalisation and sustainable development*. <http://www.twinside.org.sg>, visto il 10/11/2011.
- Pleumarom A.(1997) - A Sustainable World Through Prostitution, in *The Nation Bangkok*, del 3/11/1997.
- Rojas Pinilla H.(2009) - Entre lo ideal y real: los cambios en los enfoques propuestos de turismo rural sostenible desde la Organización de las Naciones Unidas contribuirían al desarrollo rural territorial?, in *Cuadernos de desarrollo rural*, vol.6, n.62.
- Romita T.(ed.) 2010) - *Il turismo residenziale*. FrancoAngeli, Milano.
- Romita T.(2008) - Il turismo sostenibile e l'impatto sull'ambiente del turismo che non appare. In A.Savelli, *Spazio turistico e società globale*. FrancoAngeli, Milano.
- Romita T.(2000) - *Argomenti di sociologia del turismo*, working paper n.78, Univ. di Messina e Univ. della Calabria, Rende.
- Romita T.(1999) - *Il turismo che non appare*. Rubbettino, Soveria Mannelli.

- Rousset C.(2009) - *Le tourisme comme instrument d'empowerment des communautés locales du sud* - tesi di dottorato, Università della Sapienza. Roma.
- Savelli A.(2010) - Il turismo residenziale tra sensi di appartenenza e percorsi identitari. In T.Romita (ed.) *Il turismo residenziale*. FrancoAngeli, Milano.
- Savelli A.(2011) - I percorsi della sociologia del turismo in Italia, in *Rivista di Scienze del turismo*, n.1.
- Savelli A.(2008) - *Spazio turistico e società globale*. FrancoAngeli, Milano.
- Savelli A.(2004) - Quando il mondo del turismo interpella la sociologia. In A.Savelli (ed.), *Città, turismo e comunicazione globale*. FrancoAngeli, Milano.
- Savelli A.(1999) - Strategie di comunità nella relazione turistica. In P.Guidicini e A.Savelli (eds.), *Strategie di comunità nel turismo mediterraneo*. FrancoAngeli, Milano.
- Savelli A.(1996) - *Sociologia del turismo*. FrancoAngeli, Milano.
- Scheyvens R.(2002) - Backpacker tourism and third world development, in *Annals of Tourism Research*, vol.29, n.1.
- Sertorio G.(1998) - Introduzione. In M.C.Martinengo e L.Savoja (eds.) *Sociologia dei fenomeni turistici*. Guerini studio, Milano.
- Sharpley R.(2000) - Tourism and sustainable development: exploring theoretical divide, in *Journal of sustainable tourism*, vol.8, n.1.
- Simonicca A.(2006) - *Viaggi e comunità*. Meltemi, Milano.
- Simonicca A.(2004) - *Turismo e società complesse*. Meltemi, Milano.
- Simonicca A.(1997) - *Antropologia del turismo*. Carocci, Roma.
- Sing T.V.(ed.) (2012) - *Critical debates in tourism*. CVP, Bistol-Buffalo-Toronto.
- Slee W., Farr H., Snowdon P.(1997) - Sustainable tourism and local economy. In M.J.Stabler (ed.), *Tourism and sustainability. Principles to practice*. CAB international, Wallingford.
- Smith V.(1992) - Hosts and guests revisited, in *American Behavioral Scientist*, vol.36 n.2.
- Smith V.(1990) - Tourism Research: Resources and Trends, in *Cultural Survival*, vol.14, n.2.
- Smith V.(1989) - *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. University of Pennsylvania press, Philadelphia.
- Smith V., Eadington W.R.(eds.) (1992) - *Tourism Alternatives: potentials and problems in the development of tourism*. University of Pennsylvania, Philadelphia.
- Sreekumar T.T.(2002) - Why do we need an alternative Code of Ethics for tourism?, in

Contours, vol. 13, n.1.

Streeten, P. (1977) - The basic features of a basic needs approach to development, in *International Development Review*, n.3.

Tabboni S.(1990) - *Vicinanza e lontananza*. FrancoAngeli, Milano.

Torres P.(2008) - *Turismo étnico en el NOA: Entre el diálogo del reconocimiento y la lógica del mercado*. UBA, Buenos Aires.

Urry J.(1992) - The tourist's gaze revisited, in *American Behavioral Scientist*, vol.36 n.2.

Vivanco L.A. e McLaren D.(2006) - *Tourism certification and indigenous peoples in Latin America*. In Schwarz S.(ed.) *Responsible travel handbook*. Transitions Abroad, Bennington.

Wang N.(1999) - Rethinking authenticity in tourism experience, in *Annals of tourism research*, vol.26, n.2.

Wearing S., McDonald M., Ponting J.(2005) - Building a decommodified research paradigm in tourism: the contribution of NGOs, in *Journal of sustainable tourism*, vol.13, n.5.

Withfield S.J.(1991) - The image: the lost world of Daniel Boorstin review, in *American histories*, n.6.

Sulle tipologie di turismo alternative al turismo di massa

Alves S., de Hilal A.V.(2009) - Tourism development: sustainable or sustained?, in *Pasos*, vol.7, n.3.

Beato F.(2000) - *Parchi e società*. Liguori, Napoli.

Bellia R., Richez-Battesti N.(2004) - *Tourisme solidaire: innovation et réseau. Analyse comparée France-Italie*. Université catholique de Lyon, Lyon.

BITS (2005) - *Etude sur les concepts et réalités du tourisme social et solidaire en Afrique*. BITS, Dakar.

Branwell B., Lane B.(2005) - From niche to general relevance? Sustainable tourism, research and the role of tourists journal, in *The journal of tourism studies*, vol.16, n.2.

Bordini D. (2012) - Immaginari geografici e paradossi sulle rotte del turismo alternativo, in *Teatro Naturale*, n.30.

Cañada E.(2008) - *Impactos del turismo en los países del Sur y Turismo Rural Comunitario*. FTR, Madrid.

Castoldi G.(2010) - Sostenibilità: avanti piano, in *RdT, la Rivista del Turismo*, n.2.

- Cleverdon R.(2001) - Introduction: fair trade in tourism. Applications and experiences, in *International journal of tourism research*, vol.3.
- Cleverdon R. e Kalisch A.(2000) - Fair Trade In Tourism, in *International journal of tourism research*, vol.2.
- Collombon J.M.(2004) - *Tourisme solidaire et développement durable*. Gret, Parigi.
- Coriolano L.N., Leitao C.(2008) - Turismo, cultura y desenvolvimiento entre sustentabilidades e (in)sustentabilidades, in *Pasos*, vol.6, n.3.
- Corvo P.(2005) - Il turismo sostenibile: tra teoria e prassi. In A.Agustoni (ed.) *Comunità, ambiente e identità locali*. FrancoAngeli, Milano.
- Cullen S.(2005) - Sex tourism is big money for pimps and politicians, in *Contours*, vol. 15, n.1.
- Evans G., Cleverdon R.(2003) - Fair trade in tourism. Community development or marketing tool?. In G.Richards e D.Hall (eds.) *Tourism and sustainable community development*. Routledge, Londra-New York.
- Fadini S., Sodano I.(2002) - Le critiche all'anno internazionale dell'Ecoturismo. In il Vagabondo (ed.), *Le nuove forme del Viaggiare*. CUEN, Napoli.
- Ferguson L.(2007) - The United Nations World Tourism Organisation, in *New Political Economy*, vol.12, n. 4.
- Filgueiras Nodar J.M.(2009) - Una critica rortiana al código ético mundial para el turismo, in *Pasos*, vol.7, n.2.
- Goodwin H.(2010b) - Reflections on 10 years of Pro Poor Tourism, in *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, vol.1, n.1.
- Hunter C.(1997) - Sustainable tourism as an adaptative paradigm, in *Annals of tourism research*, vol.24, n.4.
- International Council on Local Environmental Initiatives (1999) - *Sustainable tourism: a local authority perspective*, Background paper, n.3. ONU, New York.
- Jardel J.P.(1999) - Ecoturismo, ambiente e sviluppo: un problema di coscientizzazione. In P.Guidicini, A.Savelli (eds.) *Strategie di comunità nel turismo mediterraneo*. FrancoAngeli, Milano.
- Jones S.(2005) - Community-based tourism. The significance of Social Capital, in *Annals of Tourism Research*, vol.32, n.2.
- Khan M.(1997) - Tourism development and dependency theory: mass tourism vs. ecotourism, in *Annals of Tourism Research*, vol.24, n.4.

- Lanfant M.F. e Graburn N.(1992) – International tourism reconsidered: the principle of the alternative. In V. Smith e W. Eadington (eds.) (1992) - *Tourism Alternatives: potentials and problems in the development of tourism*. University of Pennsylvania, Philadelphia
- Moscardo G.(2008) - Sustainable tourism innovation: challenging basic assumptions, in *Tourism and Hospitality Research*, vol.8, n.1.
- Muqbil I.(2004) - Global summit on tourism, in *Travel Monitor*, Bangkok Post, 26 January 2004.
- Palomo Pérez S.(2006) - El turismo justo y la creacion de sistemas de produccion de servicios turisticos responsable, in *Estudios Turisticos*, n.168.
- Pieroni O.(2003b) - Le contraddizioni dell'ecoturismo. In O.Pieroni e T.Romita (eds.), *Viaggiare, conoscere e rispettare l'ambiente*. Rubbettino, Soveria Mannelli.
- Pieroni O.(2003a) - Biomasse in movimento. Veloci e pesanti, lenti e leggeri. In O.Pieroni e T.Romita (eds.), *Viaggiare, conoscere e rispettare l'ambiente*. Rubbettino, Soveria Mannelli (CZ).
- Pieroni O., Romita T.(eds.) (2003) - *Viaggiare, conoscere e rispettare l'ambiente*. Rubbettino, Soveria Mannelli (CZ).
- Pleumarom A.(1999) - Eco-tourism: an ecological and economic trap for third world countries, in *Third World Quarterly*, n. 4.
- Plüss C.(2003) - Fair trade, also in tourism, in *Trialog*, n.79.
- Renard M.C.(1999) - The Interstices of Globalization: The Example of Fair Coffee, in *Sociologia ruralis*, vol.39, n.4.
- Rodríguez G. e Prats Palazuelo F.(2007) - Sostenibilidad ambiental y certificaciones en el sector turistico, in *Estudios Turísticos*, n.172-173.
- Ruhanen Hunter L.(2006) - *Sustainable Tourism Planning: An Analysis of Queensland Local Tourism Destinations*, tesi di dottorato, università del Queensland
- Sanchez Rivero M., Pulido Fernández J.I.(2009) - *Medida de la sostenibilidad turistica*. Centro studi Ramon Areces, Madrid.
- Savoja L.(1998) - Il turismo. In M.C.Martinengo e L.Savoja (eds.) *Sociologia dei fenomeni turistici*. Guerini studio, Milano.
- Stronza A., Gordillo J.(2008) - Community views of ecotourism, in *Annals of tourism research*, vol.35, n.2.
- Stronza A.(2001) - Anthropology of Tourism: Forging New Ground for Ecotourism and

Other Alternatives, in *Annual Review of Anthropology*, Vol. 30.

Tonini N.(2007) - *Viaggio attorno al turismo sociale, sostenibile e solidale*, FrancoAngeli, Milano.

UNCSD (1999b) - *Sustainable tourism: a non-governmental organization perspective*. Background paper n.4, ONU, New York.

UNCSD (1999a) - *Sustainable tourism: a local authority perspective*. Background paper n.3, ONU, New York .

Velikova M.(2001) - How sustainable is the sustainable tourism?, in *Annals of tourism research*, vol.28, n.2.

Sul turismo responsabile

Aime M.(2005) - *L'Incontro Mancato: Turisti, Nativi, Immagini*. Bollati Boringhieri, Torino.

Antonini R.(2012) - Turismo responsabile, in *PleinAir market*, n.480/481.

Belli R., Richez-Battesti N.(2004) - *Tourisme solidaire: innovation et réseau. Analyse comparée France-Italie*, Colloque "Les enjeux du management responsable", Université Catholique de Lyon.18-19 giugno.

Berruti A., Delvecchio E. (2009) - *Turismo*. Effatà, Torino.

Béville G., Laurent A., Vierier L.(ed.) (2009) - *Tourisme responsable et territoires*. MAEE, Parigi.

Birkett D.(2002) - Re-branding the tourist. In C.Fox (ed.) *Ethical tourism*. Hodder& Stoughton, Londra.

Boobin J.(2012) – Researching responsible tourism reporting, in *ICRT*, occasional paper, n.24.

Booyens I.(2010) - Rethinking township tourism: Towards responsible tourism development in South African townships, in *Development Southern Africa*, vol.27, n.2.

Bouc K.(ed.) (2009) - *Turismo responsabile: quale interesse per gli italiani*. Effatà, Torino.

Buj C. (2011) - *Summary of the Congress on Ethics and Tourism in Madrid*. <http://www.albasud.org>, visto il 25-9-2011.

Butcher J.(2002) - Weighed down by ethical baggage. In C.Fox (ed.) *Ethical tourism*. Hodder& Stoughton, Londra.

Calzati V.(2012) – Turista slow e stile di vita: una prima indagine sul territorio di Todi in Umbria. In V.Calzati e P. de Salvo (eds.) *Le strategie per una valorizzazione sostenibile del territorio*. FrancoAngeli, Milano.

- Cañada E.(2012) - Movilización por un turismo responsable. In Jiménez A.T. (ed.) - *El turismo responsable en Navarra. Alter Nativas, Pamplona.*
- Castagnone E.(2009) - *Le tourisme responsable au Sénégal.* Effatà, Torino.
- Cravatte C., Chabloz N.(2008) - Enchantment and solidarity: Which dream does 'fair tourism' sell? in *Tourist Studies*, vol.8, n.231.
- Davolio M. e Somoza A.(2011) – Postfazione. Storia di un movimento, l'Associazione Italiana Turismo Responsabile. In P.Grigolli (ed.) *Turismi responsabili.* FrancoAngeli, Milano.
- Davolio M., Meriani C.(eds.) (2011) – *Turismo responsabile. Che cos'è. Come si fa.* TCI, Milano.
- Davolio M.(2010) - *Comunicazioni del presidente al direttivo AITR, 8 luglio, Milano.*
- Davolio M.(2009c) - Introduzione. In K.Bouc (ed.) *Turismo responsabile: quale interesse per gli italiani.* Effatà, Torino.
- Davolio M.(2009b) - *Comunicazioni del presidente all'assemblea dei soci AITR, Torino.*
- Davolio M.(2009a) - Una vision del turismo responsable in Europa, in *Tres*, n.0.
- De Juan J.M.(2011) - *Reflexiones del 1er congreso internacional de ética y turismo.* Inviato via mail dall'autore.
- Del Chiappa G., Grappi S., Romani S.(2009) - *The responsible tourist's behaviour: an empirical analysis in Italy*, intervento all'ottavo Congresso Internazionale "Marketing Trends". Parigi, 16-17 Gennaio 2009.
- Dollfus A.(2001) - *Les enjeux et défis du tourisme responsable.* <http://www.tourisme-responsable.org>, visto il 10-2-2011.
- Fadda A.(2008) – I saperi locali: una risorsa per il turismo delle risorse interne? In A.Savelli (ed.) *Spazio turistico e società globale.* FrancoAngeli, Milano.
- Fernández I.(2009) - Decir turismo responsable es decir turismo justo, turismo solidario, turismo sostenible, turismo etico, in *Tres*, n.0.
- Firrao M.(2012) - Alitalia, responsabili per vocazione, in *l'Agenzia di Viaggi*, 31 luglio
- FTR(ed.) (2010) - *Turismo y Políticas Públicas de Cooperación: Posicionamiento del Foro de Turismo Responsable.* FTR, Madrid.
- Fuchs H.(2010) - Responsible tourism, in *D+C*, n.7-8.
- Garrone R.(2007) - *Turismo responsabile.* RAM, Genova.
- Gascón J., Cañada E.(2005) – *Viajar a todo tren.* Icaria, Barcelona.
- Gascón J.(2010) - Responsabilidad Social Corporativa en turismo o la estrategia de

- esconder cadáveres en el armario: el ejemplo de Sol Meliá, in *Pueblos: revista de información y debate*, n.41.
- Gascón J.(2009) - Responsible tourism: a term hijacked by transnational capital, in *Contours*, vol.19, n.3.
- Gauteng Tourism Authority (2006) - *Responsible tourism manual*. ICRT e GTA, Johannesburg.
- Goldstein P.(2002) – Can we care enough?. In C.Fox (ed.) *Ethical tourism*. Hodder& Stoughton, Londra.
- Goodwin H., Santilli R.(2009) - Community-based tourism: a success?, in *ICRT Occasional Paper*, n.11.
- Goodwin H.(2011b) - *In ten years "so far this massive industry has achieved a little, and rather late"*. <http://haroldgoodwin.info> del 16/9/2011.
- Goodwin H.(2011a) - Introduzione. In P.Grigolli (ed.), *Turismi responsabili*. FrancoAngeli, Milano.
- Goodwin H.(2010a) - *Responsible tourism in destinations*. CMRB, Londra.
- Goodwin H.(2009) - Taking responsible for tourism, in *ICRT occasional paper* n.12.
- Goodwin H.(2002) – The case for responsible tourism. In C.Fox (ed.) *Ethical Tourism*. Hodder & Stoughton. Londra.
- Grigolli P.(2011c) – Verso il superamento di un'insostenibile dicotomia fra profit e no-profit. In P.Grigolli (ed.) *Turismi responsabili*. FrancoAngeli, Milano.
- Grigolli P.(2011b) - Perché turismi responsabili. In P.Grigolli, *Turismi responsabili*. FrancoAngeli, Milano.
- Grigolli P.(ed.) (2011a) - *Turismi responsabili*. FrancoAngeli, Milano.
- Hall C.M.(2012) - Governance and responsible tourism. In D.Leslie (ed.) *Responsible tourism. Concept, theory and practice*. CABI, Wallingford-Cambridge.
- ICRT (2007) - Advances in Responsible tourism, in *ICRT Occasional Paper*, n.8.
- Jenkins T. (2002) – Introduction. In C.Fox (ed.) *Ethical tourism*. Hodder& Stoughton, Londra.
- Jiménez A.T. (ed.) (2012) - *El turismo responsable en Navarra*. Alter Nativas, Pamplona.
- Kolařová H.(2004) - Šetrná turistika, in *Bedrník*, n.3.
- Laurent A.(2003) - *Caractériser le tourisme responsable facteur de développement durable*. DGCID, MAÉ, Parigi.
- Leech K.(2002) – Enforced primitivism. In C.Fox (ed.) *Ethical tourism*. Hodder&

Stoughton, Londra.

- Leslie D.(2012) – Introduction. In D.Leslie (ed.) *Responsible tourism. Concept, theory and practice*. CABI, Wallingford-Cambridge.
- Manente M., Minghetti V., Mingotto E.(2011) - I modelli di certificazione del turismo responsabile. In P.Grigolli, P. (ed.) *Turismi responsabili*. FrancoAngeli, Milano
- McLaren D. (2006a) - Sustainable travel, in S.Schwarz (ed.) *Responsible travel handbook*. Transitions Abroad, Bennington
- McLaren D.(2006b) - The responsible travel movement, in S.Schwarz (ed.) *Responsible travel handbook*. Transitions Abroad, Bennington
- Pulido Fernández J.I.(2009) - Viajar bajo otra perspectiva, in *Tres*, n.0.
- Rivera Mateos M., Rodríguez García L.(eds.) (2012) – *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Universidad de Córdoba, Córdoba.
- Rivera Mateos M.(2012) - Un turismo desigual en un mundo globalizado: lógicas dominantes y alternativas de las nuevas formas de turismo responsable. In M.Rivera Mateos e L.Rodríguez García (eds.) *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Universidad de Córdoba, Córdoba.
- Sacco P.L. e Viviani M.(2008) - La responsabilità sociale d'impresa prospettive teoriche nel dibattito italiano, in *Economia politica*, n.2.
- Schwarz S.(ed.) (2006) - *Responsible travel handbook*. Transitions Abroad, Bennington.
- Sin H.L.(2010) - Who are we responsible to? Locals' tales of volunteer tourism, in *Geoforum*, n.41.
- Somoza A.(2009) - Prefazione. In A.Berruti e E.Delvecchio, *Turismo*. Effatà, Torino.
- Somoza A.(2005) - Perché diciamo turismo responsabile. In *Atti dei primi Incontri del turismo responsabile e solidale*, Torino, 23-24 settembre e 14-15 ottobre 2005.
- Tearfund (ed.) (2002) - *A call to responsible global tourism*. Tearfund, Teddington.
- Tudurí C.(2006) - ¿Hacia un turismo más justo?, in *Savia*, n.35.
- Volontari per lo sviluppo (ed.) (2007) - *Bel paese, buon turismo. Turismo responsabile e sviluppo locale*. Volontari per lo sviluppo, Torino.

Sugli attori del turismo

- Aas C., Ladkin A., Flethcer J.(2005) – Stakeholder collaboration and heritage management, in *Annals of tourism research*, vol. 32, n.1.
- Agustoni A.(2005) - *Comunità, ambiente e identità locali*. FrancoAngeli, Milano.

- Atkin B., Skitmore M.(2008) - Editorial: Stakeholder Management in Construction, in *Construction Management and Economics*, vol. 26, n.6.
- Bagnasco A.(1999) - *Tracce di comunità*. il Mulino, Bologna.
- Bellanca N.(2007) - *L'economia del noi. Dall'azione collettiva alla partecipazione politica*, Università Bocconi Editore, Milano.
- Bobbio L.(2005) – La democrazia deliberativa nella pratica, in *Stato e mercato*, n.73.
- Cammelli M.(2005) – Considerazioni minime in tema di arene deliberative, in *Stato e mercato*, n.73.
- Carlini R.(2011) - *L'economia del noi - L'Italia che condivide*. Laterza, Roma-Bari.
- Coronado G. (2012), Tensiones entre el postcolonialismo y la lucha por el control cultural. El caso de proyectos de turismo alternativo indígena en Mexico. In J.Sanchez, J.Pedro, *Turismo Rural. Experiencias y desafíos en Iberoamerica*. BBA, Città del Messico.
- Coronado G.(2008) - Insurgencia y turismo: reflexiones sobre el impacto del turista politizado en Chiapas, in *Pasos*, vol.6, n.1.
- Fadini S.(2011) - *Salvateci dalla taranta*. Il mio libro-l'Espresso, Roma.
- Fadini S.(2010) - La vendita del tempo libero, in *Krill*, n.1.
- Fischer E., Bristor J., Gainer B.(1996) - Creating or escaping community? An exploratory study of internet consumers' behaviors, in *Advances in Consumer research*, n.23.
- Fontaine C., Haarman A. e Schmid S.(2006) – *The stakeholder theory*. <http://edalys.fr>, visto il 10-7-2013.
- Freeman R.E.(2004) - The Stakeholder Approach Revisited, in *Zfwu*, vol.5, n.3.
- Freeman R.E., McVea G.(2001) - A Stakeholder Approach to Strategic Management, in *Darden Business School, Working Paper*, n.1-2.
- Gbikpi B.(2005) – Dalla teoria della democrazia partecipativa a quella deliberativa: quali possibili continuità?, in *Stato e mercato*, n.73.
- Häusler N.(2011) - Da bambino avevo un sogno: volevo diventare chef. Attività di training non formali nel settore dell'ospitalità in Sri Lanka. In P.Grigolli (ed.) *Turismi responsabili*. FrancoAngeli, Milano.
- Goodstein J.D., Wicks A.C.(2007) - Corporate and stakeholder responsibility: making business ethics a two-way conversation, in *Business Ethics Quarterly*, vol.17, n.3.
- Hansen U.,Bode M., Moosmayer D.(2004) – Stakeholder theory between general and contextual approaches. A German view, in *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, vol.5 n. 3.

- Häusler N.(2010) - *Success Factors of Community-based Tourism (CBT). Important criteria towards competitive strategies*, relazione al convegno di AITR, 19 ottobre 2010, Torino.
- Jamal T., Getz D.(1995) - Collaboration theory and community tourism planning, in *Annals of tourism research*, vol.22, n.1.
- Li WJ.(2006) - Community decision making. Participation in development, in *Annals of tourism research*, vol.33, n.1.
- Magnaghi A.(2000) - *Il progetto locale*. Bollati Boringhieri, Torino.
- Okazaki E.(2008) - A community-based tourism model: its conception and use, in *Journal of sustainable tourism*, vol.16, n.5.
- Pedersen A.(2002) - *Managing Tourism at World Heritage Sites*, UNESCO, Parigi.
- Pesquex Y.(2009) - Network, stakeholders theory and deliberative democracy, in *Journal of Innovation Economics*, vol.2, n.4.
- Picard M.(2008) - Balinese identity as tourist attraction: from 'cultural tourism' (pariwisata budaya) to 'Bali erect' (ajeg Bali), in *Tourist studies*, vol.8 n.2.
- Picard M.(2001) - Bali: vingt ans de recherches, in *Antropologie et sociétés*, vol.25, n.2.
- Regonini G.(2005) - Paradossi della democrazia deliberativa, in *Stato e mercato*, n.73.
- Riccardi K.(2011) - *CouchSurfing vende l'anima. Esplode la rivolta degli utenti*. Su <http://www.repubblica.it>, primo settembre.
- Richards G., Hall D.(eds.) (2003) - *Tourism and sustainable community development*. Routledge, Londra-New York.
- Savoja L.(2009) - La stakeholder responsibility nel turismo. I turisti oltre il confine della sostenibilità, in *Notizie di POLITEIA*, vol.XXV, n. 93.
- Savoja L.(2007) - Turismo sostenibile e stakeholder model, in *Notizie di POLITEIA*, vol.XXIII, n.85/86.
- Simpson M.C.(2008) - Community benefit tourism initiatives. A conceptual oxymoron?, in *Tourism management*, n.29.
- Sivini S.(2003) - *Nuovi percorsi di sviluppo locale*. Rubbettino, Soveria Mannelli.
- Taylor G.(1995) - The community approach: does it really work?, in *Tourism Management*, vol.16, n.7.
- Villa F.(2005) - Comunità e identità locale. In A.Agustoni (ed.) *Comunità, ambiente e identità locali*. FrancoAngeli, Milano.
- Vitale A.(2007) - *Sociologia della comunità*. Carocci, Roma.

Waldkirch R.W.(2008) – *The shareholder vs stakeholder debate reconsidered*. Wittenberg center for global ethics, Discussion paper n.2.

Su Economia solidale e rapporti col turismo responsabile

- Aime M.(2002) – Introduzione. In M. Mauss, *Saggio sul dono*. Einaudi, Torino.
- Albert O., Grozelier B.(2002) - *Peur-on appliquer les principes du commerce equitable a l'industrie touristique?*. In B.Martin (ed.), *Voyager autrement: vers un tourisme responsable et solidaire*. Charles Leopold Mayer, Parigi.
- Becchetti L.(2010) – Oltre la Crisi nella società del rischio: il ruolo dell'Economia Civile. In P.Venturi, S.Rago(eds.), *L'economia civile nella società del rischio*. AICCON, Forlì.
- Bevilacqua P.(2006) - *La terra è finita*. Laterza, Roma-Bari.
- Biolghini D.(2010) - Come sono visti, intesi, sognati i beni comuni da GAS, RES, DES. In P.Cacciari (ed.) *La società dei beni comuni*. Ediesse, Roma.
- Bonaiuti M.(2008) - *Immaginare un'economia altra: reti e distretti di economia solidale*. Lilliput, Italia.
- Borzaga C., Zandonai F.(2009) - *L'impresa sociale in Italia*. Donzelli, Roma.
- Bruni L.(2007) - *La ferita dell'altro*. Il Margine, Trento.
- Carlini R.(2011) - *L'economia del noi - L'Italia che condivide*. Laterza, Roma-Bari.
- Carestiato N.(2010) - *La proprietà collettiva: un modello di economia solidale e sostenibile*. In P. Cacciari (ed.) *La società dei beni comuni*. Ediesse, Roma.
- Guadagnucci L.(2007) - *Il nuovo mutualismo*, Feltrinelli, Milano.
- Laville J.L.(1998) - *L'economia solidale*. Bollati Boringhieri, Torino.
- Loppi C.(2010) - Intervento al convegno “Reti di economia sociale e turismo responsabile in Brasile”, Bologna, 4 giugno.
- Mance E.(2006) - *Redes de colaboracion solidaria*. Universidad autonoma de la Ciudad de Mexico, Città del Messico.
- Mance E.(2003) - *La rivoluzione delle reti*. EMI, Bologna.
- Mance E.(2002) - *Tessendo reti di economia solidale. Costruendo le basi concrete di un altro mondo possibile*. IFIL, Curitiba.
- Monticelli P.(2013) – La finanza etica e altri movimenti al servizio dell'economia solidale. In Tavolo RES (eds.) *Un'economia nuova, dai GAS alla zeta*. Altreconomia, Milano.
- Rago S., Villani R.(n.s.) - *Glossario dell'economia sociale*. Regione Emilia Romagna,

Bologna.

Sivini S.(2008) - *Intrecciare reti*. Rubbettino, Soveria Mannelli.

Tavolo RES (2013) – Premessa. In Tavolo RES (eds.) *Un'economia nuova, dai GAS alla zeta*. Altreconomia, Milano.

Tavolo RES (2011) - *Le 10 colonne dell'economia solidale*. <http://www.retecosol.org>, visto il 15-1-2012.

Théveniaut M., Laurent A.(2005) - *Une économie sociale, solidaire et territorialisée, condition du développement durable*. Su <http://www.socioeco.org>, visto il 5-8-2012.

Zamagni S., Venturi P.(2011) - Prefazione. In P.Venturi, S.Rago (eds.), *Verso l'economia del ben-essere*. AICCON, Forlì.

Zibechi R.(2007) - *Disperdere il potere*. IntraMoenia, Napoli.

Documenti consultati

Documenti ufficiali transnazionali (in ordine cronologico)

CCA, Codice etico per il turista, Penang, 1975.

OMT/WTO, Carta dei diritti del turismo e Codice del turista, Sofia, 1985.

WCED, Rapporto Brundtland, 1987.

OMT/WTO, Carta di Lanzarote, 1995.

BITS, Dichiarazione di Montreal,1996.

OMT/WTO, Codice mondiale etico per il turismo, 1999.

ICRT, Dichiarazione di Cape Town, 2002.

UNGA, *Assessment of the results achieved in realizing aims and objectives of the International Year of Ecotourism*, New York, 2003.

UNWTO, Sustainable development of ecotourism- a compilation of good practices in SME's, 2003.

UNWTO, Sustainable development of tourism. Conceptual definition, 2004.

Equations e altri, Dichiarazione dal WSF di Mumbai, 2004.

UNWTO, El turista y viajero responsable, 2005.

FITS, Dichiarazione finale, Chiapas, 2006.

BITS, Addendum d'Aubagne, 2006.

ICRT, Dichiarazione di Kerala, 2008.

FITS,Dichiarazione di Marsiglia, 2008.

FBOMS e altri, Dichiarazione dal WSF di Belem, 2009.

ICRT, Dichiarazione di Belize, 2009.

CISV e altri, Dichiarazione di Cordoba, 2009.

UNWTO, Dichiarazione di Hainan, 2010.

CE, Dichiarazione di Madrid, 2010.

UNGA, Monitoraggio codice, 2010.

ICRT, Dichiarazione di Alberta, 2011.

Carte di principi delle realtà europee

Carta d'identità per viaggi sostenibili di AITR, Italia.

Carta Italia "Bel paese, buon turismo" di AITR, Italia.

Charte ethique du voyager di ATR, Francia.

Carta do Turista Responsável, di Mó-de-vida, Portogallo.

Charte pour le tourisme equitable di ATES Francia.

Proposta di linee guida dei progetti di cooperazione e turismo. Progetto "Tres".

Altri documenti tratti dai siti di

Akte, Svizzera.

EARTH – Europa.

Foro de Turismo Responsable, Spagna.

Kate, Germania-Spagna.

TEN, Europa.

Tourism Watch, Germania.