

# PROPOSTE DI LINEE GUIDA

*ASSOCIAZIONE  
ITALIANA TURISMO  
RESPONSABILE*

# PER LA COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO E IL TURISMO



*A CURA DI  
AITR*

**ANNO 2019**



# SOMMARIO

- Obiettivi pag.4
- Problematiche pag.5
- Principi pag.6
- 1.Analisi approfondita del territorio pag.7
- 2.L'importanza del mercato, analisi e strategie pag.8
- 3.Il coinvolgimento della popolazione locale pag.9
- 4.L'adozione di un approccio integrato pag.10
- 5.Massimizzare l'impatto economico dell'attività turistica locale per la comunità pag.11
- 6.Gli aspetti di tutela e valorizzazione ambientale pag.12
- 7.Patrimonio storico culturale pag.13
- 8.La tutela dei diritti umani pag.14
- Approfondiamo: turismo per tutti pag.15
- Approfondiamo: turismo responsabile e accessibilità pag.17



Elaborato a cura di: Maurizio Davolio, Elisa Delvecchio

Con il contributo di: Francesca Manzoni, Paola Autore, Gianpiero Griffò

Grafica a cura di: Silvia Lazzari

## Premessa

Le presenti linee guida costituiscono un aggiornamento di un documento elaborato alcuni anni fa nell'ambito della rete AITR (Associazione Italiana Turismo Responsabile) attraverso un processo partecipato (seminari, questionari, focus group) che ha coinvolto numerosi attori, in particolare ONG, Tour Operator, associazioni, partner dei paesi di destinazione, reti europee di turismo responsabile, i quali hanno condiviso esperienze, successi e criticità dei programmi di cooperazione allo sviluppo e turismo con l'intento di:

- Promuovere i principi, i valori e le pratiche del Turismo responsabile\* nella cooperazione Internazionale.
- Aumentare l'impatto, l'efficacia, l'innovazione, la sostenibilità dei progetti di cooperazione e turismo in riferimento agli obiettivi dell'Agenda 2030.
- Orientare i criteri di ideazione, selezione, finanziamento e implementazione dei progetti cooperazione internazionale inerenti il turismo e/o con una componente turistica.

## Perché è importante il turismo?

I dati a livello globale riflettono l'immagine di un'industria in continua crescita (in media del quattro per cento l'anno a partire dagli anni 60, con un breve declino nel 2009, determinato dalla crisi economica globale), anche se metà dei viaggi internazionali riguardano i cittadini di dieci paesi, la maggior parte dei quali in Europa e in Nord America, con la recente aggiunta della Cina, ormai seguita da altri paesi asiatici emergenti. Tuttavia, nonostante la crescita, non è evidente in quale misura il turismo stia distribuendo ricchezza, gli attuali standard di misurazione del turismo si assestano soprattutto sul criterio economico. A questo fine le Nazioni Unite hanno lanciato recentemente un'iniziativa "verso una cornice statistica per misurare il turismo sostenibile" MST.

Ad oggi l'industria turistica:

- rappresenta il 10% del PIL Mondiale;
- genera un posto di lavoro su 10 e il 7 per cento dell'export globale;
- Africa: 2 milioni di lavoratori, e secondo l'UNCTAD nel prossimo decennio genererà 11, 7 milioni di posti di lavoro, a beneficiarne saranno soprattutto donne che oggi gestiscono il 30 delle imprese di settore;
- 1,4 milioni di arrivi nel 2018 (+6%);
- nel 2030 sono previsti circa 1.8 milioni di arrivi internazionali;
- È la maggior fonte di guadagno per molti paesi del Sud del Mondo;
- Il 2017 è stato proclamato "Anno internazionale del turismo sostenibile" dalle Nazioni Unite.

IL TURISMO PUÒ RAPPRESENTARE QUINDI UN IMPORTANTE VOLANO DELLO SVILUPPO GLOBALE, È NECESSARIO PERÒ CAMBIARE LE POLITICHE DEI GOVERNI E LE PRATICHE DEI CONSUMATORI IN UNA DIREZIONE DI MAGGIORE SOSTENIBILITÀ E SECONDO I PRINCIPI DEL TURISMO RESPONSABILE, TENENDO CIOÈ CONTO DEGLI IMPATTI AMBIENTALI, SOCIALI ED ECONOMICI.



## Quali sono le problematiche oggi?

# P R O B L E M A T I C H E

Numerosi sono gli effetti negativi che il processo di globalizzazione dell'industria turistica sta producendo sotto vari aspetti: economico, ambientale e socio-culturale. Raramente i proventi del turismo sono investiti per la lotta alla povertà, vi sono inoltre gli squilibri determinati dalla mancata considerazione dei "limiti" di un territorio che portano ad impatti devastanti sull'ambiente e sulla biodiversità e, di conseguenza, riducono l'accesso alle risorse da parte delle comunità locali. Infatti, non tutti i territori hanno necessariamente una vocazione turistica, in particolare quelli i cui equilibri ambientali sono fragili e carenti di risorse fondamentali come l'acqua o l'energia.

Al tempo stesso il turismo può costituire un argine al declino di quei territori a rischio di spopolamento e abbandono creando nuove opportunità di sviluppo e lavoro.

Le problematiche che il settore deve affrontare sono numerose:

- essere la quarta fonte di inquinamento in Europa con tutto quel che ne consegue da un punto di vista di impatto sui cambiamenti climatici, biodiversità etc.
- subire l' Overtourism (sovraffollamento) incapacità di gestire l'accoglienza per mancanza di strumenti e/o di politiche di governance adeguate alla sostenibilità socio-ambientale del fenomeno turistico;
- creare lo tagged authenticity o autenticità fittizia, è il caso per esempio di eventi culturali o religiosi che vengono spostati di data, accorciati, modificati a uso e consumo dei turisti.
- impattare poco nei paesi poveri, nonostante una partecipazione crescente di capitali locali, resta nelle mani delle società multinazionali che detengono la proprietà di catene alberghiere e villaggi in decine di Paesi, determinando quella che è probabilmente la principale criticità sul piano economico e cioè "la fuga dei redditi" o leakage. Si tratta dei proventi derivanti dal turismo che non restano in loco e possono riguardare sia i leakage da importazione, quando i turisti chiedono servizi di un certo standard (strutture, cibo, prodotti), importati perché non presenti nella destinazione turistica; sia i leakage da esportazione, quando cioè una quota significativa dei profitti viene rimpatriata nei paesi di origine della proprietà anziché essere investita in loco. Un fenomeno collegato ai leakage che determina una ulteriore limitazione ai benefici economici per le comunità locali è costituito dalle cosiddette "enclaves turistiche", ossia ben definite aree territoriali dove i turisti fruiscono i pacchetti vacanza all inclusive (nelle navi o nei villaggi turistici). Queste forme di enclaves turistiche impediscono il contatto tra il turista e il mercato locale, nonché con la popolazione e la cultura del luogo. Il fenomeno dei leakage può raggiungere anche percentuali del 70-80% sul costo totale del viaggio;
- risolvere il problema delle tax holidays che, concesse dai governi per attrarre investimenti stranieri, rappresentano l'opportunità per le imprese internazionali di evitare il pagamento delle tasse, determinando un minore gettito fiscale per i governi locali. Questo squilibrio si ripercuote anche sul fronte occupazionale: la manodopera locale, spesso priva di formazione e qualifiche, è frequentemente mal pagata e precaria.
- ideare e implementare i progetti di cooperazione caratterizzati da mancanza di competenza nell'ideazione e implementazione del programma : es. realizzazione di strutture che non superano il vaglio delle autorità preposte ai controlli; costruzione di offerte turistiche in località isolate e difficilmente raggiungibili, non condivisione con la comunità locale etc.
- registrare mancanza di governance e/o scarsa competenza delle organizzazioni finanziate: terminato il progetto ed il relativo supporto economico e/o di Know how, diverse esperienze di turismo, anche responsabile, falliscono. Diventa dunque cruciale la capacità di investire in maniera strategica e sostenibile per lo sviluppo di imprese di settore e per la formazione degli operatori.

E' NECESSARIO QUINDI CAMBIARE LE POLITICHE DEI GOVERNI, DELLE IMPRESE E ANCHE LE SCELTE DEI CITTADINI CHE POSSONO RIVESTIRE UN RUOLO CENTRALE NELL'INDIRIZZARE IL MERCATO.

## Principi

Il turismo responsabile:

1. Può e deve contribuire allo sviluppo sostenibile di un Territorio, ed generale agli obiettivi di sviluppo dell'Agenda 2030 con particolare riferimento all'SDG 1 (sconfiggere la povertà); SDG 8 (lavoro dignitoso e crescita economica); SDG 12 (Consumo e produzione responsabili); SDG 14 (conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e delle risorse marine per lo sviluppo sostenibile).
2. È uno strumento di giustizia e di inclusione sociale: tutela l'equità di genere ed i diritti delle minoranze e delle fasce più deboli della popolazione.
3. Riconosce la centralità della comunità locale e promuove strumenti di partecipazione democratica.
4. È uno strumento per la tutela dell'ambiente e della biodiversità.
5. Promuove i diritti umani e quindi tutela la dignità delle persone e del loro lavoro e combatte lo sfruttamento sessuale e dei minori.
6. È uno strumento per promuovere modelli di consumo attenti alle ricadute sulla comunità locale e sull'ambiente con criteri di equità.
7. Sostiene la filiera produttiva di un territorio privilegiando forme di economia sociale e solidale: dall'agro-ecologia all'economia circolare, all'utilizzo di energie rinnovabili.
8. Promuove la valorizzazione delle tradizioni culturali locali, il rispetto delle differenze e il dialogo interculturale.
9. Favorisce la piena inclusione delle persone con disabilità come affermato dalla convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti delle Persone con Disabilità (UNCRPD) che all'art. 30 sancisce "il diritto delle Persone con Disabilità a partecipare alla vita culturale e ricreativa, agli svaghi e allo sport, a tutte le strutture che contemplano attività culturali di ogni genere, quali musei, teatri e servizi turistici".
10. Rispetta le comunità locali, i Popoli indigeni e i saperi tradizionali come sancito dalla Dichiarazione dei Popoli indigeni approvata dall'ONU.

### Raccomandazioni sui criteri metodologici e gestionali

I criteri metodologici e gestionali riportati intendono orientare concretamente l'impostazione dei programmi/azioni di cooperazione e turismo e/o con componenti di turismo evidenziando gli elementi di qualità da tenere in considerazione. Tuttavia non esiste "una soluzione unica". Ogni destinazione è infatti particolare e necessita di un strategia adeguata anche attraverso un approccio di sistema (DMO Destination Management Organisation) in grado di coinvolgere i principali stakeholder, in particolare la comunità locale, e di mettere in campo una buona governance con una prospettiva di lungo periodo.

# 1 ANALISI APPROFONDIRITA DEL TERRITORIO

---

La conoscenza approfondita di un territorio e del contesto di riferimento è la preconditione essenziale per valutare se quel territorio ha o meno una vocazione turistica e se ci sono quindi i presupposti per un programma di cooperazione e turismo. Nell'ambito degli studi di fattibilità (Diagnostico) del progetto è importante verificare alcuni fattori fondamentali per uno sviluppo turistico quali:

## **Analisi del potenziale turistico (tourism resource audit) e dello stato dell'arte dell'offerta turistica territoriale:**

- facilità di accesso al territorio (collegamenti con strade, ferrovie ed aeroporti nazionali, collegamenti aerei con i paesi di origine della domanda);
- analisi e mappatura delle risorse e degli elementi di attrattiva del territorio: caratteristiche antropologiche, storiche, culturali e naturali.

## **Verifica della sussistenza di prerogative ambientali, sociali ed economiche:**

- eventuali fragilità da un punto di vista ambientale (es. carenza di risorse come l'acqua, fenomeni di erosione, habitat fragili come per esempio le zone umide) di cui tener conto nella progettazione;
- eventuali fragilità da un punto di vista sociale (es. fenomeni di sfruttamento del lavoro, violazione dei diritti dell'infanzia, discriminazioni di ogni genere, corruzione);
- presenza di un contesto socioeconomico e politico in grado di garantire un livello sufficiente di sicurezza per il viaggiatore;
- analisi complessiva del quadro normativo relativo alla pratica turistica (es. normativa tipologia strutture ricettive, Agenzie di Viaggi, guide turistiche..);
- presenza e qualità dei servizi di assistenza sanitaria, ospedali;
- presenza e qualità dei servizi indispensabili: acqua, elettricità etc.

## **Mappatura dei soggetti/programmi/politiche**

- analisi del tessuto associativo e verifica dell'autonomia e maturità della società civile;
- presenza di un ente turistico nazionale e istituzioni disponibili;
- individuazione di strutture associative da coinvolgere come partner;
- presenza di enti di formazione e professionali;
- eventuale presenza di politiche/programmi di "investimento" nel paese/territorio da parte dei donatori nazionali ed internazionali;
- disponibilità di partner locali professionali per la co-progettazione turistica e per la promo-commercializzazione dell'offerta.



# L'IMPORTANZA DEL MERCATO ANALISI E STRATEGIE

Un importante aspetto da considerare è quello del mercato della domanda avvalendosi della consulenza dei tour operator (internazionali, nazionali e locali) e di esperti di settore che tengano conto anche dell'approccio del turismo responsabile. L'analisi dei mercati di riferimento, la predisposizione di strategie di marketing e l'individuazione dei partner commerciali, sono solo alcuni degli elementi che devono essere presi in considerazione sin dall'ideazione del progetto. Una valutazione sbagliata di questi aspetti o una strategia progettuale basata esclusivamente sull'offerta può portare a situazioni di impasse. Quando si parla di mercato, inoltre, si intende non solo quello internazionale ma anche e soprattutto il mercato della domanda regionale e/o nazionale. Data l'estrema volatilità del settore turistico è importante diversificare i mercati e non investire unicamente nella domanda internazionale che è più facilmente soggetta a mode e ad eventi esterni.

Il programma di cooperazione deve poter contare su un masterplan di sviluppo commerciale del "prodotto turistico", si suggerisce pertanto di tenere in considerazione negli studi di fattibilità di:

- Profilo delle caratteristiche della domanda: analisi dei flussi turistici, stagionalità, target, mercati di riferimento (locale, regionale e/o di prossimità, internazionale);
- Analisi dei mercati di riferimento e delle loro caratteristiche;
- Disponibilità di servizi turistici di base (ad es. possibilità di noleggiare bus);
- profilo dei turisti che visitano il territorio (provenienza, tipologia, caratteristiche permanenza, grado di fidelizzazione (repeaters), analisi delle motivazioni di vacanza);
- Verifica della capacità da parte dei territori di proporre offerte il cui rapporto qualità/prezzo trovi corrispondenza con le aspettative della domanda turistica;
- Analisi delle caratteristiche del mercato riguardanti le politiche di prezzo, per verificare la competitività dei prodotti turistici che si andranno a sviluppare;
- Disponibilità di partner locali professionali del sistema turistico nazionale per la progettazione turistica e per la promozione e commercializzazione dell'offerta (Presenza di tour operator incoming, guide esperte e/o programmi di certificazione delle guide..)
- Studio delle offerte già presenti di incoming e outgoing, valutazione dei competitors;
- Identificazione del prodotto e condizioni dell'offerta;
- Identificazione strategia per la costruzione del prodotto turistico;
- Individuazione di possibili partner commerciali, tour operator incoming e outgoing , soggetti in grado di farsi carico della promozione e della commercializzazione del prodotto turistico. Individuazione di diversi partner commerciali per ridurre il più possibile la dipendenza verso un solo mercato, e aumentare i possibili mercati di riferimento;
- Verifica delle possibili collaborazioni con il settore privato (hotel, ristoranti, uffici di informazione, agenzie turistiche, associazioni, operatori..);
- Verifica dell'immagine turistica del territorio e delle necessità di promozione da parte delle istituzioni pubbliche locali.
- Eventuali campagne di promozione della destinazione tenendo in considerazione i "limiti" strutturali di un territorio da un punto di vista ambientale e sociale.

# 3 IL COINVOLGIMENTO DELLA POPOLAZIONE LOCALE

È la 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).

Si suggeriscono pertanto:

- Utilizzo di strumenti per la mappatura delle organizzazioni sociali formali o informali esistenti nella comunità;
- Utilizzo di metodologie partecipative per identificare i bisogni della comunità ed il coinvolgimento dei vari beneficiari e stakeholder sin dalla fase iniziale del progetto;
- Istituzione di forum locali permanenti 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);
- Favorire la costituzione di un sistema di governance locale che identifichi ruoli e responsabilità di tutti gli attori coinvolti nel processo di sviluppo turistico;
- Promuovere modelli di sviluppo endogeno, concordati con la comunità locale;
- Privilegiare investimenti finanziari locali (ad esempio microcredito) con una logica di redistribuzione delle risorse;
- Privilegiare il coinvolgimento di categorie a rischio di marginalità: donne, giovani, anziani, persone con disabilità;
- Promuovere partenariati stabili con la comunità locale basati sui valori della reciprocità, uguaglianza, scambio, rispetto, fiducia, trasparenza;
- Promuovere incontri tra comunità e turisti: accoglienza in famiglia, iniziative pubbliche...
- Promuovere legami sociali permanenti tra territori (es. istituzioni, associazioni, persone);
- Promozione e sottoscrizione da parte degli attori locali delle carte nazionali e internazionali sul turismo responsabile;
- Facilitare il riconoscimento dei modelli di organizzazione comunitaria da parte delle istituzioni regionali e nazionali;
- Elaborazione condivisa di un codice di comportamento dei turisti e della comunità.





# 4

## L'ADOZIONE DI UN'APPROCCIO INTEGRATO

Gli interventi sul turismo non possono prescindere da un approccio di sistema, cioè dallo sviluppo sostenibile e integrato di tutto il territorio in grado di valorizzare le diverse risorse a disposizione: dai prodotti tipici alle specificità culturali e così via. Importanti sono quindi le sinergie che a seconda del contesto, possono crearsi con altri settori e progetti che lavorano in settori quali ad esempio l'agricoltura, l'artigianato, la pesca, la tutela ambientale e del patrimonio artistico e culturale, l'educazione ecc. Essendo, inoltre, il "progetto" uno strumento necessariamente limitato è indispensabile inserirlo in politiche più ampie di sviluppo locale e nazionale per potenziarne l'impatto. Un approccio di sviluppo integrato si rende inoltre necessario per ovviare ai problemi legati alla stagionalità turistica e alla volatilità della domanda turistica, in altre parole il turismo può rappresentare una fonte di reddito integrativa ma non può essere l'unica e non deve sostituire le attività economiche tradizionali, ma aggiungersi.

Pertanto vanno tenuti in considerazione:

- La multi-attorialità nella comunità locale (collettività locali, organizzazioni di base, cooperative, piccole e micro imprese, tour operator, università...);
- La multi-attorialità nei partenariati internazionali (Associazioni di categoria, ONG, tour operator, enti locali, CRAL, cooperative, associazioni migranti, università...);
- La coerenza, la complementarità e il coordinamento tra le politiche del paese di destinazione turistica (pianificazione, ricaduta sulle fasce sociali più deboli, accesso al credito, tutela dei diritti delle comunità...);
- La coerenza, la complementarità e il coordinamento tra le politiche del paese emittitore di turismo (legislazione anti turismo sessuale, accordi economici, partenariati territoriali/relazioni internazionali tra regioni del mondo);
- La valorizzazione delle eccellenze del territorio (produttive, naturali, culturali) in chiave turistica;
- La promozione di meccanismi di redistribuzione degli utili derivanti dall'attività turistica a beneficio della comunità locale (per esempio a sostegno dei servizi di base, sanitari, educativi);
- La costruzione di un prodotto turistico di cui sia evidente l'unicità, in termini di valori e di esperienza, nonché la molteplicità degli attori che contribuiscono alla sua creazione.





# 5

## MASSIMIZZARE L'IMPATTO ECONOMICO DEL TURISMO LOCALE PER LA COMUNITÀ

Quale sia la modalità di gestione dell'attività turistica (privata o collettiva) gli attori coinvolti nel programma di cooperazione si impegnano a distribuire alla popolazione locale i benefici economici della loro attività (tenendo conto degli equilibri socio economici) attraverso azioni quali:

- Promozione ed integrazione nello sviluppo turistico della filiera produttiva locale (agricoltura, artigianato, cultura...);
- Promozione dell'idea di qualità complessiva dell'esperienza turistica, di cui sono responsabili tutti gli operatori che partecipano della costruzione del prodotto;
- Servizi e prodotti locali diretti al turista: alloggio, enogastronomia, guide, artigianato etc.;
- Utilizzo di mezzi di trasporto locali;
- Favorire l'alloggio dei turisti presso la comunità locale (famiglie, albergo diffuso, strutture ricettive gestite localmente ....);
- Cazione/rafforzamento/supporto di piccole e medie imprese nel settore turistico e dell'indotto (trasporti, rifiuti, agricoltura);
- Creazione di posti di lavoro in particolare per le categorie più svantaggiate;
- Promozione accesso a posti di responsabilità degli operatori locali, prevedendo formazione e accompagnamento;
- Supporto alla creazione di associazioni e cooperative o altre forme di impresa sociale (es. realizzazione di un'associazione di eco guide..);
- Implementazione di programmi di accesso al credito per imprese turistiche locali;
- Sostegno a remunerazioni uguali o superiori alla media locale;
- Predisporre forme per la redistribuzione dei benefici, es. fondo comunitario per lo sviluppo locale;
- Verifica sull'opportunità di integrare i servizi e le attività turistiche comunitarie nei circuiti tradizionali dell'offerta esistente;
- Scoraggiare importanti investimenti turistici in infrastrutture e servizi che non beneficiano la popolazione locale;
- Incoraggiare investimenti a beneficio della comunità: es. fornitura di servizi igienico sanitari, l'accesso all'acqua, collegamenti stradali, comunicazioni;
- Incoraggiare la promozione e la fruizione dei beni materiali ed immateriali (arte locale, patrimonio architettonico e paesaggistico, artigianato etc.) per i turisti e per gli abitanti (es. Ecomusei).



# 6

# GLI ASPETTI DI TUTELA E VALORIZZAZIONE AMBIENTALE

I progetti di cooperazione e turismo possono contribuire alla tutela e valorizzazione ambientale e alla mitigazione dei cambiamenti climatici attraverso:

- Promozione di un uso sostenibile e trasparente delle risorse: es. acqua, energia, legname, singole specie animali e vegetali etc.;
- Incoraggiamento all'utilizzo di energie rinnovabili;
- Incoraggiamento alla riduzione dei consumi energetici, di acqua e della produzione di Co<sub>2</sub>;
- Gestione sostenibile dei rifiuti: riduzione dei volumi di rifiuti prodotti e smaltimento di rifiuti;
- Azioni per favorire l'utilizzo di mezzi sostenibili di trasporto (piste ciclabili, sentieri, ferrovie) e/o per ridurre l'impatto dei trasporti incentivando l'utilizzo di mezzi pubblici e/o a basso impatto ambientale;
- Formazione degli operatori/personale e sensibilizzazione della comunità locale sulle tematiche ambientali;
- Sensibilizzare i turisti sulle norme e comportamenti da seguire per buone pratiche ambientali;
- Azioni volte alla preservazione della biodiversità del luogo (es. riforestazione, agricoltura familiare, diversificazione delle colture etc.) e rispetto delle convenzioni sul commercio di specie animali e vegetali;
- Incoraggiamento del consumo delle produzioni tipiche e a basso impatto ambientale (agricoltura biologica, filiera corta, forme di economia circolare..)
- Politiche di acquisti delle imprese a favore di prodotti rispettosi dell'ambiente per la scelta dei materiali edili, nell'alimentazione e per altri beni di consumo.
- Promuovere il rispetto della convenzione di Washington sul commercio internazionale delle specie di fauna e flora minacciate di estinzione;
- Promuovere le tre Convenzioni di Rio: Convenzione sulla diversità biologica, Convenzione sui cambiamenti climatici, Convenzione contro la desertificazione.;
- Promuovere la dichiarazione ONU su "il diritto umano all'acqua e ai servizi igienicosanitari di base".



# 7 PATRIMONIO STORICO-CULTURALE

Il turismo può svolgere un ruolo importante per il recupero del patrimonio storico-culturale e per la riappropriazione da parte delle comunità delle tradizioni culturali che rischiano di andare perdute, (valorizzando così il patrimonio ed il ruolo di una comunità). Può essere inoltre fattore di inclusione sociale per quelle fasce della popolazione, potenzialmente discriminate, portatrici di patrimoni culturali importanti spesso a rischio di estinzione. Si suggerisce pertanto di:

- Realizzare programmi tesi al recupero/valorizzazione del patrimonio storico culturale e dei beni materiali ed immateriali;
- Investire le imprese turistiche nella valorizzazione e tutela dei luoghi e patrimoni rilevanti da un punto di vista storico, archeologico, culturale;
- Promuovere l'utilizzo di elementi dell'architettura e del patrimonio artistico locale, nell'eventuale realizzazione di strutture ricettive e/o culturali;
- Evitare il rischio di facili rappresentazioni stereotipate delle culture locali;
- Promuovere la riscoperta/valorizzazione/riappropriazione dell'identità storico-culturale come strumento di protagonismo sociale;







# TUTELA DEI DIRITTI UMANI

Il turismo deve farsi promotore della tutela dei diritti umani di tutti, compresi i più deboli, evitando all'interno della propria filiera fenomeni come la disuguaglianza, lo sfruttamento del lavoro, lo sfruttamento sessuale. A tal fine è importante:

- Favorire l'adozione e l'applicazione delle convenzioni internazionali a difesa dei diritti umani e in particolare delle norme ILO (International Labour Organization);
- Promuovere l'adozione e l'applicazione della carta di ECPAT (End Child Prostitution, Pornography and Trafficking) sullo sfruttamento sessuale dei minori;
- Favorire il rispetto della legislazione nazionale o delle normative più stringenti del Paese di origine del turismo, incoraggiando le innovazioni possibili a favore del turismo responsabile;
- Promuovere la partecipazione e il protagonismo delle donne, contrastando normative e tradizioni che ne ledono i diritti;
- Promuovere la partecipazione e il protagonismo diretto delle persone con disabilità, contrastando politiche e pratiche locali che tendono ad escluderle dalla vita sociale e comunitaria ed in genere le relegano a semplici beneficiari di un servizio meramente assistenziale;
- Promuovere il rispetto delle convenzioni internazionali: la convenzione sui diritti delle donne, la convenzione sui diritti dell'infanzia, la convenzione sui diritti delle persone con disabilità;
- Promuovere la difesa delle piccole minoranze e comunità tribali discriminate e a rischio di estinzione.



# APPROFONDIAMO: TURISMO PER TUTTI!



Il turismo responsabile non può prescindere dai principi e vincoli di accessibilità e fruibilità a tutti i livelli di offerte turistiche. L'accessibilità e la fruibilità dei servizi turistici rappresenta una qualità dei servizi, rispondendo a una fascia ampia di clienti (l'OMS calcola che il 15% della popolazione mondiale vive in condizioni di disabilità), garantendo maggiori comfort e sicurezze a tutti i clienti. L'accessibilità va pensata come "Accesso alle esperienze di vita, valorizzando cioè la centralità dell'individuo, la sua autodeterminazione e inclusione in qualità di cliente con bisogni specifici. La Convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti delle persone con disabilità (CRPD), è centrata sul rispetto, la promozione e la tutela dei diritti umani, che si esplicitano nei concetti di non discriminazione, eguaglianza di opportunità, accessibilità, autonomia e indipendenza, partecipazione e inclusione, eguaglianza di genere, rispetto della dignità e delle diversità umane. L'Art. 30 della CRPD sancisce il diritto delle Persone con Disabilità a partecipare alla vita culturale e ricreativa, agli svaghi e allo sport, a tutte le strutture che contemplano attività culturali di ogni genere, quali musei, teatri e servizi turistici.



# APPROFONDIAMO: TURISMO PER TUTTI!

Anche gli Obiettivi di sviluppo sostenibile dell'ONU includono le persone con disabilità come titolari degli stessi diritti di tutti ed in particolare all'Obiettivo 11 (Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, resilienti e sostenibili) sottolineano la necessità di garantire l'accessibilità. Il turismo per tutti comporta pertanto il coinvolgimento di altri settori strategici fra cui:

- L'accessibilità e fruibilità del sistema dei trasporti sia direttamente collegato ai servizi turistici (mezzi pubblici e privati, luoghi di partenza/arrivo degli stessi, come ad esempio le stazioni delle località turistiche);
- La ricettività deve tenere conto di tutte le esigenze di autonomia e autodeterminazione, non discriminazione e eguaglianza di opportunità dei clienti;
- La ristorazione ed i servizi presenti nelle strutture turistiche;
- L'accesso e la fruizione delle attività legate alla cultura (musei, siti archeologici, cinema e teatri, etc.), al tempo libero e allo sport.

La persona con disabilità e/o con bisogni specifici non dovrebbe scegliere un luogo solo perché è l'unico che ne soddisfa i bisogni, ma, a parità di chiunque, dovrebbe poter scegliere in base ai propri gusti personali. L'informazione sull'accessibilità e fruibilità dovrebbe essere oggettiva, dettagliata e garantita, in modo tale da permettere all'individuo di poter valutare autonomamente quali strutture e servizi turistici soddisfino a pieno le sue specifiche esigenze e poter scegliere in libertà come gli altri clienti. È necessario promuovere una Comunicazione positiva, che eviti l'utilizzo di terminologie discriminanti o negative.





# APPROFONDIAMO: TURISMO RESPONSABILE E ACCESSIBILITÀ

---

Anche il turismo responsabile si impegna a garantire a tutti i suoi clienti accessibilità e fruibilità delle sue offerte turistiche, impegnandosi a rispettare i vincoli della cooperazione italiana nel rispetto dell'accessibilità negli edifici all'interno dei progetti finanziati dall'AICS.

È necessario:

- Supportare i componenti delle comunità locale con disabilità per contribuire a soddisfare le loro necessità e bisogni.
- Creare condizioni adeguate di accesso al lavoro o di avvio di attività imprenditoriali o anche micro-imprenditoriali. Il lavoro e il reddito favoriscono l'inclusione sociale, danno dignità alle persone e favoriscono la loro autostima, consentono di superare stereotipi e pregiudizi che sono talvolta ancora presenti in tante società in cui la persona con disabilità è abbandonata a se stessa o al più accudita.
- Incentivare la Formazione delle Competenze e delle Professionalità, basata sui principi dello Universal Design e rispetto dei diritti umani della CRPD, che coinvolga tutta la filiera delle figure professionali turistiche e tecniche, quali manager, impiegati, progettisti, aziende, imprese pubbliche e private;
- Aggiornare i programmi di studi degli istituti per il turismo, tecnici, universitari, Master e centri accademici a tutti i livelli;
- Realizzare una piena collaborazione fra gli operatori turistici, le autonomie locali, gli enti pubblici, le OPD (organizzazioni di persone con disabilità) e le organizzazioni del turismo sociale. In particolare la partecipazione delle OPD nelle decisioni che le riguardano (art. 4 comma 3 della CRPD) rappresenta un fattore di qualità e di innovazione nella definizione di accessibilità e fruibilità dei servizi turistici;

*"Ambienti e servizi accessibili contribuiscono a migliorare la qualità del prodotto turistico e possono creare maggiori opportunità di lavoro per le persone con disabilità. L'accessibilità, pertanto, deve essere una parte intrinseca di qualsiasi politica e strategia di turismo responsabile e sostenibile." **UNWTO***



Contatti AITR:  
[info@aitr.org](mailto:info@aitr.org) [ufficiostampa.aitr@gmail.com](mailto:ufficiostampa.aitr@gmail.com)

SITO: [www.aitr.org](http://www.aitr.org)  
SOCIAL: <https://www.facebook.com/AITRIItalia/>

**1** SCONFIGGERE LA POVERTÀ



**2** SCONFIGGERE LA FAME NEL MONDO



**3** SALUTE E BENESSERE



**4** QUALITY EDUCATION



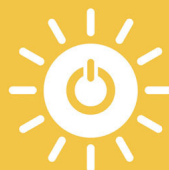
**5** UGUAGLIANZA DI GENERE



**6** ACQUA PULITA E IGIENE



**7** ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE



**8** LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA



**9** INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE



**10** RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE



**11** CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI



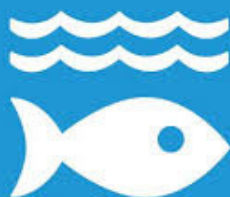
**12** CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI



**13** AGIRE PER IL CLIMA



**14** LA VITA SOTT'ACQUA



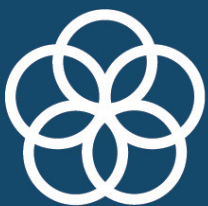
**15** LA VITA SULLA TERRA



**16** PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI FORTI



**17** PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI



**SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS**

®



ASSOCIAZIONE  
ITALIANA **TURISMO**  
**RESPONSABILE**