

## 2.8 La pratica del turismo responsabile: organizzazione di viaggi e progetti di cooperazione allo sviluppo

### Introduzione

Il turismo responsabile è l'ultima frontiera dei consumi solidali. Nel Vertice di Johannesburg (2002) l'ONU ha incluso questo settore tra quelli che, se resi sostenibili ed equi, potrebbero contribuire al raggiungimento degli Obiettivi del Millennio e in generale alla lotta alla povertà.

La responsabilità racchiude in sé i principi di sostenibilità ambientale, economica e socio-culturale; le pratiche di gestione sostenibile del turismo sono applicabili a tutte le forme di viaggio e destinazione.

Il turismo è uno dei paradossi positivi dell'economia nord-sud, ma gli impatti sui territori sono numerosi: infatti i principi di responsabilità impegnano gli attori della cooperazione internazionale sia sul lato della domanda che dell'offerta. Entrambi i lati del mercato turistico sono obiettivo delle programmazioni delle ONG e delle Agenzie multilaterali competenti (educazione nei paesi di partenza e appoggio alla concretizzazione dell'offerta nei paesi di accoglienza).

### 1. Gli impatti del turismo nel territorio: l'azione del turismo responsabile

Il turismo è multiforme e complesso e la sua industria è quindi generatrice di effetti positivi a livello economico, ma anche di effetti negativi. Il turismo responsabile tenta di minimizzare tali effetti negativi.

<b>Gli impatti negativi del turismo</b>	<b>Le proposte sostenibili</b>
<b>A livello economico</b>	
I paesi poveri che investono nel turismo generalmente utilizzano il debito contratto con banche estere per realizzare le infrastrutture di supporto alla filiera (aeroporti, strade ecc...) Il tasso di fuga (cioè la re-esportazione delle entrate verso le compagnie aeree, le catene degli hotel che sono originarie dei paesi ricchi) è in media del 70%, solo il 30% resta nel paese di accoglienza.	Ridurre al minimo il tasso di fuga. Il prezzo del biglietto aereo influenza il costo del viaggio al 33% e quindi le percentuali dei viaggi sostenibili non riescono a invertire la tendenza, ma sono sul 40% tasso di fuga - 60% nel paese di accoglienza.
<b>A livello socio-culturale</b>	
Erosione culturale, folklorizzazione. Spesso per rispondere alle aspettative dei visitatori la cultura tradizionale subisce folklorizzazione (danza, ritualità ecc...), standardizzazione del gusto (cibo) e perdita di autenticità (artigianato).	L'incontro intenso e breve con la cultura e l'identità "altra" necessita di una capacità di mediazione molto alta da parte di chi viaggia e di chi accoglie. La formazione di qualità di entrambe diventa indispensabile, così come la preparazione della figura del mediatore culturale che accompagna il viaggio.
<b>A livello etico</b>	
Ricorso allo sfruttamento del lavoro infantile e il turismo sessuale.	Il viaggio di turismo responsabile dà garanzie rispetto al non sfruttamento del lavoro minorile (caratteristica del commercio equo e solidale); inoltre là dove la scelta dell'accoglienza è comunitaria, le località di accoglienza condannano il turismo sessuale.
<b>A livello ambientale</b>	
Sfruttamento delle risorse ambientali	Tutte le forme di turismo responsabile sono

Inquinamento Deforestazione Distruzione habitat	attente all'impatto ambientale e all'utilizzo razionale delle risorse. Nei Paesi poveri l'offerta dell'ecoturismo permette anche un appoggio gestionale alle riserve naturali.
---	--

## **2. La pratica del turismo responsabile**

La Carta d'identità dei Viaggi Sostenibili e la definizione di Turismo Responsabile di AITR contengono in sé le linee guida di viaggi e progetti di turismo responsabile.

In primo luogo, la centralità della comunità ospitante:

*“Il turismo responsabile riconosce la centralità della comunità locale ospitante e il suo diritto a essere protagonista nello sviluppo turistico sostenibile e socialmente responsabile del proprio territorio”*

e ancora:

*“Le comunità locali ospitanti vogliono controllare lo sviluppo del turismo nella loro zona e quindi:*

- 1. Si esprimono in merito al flusso di turismo, offrendo o meno disponibilità all'incontro.*
- 2. Se disponibili, alla domanda turistica rispondono con adeguate proposte di accoglienza.*
- 3. Tengono conto dei diversi aspetti dell'impatto del turismo”.*

Altre caratteristiche dei viaggi di turismo responsabile, previste dalla Carta d'Identità, sono:

- Incontri preparatori
- Trasparenza del prezzo
- Utilizzo di servizi locali, con l'obiettivo di aumentare la parte di quota del viaggio che rimane in loco
- Attenzione a evitare l'eccesso di organizzazione e la congestione dei tempi
- Formazione di piccoli gruppi, per rendere meno difficoltoso l'incontro interculturale
- Ruolo dell'accompagnatore come mediatore culturale
- Una quota di solidarietà, solitamente destinata a finanziare un progetto visitato durante il viaggio
- Valutazione post-viaggio

## **3. Lo sviluppo dal basso e il turismo responsabile**

La promozione turistica del territorio da parte delle comunità dei Paesi poveri interessati a incrementare le attività generatrici di reddito si inserisce in un approccio di sviluppo locale da contestualizzarsi in una dinamica di rete nazionale (norme sul turismo in vigore nel paese, disponibilità delle infrastrutture necessarie ecc...), e internazionale (possibilità di accesso ai flussi turistici stranieri).

La decisione di abbracciare il turismo responsabile e creare un'offerta può essere più o meno complicato a seconda delle capacità e potenzialità territoriali.

Creare e mantenere un'offerta di turismo responsabile merita tutte le attenzioni di un'impresa che vende un servizio.

Spesso, le associazioni dinamiche dei Paesi poveri non conoscono la possibilità di entrare nel mercato turistico e quindi il primo dei problemi è **l'accesso all'informazione**.

Entrare nella filiera può voler dire promuovere accoglienza, ristorazione, attività ricreative, ma anche vendere i propri prodotti agricoli (prodotti con attenzione dell'ambiente e della salute) o artigianali a coloro che sono già organizzati per offrire il corpo del viaggio di turismo responsabile.

Un altro problema che si situa a monte dell'organizzazione delle proposte è la **capacità**, da parte dei dirigenti delle associazioni, **di simulare la pianificazione dell'impresa**. Nei Paesi poveri e nelle zone rurali è noto ci siano problematiche legate alla formazione delle risorse umane, e questo, legato alla scarsità delle risorse o all'impossibilità di accesso, fa sì che le idee imprenditoriali del settore informale non siano diversificate.

Anche la difficoltà **della gestione dell'incoming** è legata all'accesso alle telecomunicazioni indispensabili per il marketing in ambito internazionale e alle capacità delle risorse umane data la loro formazione.

L'**accesso al credito** necessario per lo start up dell'offerta turistica è difficile anche dove la finanza è di prossimità, poiché, sovente, le istituzioni di microfinanza hanno poca diversificazione dei prodotti finanziari.

Gli attori locali hanno anche difficoltà nella **valorizzazione e nel potenziamento delle risorse locali** in termini turistici poiché il modello di massa è quello prevalentemente conosciuto e quindi l'offerta turistica sembra inaccessibile ai territori poveri.

Viste le difficoltà, le buone pratiche da adottare nell'appoggio alle associazioni promotrici di offerta turistica sono:

- Sostenere gli investimenti leggeri ideati dalle associazioni per l'offerta turistica
- Migliorare le capacità gestionali attraverso la formazione di impresa e specifica della filiera turistica
- Contribuire allo sviluppo locale dell'azione stimolando la nascita di reti nazionali (scambio di competenze) e reti di promozione internazionale (contatti con le agenzie solidali del Nord)
- Stimolare la diversificazione delle attività generatrici di reddito, dato il carattere flessibile indipendente dal locale
- Appoggiare le azioni per l'accesso all'informazione e alle telecomunicazioni per la promozione dell'offerta

Per appoggiare l'offerta del turismo responsabile è necessaria un'azione anche sulla domanda nei Paesi di partenza. La riflessione sulle aspettative date dall'attuale modello di viaggio e il costo sociale ed economico del turismo di massa nei territori ospitanti dovrebbe invitare il viaggiatore a controllare l'etichetta del prodotto prima di acquistarlo.

## **Bibliografia**

- C. Ashley, *Sustainable tourism and poverty elimination study, a report to department international development*, IIED, ODI, Deloitte & Touche, april 1999
- BDS (GRET), *Tourisme solidaire et développement du secteur privé*, DGCID (MAE), Paris, n°6 septembre 2003
- R. Buckley, *Environmental Impacts*, en *The Encyclopedia of Ecotourism*, Oxon, UK, New York, NY: CABI Pub, p.363-378, 2001
- M. Lequin, *Écotourisme et gouvernance participative*, Ste-Foy, Québec: Presse de l'Université du Québec, 2001
- A. Laurent, *Caractériser le tourisme responsable facteur de développement durable*, Ministère des Affaires Etrangères, Paris, 2003
- UNESCO, *The Effects of Tourism on Socio-cultural Values*, Annals of Tourism Research, novembre/décembre, p. 74-105, 1976
- Organisation mondiale du tourisme (OMT) et Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE), *Sommet Mondial de l'Écotourisme: rapport final*, World Tourism Organization, Madrid, 2002

- WTO, *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook* (English version), 2004
- WTO, *Tourism, Microfinance and Poverty Alleviation*, 2005
- WTO, WTTC and Earth Council publication *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry*, 1996,
- WTO, *Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices*, 2000
- WTO , *Le tourisme et la réduction de la pauvreté- Recommandations pour l'action*, 2004
- WTO, *Tourism Market Trends*, 2004

Dichiarazioni della World Tourism Organization sullo Sviluppo Sostenibile del Turismo:

- [Manila Declaration on World Tourism, 1980](#)
- [Acapulco Documents on the Rights to Holidays, 1982](#)
- [Tourism Bill of Rights and Tourism Code, Sofia, 1985](#)
- [The Hague Declaration on Tourism, 1989](#)
- [Lanzarote Charter for Sustainable Tourism, 1995](#) (jointly with UNEP, UNESCO, EU)
- [Statement on the Prevention of Organized Sex Tourism, Cairo, 1995](#)
- [Agenda 21 for Tourism & Travel Industry, 1996](#)
- [Global Codes of Ethics for Tourism, 1999](#)
- [Hainan Declaration - Sustainable Tourism in the Islands of the Asia-Pacific Regions \(2002\)](#)
- [Québec Declaration on Ecotourism, 2002](#)
- [Djerba Declaration on Tourism and Climate Change, 2003](#)

## ALLEGATI

### Prezzo trasparente e quota progetto.

**Durante la riunione preparatoria viene consegnata ai partecipanti una scheda con il prezzo trasparente, ovvero il dettaglio della composizione del prezzo finale per ogni voce di spesa, al fine di evidenziare la percentuale del prezzo finale che rimane alle comunità locali o comunque nel Paese di destinazione. Uno degli obiettivi del turismo responsabile è infatti quello di aumentare questa quota che, come visto nelle sezioni precedenti, per i tour operator tradizionali oscilla in media attorno al 30%.**

Ecco un esempio di scheda *prezzo trasparente*:

(in grassetto corsivo le voci di spesa pagate direttamente nel paese ospitanti)

	Prezzo in Euro	Prezzo in percentuale	Percentuale volo escluso
Volo aereo + tasse	1100	48,2%	
Assicurazione	30	1,3%	2,5%
<b><i>Vitto e alloggio o cassa comune</i></b>	495	<b>21,7%</b>	<b>41,9%</b>
<b><i>Trasporti locali</i></b>	160	<b>7,0%</b>	<b>13,6%</b>
<b><i>Rimborso accompagnatore</i></b>	175	<b>7,7%</b>	<b>14,8%</b>
<b><i>Quota progetto</i></b>	70	<b>3,1%</b>	<b>5,9%</b>
Formazione	30	1,3%	2,5%
Ricarico organizzativo	220	9,6%	18,6%
<b>Prezzo totale</b>	2280	100,0%	

Come si vede in questo esempio, fittizio ma verosimile, il volo aereo incide quasi per il 50%, e su questo poco si può fare (a parte scegliere compagnie aeree di proprietà del Sud del mondo). La quota che rimane in loco è del 40% circa. Escludendo il volo, tale quota raggiunge il 76%. Il tutto chiaramente solo se si decide di utilizzare esclusivamente servizi e ristorazione locali!

“E” evidente l’analogia dei valori che ispirano questa modalità di viaggio con il commercio equo e solidale in cui:

- Si acquistano merci e oggetti direttamente dai produttori a ‘prezzi giusti’, scavalcando le multinazionali, con l’obiettivo di promuovere lo sviluppo delle potenzialità delle economie locali;
- Si cerca di preservare e valorizzare culture, tradizioni artigianali ed espressioni artistiche.

Due sono i criteri guida che caratterizzano l’aspetto economico del prodotto-viaggio in un’ottica di turismo responsabile:

- Da un lato *l’equità dello scambio* che si esprime cercando di far ricadere il più possibile i benefici economici dei viaggi a vantaggio della *gente comune*, scegliendo di utilizzare piccoli alberghi o, dove esistano, case locali o strutture cooperativistiche, mezzi di trasporto pubblici e di lavorare in genere con organizzazioni estranee all’industria turistica;
- Dall’altro il prezzo complessivo del viaggio viene presentato al viaggiatore secondo i principi della trasparenza.

Amatucci (*Il commercio equo e solidale*, Etas Libri, Milano, 1997) sostiene che un prezzo può essere considerato equo se assicura alle comunità locali:

- compensi sufficienti per i prestatori d'opera;
- un tenore di vita individuale e familiare socialmente degno nell'ambiente economico e sociale del paese in cui si trova;
- un discreto margine da reinvestire in progetti di sviluppo.

(A.Tosi, op. cit.)

## L'accompagnatore

**Nei viaggi di “turismo responsabile” l'accompagnatore ha un ruolo particolare e duplice: quello di coordinatore, all'interno del gruppo, e quello di mediatore tra culture, verso l'esterno. L'accompagnatore conosce in profondità il Paese visitato, ne parla la lingua, vi risiede (e questo contribuisce anche ad aumentare la percentuale della quota del viaggio che rimane in loco) o ci ha vissuto.**

**Sempre di più, nei progetti di cooperazione internazionale legati al turismo, emerge la necessità di formare degli accompagnatori-mediatori locali, che oltre a conoscere il loro territorio, parlino la lingua dei turisti e ne conoscano la cultura.**

Da una ricerca di Alessandra Tosi, ecco le aspettative dei viaggiatori rispetto all'accompagnatore, e quello che pensa l'accompagnatore, in viaggi di questo tipo:

### **I viaggiatori:**

*“l'accompagnatore dovrebbe...”*

- Occuparsi dei problemi logistici
- Essere disponibile e reperibile
- Aiutare a superare le difficoltà pratiche
- Aiutare il viaggiatore ad entrare in contatto con la nuova realtà
- Essere un mediatore culturale
- Essere il più “invisibile” possibile

### **L'accompagnatore:**

*“i viaggiatori si aspettano da me...”*

- La gestione dei problemi logistici
- Serietà ed affidabilità
- La competenza dell'“essere viaggiatore” (cavarsela in ogni momento a prescindere dal luogo)
- Essere un “cuscinetto” che attutisca gli impatti
- Essere un mediatore culturale
- Essere il punto di riferimento all'interno del gruppo

“Questa analisi evidenzia che le competenze richieste all'accompagnatore non sono quelle di una ‘guida turistica’, infatti non gli viene richiesto esclusivamente di essere un esperto del luogo e di occuparsi dei problemi logistici, bensì di essere l'elemento che facilita il contatto con il nuovo, siano questi i compagni di viaggio o le comunità ospitanti. Gli viene riconosciuta la *‘leadership del portiere’*, ovvero che faccia da passe-partout verso l'altra cultura, i viaggiatori vogliono entrare in contatto con le comunità ospitanti e lui deve garantire tale accesso.

Un'esigenza fondamentale del gruppo di viaggiatori è un affiatamento/conoscenza che permetta la relazione nel più breve tempo possibile. Pertanto diventa centrale il ruolo dell'accompagnatore per facilitare questo processo nella fase di *riscaldamento*. Fase in cui si apre l'area privata attraverso l'espressività con l'obiettivo di *rompere il ghiaccio*, e di allargare l'area sociale.” (A.Tosi, *Modelli culturali, processi educativi e sfide del turismo responsabile di oggi – quali i nodi critici e le competenze richieste all'accompagnatore?*, Tesi di Laurea, Università degli Studi di Padova, Facoltà di Scienze della Formazione, A.A. 1998-1999).

Insomma, più che una guida turistica, l'accompagnatore è un animatore socioculturale e un mediatore culturale.

## L'incontro preparatorio

Circa un mese prima della partenza viene organizzata una riunione preparatoria al viaggio, cui partecipano i turisti, l'accompagnatore, l'organizzatore del viaggio, uno o più esperti del Paese e i responsabili dei progetti che verranno visitati.

Tale riunione ha diversi obiettivi:

- La conoscenza dell'associazione che organizza il viaggio;
- La conoscenza tra i partecipanti e dell'accompagnatore: si inizia a costituire il gruppo che sarà protagonista del viaggio;
- Confronto sulle aspettative rispetto al viaggio e sulle caratteristiche e obiettivi del turismo responsabile;
- Conoscenza del Paese visitato, con informazioni di tipo geografico, politico, sociale ed ambientale;
- Presentazione dei progetti che saranno visitati e loro contestualizzazione nella realtà del Paese;
- Aspetti di apprendimento interculturale del viaggio
- Presentazione e "contrattazione" del programma del viaggio;
- Notizie tecnico-logistiche: operativi dei voli, visti, vaccinazioni, assicurazione, bagaglio, cosa mettere in valigia,...

Poiché uno degli obiettivi è quello della costituzione del gruppo, è di rilevante importanza l'aspetto "conviviale" dell'incontro; spesso si organizza quindi durante il weekend, con caratteristiche di residenzialità: il viaggio, insomma, comincia già in Italia.

Durante l'incontro viene consegnata ai partecipanti una cartellina contenente il programma dettagliato del viaggio, la scheda *prezzo trasparente*, una scheda sul Paese visitato (o addirittura una microguida), la cartina, una scheda di presentazione del progetto che si visiterà, articoli di giornale, una bibliografia consigliata, e così via.

Tecniche per la gestione dell'incontro preparatorio (e della valutazione finale) sono contenute nella [sezione 1.3](#) del cd-rom.

## No alla fretta!

“Il viaggio organizzato, secondo il turismo tradizionale, si è trasformato in una sorta di ‘gioco ad andarsene’ da ogni luogo frettolosamente, lasciando come traccia un po’ di disordine e di rifiuti da smaltire. Una sorta di staffetta – luoghi in rassegna, musei, panorami, visite guidate – a tempo, per passare il testimone al gruppo di turisti successivi che sta pazientando nel pullman sul piazzale, con l’ansia di ‘fare’ più luoghi possibili nel breve lasso di una vacanza, rubandone testimonianze-lampo e verificandone figure-simbolo. Una raccolta infinita di immagini di sfondo su cui collocare al più la nostra presenza con una foto ricordo”. (da A.Tosi, *Modelli culturali, processi educativi e sfide del turismo responsabile di oggi – quali i nodi critici e le competenze richieste all’accompagnatore?*, Tesi di Laurea, Università degli Studi di Padova, Facoltà di Scienze della Formazione, A.A. 1998-1999)

Renzo Garrone: “Un Paese straniero ti scava dentro l’animo, ma questo avviene solo gradualmente, con i tempi del nostro orologio biologico. Per capire ed entrare in una situazione bisogna appassionarsi ad essa, ma bisogna darsi il tempo perché questo avvenga” (da *Turismo Responsabile*, op. cit.)

“Purtroppo, proponiamo solo 15 giorni, perché altrimenti non ce la faremmo a riempire il viaggio. In questi 15 giorni, comunque RAM tocca solo tre/quattro destinazioni approfondite, piuttosto che 10 “mordi e fuggi. Il tempo a disposizione è determinante per entrare nel ritmo del luogo di destinazione, pena lo smarrimento di qualità e di senso. Ti chiediamo di arrivare a questo appuntamento, per quanto possibile, con un atteggiamento di apertura. Lascia a casa il consumismo che ti obbliga a macinare un’attrazione dietro l’altra: certi tempi apparentemente ‘morti’ dei nostri circuiti non sono dovuti a carenza di organizzazione, sono invece intenzionali, affinché lo “spirito” della realtà del luogo possa imporsi, far breccia, penetrare in noi piano piano.” (dal sito di RAM: [www.associazioneram.it](http://www.associazioneram.it))

## Lecture e visioni

Hermann Hesse: “E nonostante il mio ardente amore per Venezia, la laguna veneziana sarebbe tuttora per me una curiosità straniera e strana, qualcosa di incompreso, se una volta, stancatomi di contemplare stupidamente il paesaggio, non avessi condiviso per otto giorni e altrettante notti barca, pane e alloggio con un pescatore di Torcello: remavo lungo le isole, attraversavo a guado con la rete a mano le torbide barre di foce; imparavo a conoscere acqua, flora e fauna della laguna, respiravo e osservavo la sua atmosfera singolare, e da allora la laguna mi è familiare e amica. Avrei forse potuto spendere quegli otto giorni per Tiziano e Veronese, ma nella barca di un pescatore con la vela triangolare color bruno dorato ho appreso a intendere Tiziano e Veronese meglio che all’Accademia e nel Palazzo Ducale. E non soltanto qualche quadro, ma Venezia tutta intera non è più per me un bell’enigma inquietante, ma una realtà molto più attraente, un mondo che mi appartiene e sul quale posso esercitare il diritto di chi lo comprende” (H.Hesse, *Il viandante*, Mondadori, Milano 1990).

Pino Cacucci: “Lui continuava a non dire niente, e la pioggia a battere sulla lamiera di zinco. La strana sensazione che avvertivo l’avrei afferrata molto più tardi: stavo perdendo la fretta, l’ansia dei ritmi che mi ero portato appresso cominciava a sfaldarsi, e il sintomo impalpabile era quel semplice ascoltare la pioggia e smettere di chiedere al meccanico quanto tempo ci sarebbe voluto. Il mio tempo non era il tempo della realtà che mi circondava. Fino a quel momento lo avevo speso male, illudendomi di vedere più cose andando più in fretta. A un certo punto, mi ha detto: ‘Credo che pioverà anche domani’. Alla mia espressione vagamente contrariata, l’uomo aveva sorriso scuotendo la testa. Sapeva che non potevo capire, ma che era il momento giusto per cominciare a

provarci. Così, stando fermi, ad ascoltare la pioggia.” (P.Cacucci, *La polvere del Messico*, Feltrinelli, Milano, 1996).