

INTRODUZIONE

Il turismo, come ogni industria, può avere effetti negativi su ambiente, culture e società.

Ciò è particolarmente vero nel caso del turismo internazionale che ha come meta i Paesi del Sud del Mondo, le cui comunità sono di fatto escluse dalla gestione delle risorse turistiche del proprio territorio e dai benefici economici legati al settore, mentre ne subiscono unicamente le conseguenze in termini di degrado e sfruttamento.

Dalla critica al modello consumistico, dannoso per il suo stesso futuro, è nata e si è sviluppata un'idea di turismo basata su criteri di sostenibilità, equità e solidarietà: il Turismo Responsabile.

Un turismo consapevole dei suoi potenziali impatti negativi, che attraverso la scelta consapevole di servizi e rapporti umanamente, ecologicamente ed economicamente corretti, si propone di non alimentare forme di sfruttamento ma anzi di sostenere e valorizzare le comunità locali ospitanti, le loro specificità socio-culturali e soprattutto il loro diritto ad essere protagoniste della gestione e dello sviluppo turistico del proprio territorio.

Questo volume raccoglie e sintetizza i risultati del Workshop Internazionale "Viaggiatore e comunità insieme per lo sviluppo. Esperienze e buone prassi per un altro turismo", tenutosi a Roma il 28 Ottobre 2009.

L'evento, organizzato da Progetto Continenti, ONG di solidarietà e cooperazione internazionale, rientra nell'ambito delle attività del progetto di Educazione allo Sviluppo "Dallo sfruttamento turistico allo sviluppo locale: il turismo di comunità in America centrale. L'esperienza del Guatemala" (Tu.Re.Co.), finanziato dal Ministero Affari Esteri e realizzato in collaborazione con partner italiani e internazionali: AITR (Associazione Italiana Turismo Responsabile), FUNDEBASE (ONG guatemalteca), INGUAT (Istituto Guatemalteco de Turismo), FENATUCGUA (Federazione che raggruppa numerosi progetti di turismo comunitario del Guatemala).

Il Workshop ha inteso contribuire alla riflessione sul Turismo Responsabile e alla sua promozione quale strategia di sviluppo per le comunità del Sud del Mondo e strumento di lotta alla povertà attraverso la diffusione e valorizzazione dell'emergente esperienza del "turismo comunitario", un modo di viaggiare etico e responsabile che coinvolge le comunità locali, soprattutto indigene, nell'offerta di servizi turistici e strutture ricettive.

Un turismo che sostiene le popolazioni più povere dei Paesi del Sud nella conservazione e valorizzazione del proprio patrimonio naturale e culturale e garantisce loro l'accesso a fonti di reddito importanti per il miglioramento delle proprie condizioni di vita e, soprattutto, ad un'opportunità di sviluppo sostenibile e partecipato.

Un turismo che offre al viaggiatore l'opportunità di entrare direttamente in contatto con la realtà dei territori visitati, un'occasione di conoscenza, incontro e scambio reciproco rispettosa delle identità locali e delle diversità.

APERTURA DEI LAVORI

Saluto di Giuseppe Florio
(Direttore Progetto Continenti)

Cari amici buongiorno e benvenuti, sappiamo che in Italia sono molte le persone che conoscono il Guatemala, lo apprezzano per quello che è, lo hanno visitato e ne hanno visto i vari risvolti. Oltre alle persone che sono qui e che ringraziamo per la loro presenza, ci sentiamo in contatto anche con tutti coloro che in Italia seguono da vicino lo sviluppo e il destino di questo paese

Oggi abbiamo il piacere di ospitare alcuni rappresentanti del turismo comunitario guatemalteco, che avrete modo di conoscere più avanti, e di presentare al pubblico il volume "Guatemala. Guida al turismo comunitario". Questa guida, che raccoglie informazioni sui progetti di turismo comunitario attivi nel Paese, è un primo tentativo, uno sforzo per dare sostegno e voce a questa attività che comincia a crescere e che può rappresentare per questo paese una importante alternativa di sviluppo.

Il Guatemala è un paese che conosciamo bene e in cui siamo presenti da vent'anni. E' un paese a noi caro, a cui vogliamo bene. Credo che questo sia il primo punto da affermare, il punto che dà un tono anche alla nostra cooperazione. In 20 anni di attività di Progetto Continenti abbiamo realizzato, in Guatemala, una quindicina di progetti tutti a beneficio di popolazioni indigene molto provate dall'emarginazione e dalla povertà, ma soprattutto, abbiamo sempre cercato di dare alla nostra cooperazione un'anima e un cuore e credo che questo sia un importante valore aggiunto le cui conseguenze sono sempre più grandi e profonde di quanto si possa oggettivamente misurare.

In questi anni abbiamo visto svilupparsi nel paese varie stagioni, ma il Guatemala è sempre stato un luogo non facile, per una infinità di motivi, ma c'è modo e modo di guardare alle difficoltà che un paese si porta dentro. Abbiamo collaborato con varie realtà tra cui la Diocesi di Guatemala e conosciuto Mons. Girardi, la cui amicizia ha dato un significato particolare al nostro lavoro nel Paese.

Oggi siamo ancora qui, al fianco della sua gente, per sostenere le prospettive di autosviluppo che il turismo responsabile è in grado di offrire alle comunità indigene e rurali del Guatemala.

Il Guatemala possiede infatti enormi potenzialità, date le sue bellezze naturali e le sue originalità archeologiche, e da esse vorremmo partire per guardare al futuro di questa terra.

Da ciò che abbiamo visto, invece, nel paese predominano i meccanismi del turismo di massa, un turismo che non apporta nulla alle comunità locali e anzi a volte, lungi dall'essere un'opportunità, rappresenta per loro un ulteriore problema.

La nostra guida è dunque un sentiero che si apre verso l'alternativa del turismo comunitario che, seppur povera, è presente e che sarà nostro compito sostenere.

Vorrei sottolineare 3 cose che credo possano aprire lo scambio di stamattina.

Il primo punto è relativo al tema della Formazione.

Nella poca esperienza di turismo diretto che abbiamo avuto in Guatemala, visitando il paese soprattutto per lavoro, ci è parsa comunque evidente la necessità di personale qualificato e dunque di formazione in ambito turistico. Riteniamo infatti che la competenza rappresenti per le comunità indigene locali la garanzia per un futuro. E sulla creazione e il rafforzamento delle competenze intendiamo lavorare cercando alleanze con altre realtà attive sul territorio.

Altro punto che vorrei sottolineare è la necessità di fondi per sostenere il settore del turismo comunitario dal punto di vista dello sviluppo del prodotto e della promozione, attività per cui ci adopereremo a cercare contatti con Tour Operator locali e internazionali.

Progetto Continenti ha inoltre avviato nella regione del Petén, nel Nord del Paese, un programma a sostegno dell'infanzia. Attualmente stiamo raccogliendo fondi per acquistare un terreno nei pressi di Flores per dare vita ad un centro per bambini, un luogo di accoglienza con annesso un centro di formazione agricola da realizzarsi con la collaborazione del nostro partner storico FUNDEBASE.

In questo contesto, trovandoci a poca distanza da Tikal, in una zona importante per il turismo, ci piacerebbe con il tempo dar vita anche ad un centro di formazione in ambito turistico.

Vorrei chiudere e salutarvi con un'immagine a me cara:

La rinascita delle piramidi maya come evento "simbolo" per tutte le etnie indigene del Guatemala.

Una rinascita che vorremmo sostenere e accompagnare sostenendo un turismo che non sfiguri bellezze naturali e archeologiche quasi incontaminate e che favorisca lo sviluppo e la vita degna per coloro che, secoli fa, quelle piramidi le hanno costruite.

Facciamo un appello agli amici, alle istituzioni, agli operatori turistici perché non si ripeta, nelle forme di un turismo che mira solo al profitto, quella barbarie del passato che ha sepolto secoli di storia.

Questa piccola Guida al Turismo Comunitario è un'offerta e un segno. Il segno che un turismo diverso è possibile!

TURISMO RESPONSABILE, SVILUPPO LOCALE E LOTTA ALLA POVERTA'

Introduzione alla Sessione Mattutina
di Stefano Landi

Buongiorno a tutti

Il mio compito qui, oggi, sarà introdurre temi e relatori.

Da consulente e imprenditore in questo mondo quale sono, vorrei però proporre alla vostra attenzione due riflessioni, una riguardante le risorse e una riguardante la responsabilità. Sono due valutazioni teoriche ma che credo si attaglino molto bene al discorso di questa mattina.

Abbiamo parlato delle potenzialità di sviluppo turistico del Guatemala. Ebbene, sul tema delle potenzialità vorrei sottolineare la necessità di stare molto attenti, quando si hanno delle risorse turistiche a disposizione a non avere fretta di valorizzarle, perché i sistemi veloci di valorizzazione delle risorse hanno un grandissimo difetto: normalmente tracciano strade non ripercorribili in senso opposto. Cioè: la velocità di valorizzazione è nemica della possibilità di cambiare strada. Mi spiego meglio: si può costruire un albergo prefabbricato in 6 mesi, per demolirlo non basteranno 60 anni. Avendo noi conosciuto in Italia tante di queste situazioni ed essendo solo dopo decenni riusciti a sbarazzarci ad esempio di alcuni ecomostri, il primo suggerimento che io darei è appunto di non scegliere mai la scorciatoia.

La velocità è nemica della possibilità di cambiare, se scegli un modello sbagliato, il modello delle multinazionali, delle costruzioni- un modello, cioè, il più delle volte non reversibile- allora ciò che era una risorsa turistica vergine diventa non più riproducibile. Rischi di avere consumato il tuo patrimonio nel momento in cui questo patrimonio eventualmente finisce per non interessare più i turisti.

Questo tema è se vogliamo la base di ciò che alcuni chiamano sostenibilità. Io penso che sia qualcosa di più della semplice sostenibilità ambientale: è anche la sostenibilità delle scelte di destinazione sociale, culturale, economica che un territorio e il suo popolo fanno. Perché non esistono a mio avviso territori che si possono valorizzare senza che lo vogliano e ne siano coscienti e partecipi le popolazioni che ci abitano.

Questa forzatura che io ho proposto mi porta a dire anche di stare molto attenti a mantenere, nella valorizzazione turistica di un territorio, ciò che noi chiamiamo identità. Perché nel momento in cui si perde l'identità si diventa immediatamente concorrenziali sul piano del prezzo all'interno di un mercato aperto. Ci sono vari termini in economia per descrivere questa situazione: parliamo di sostituibilità, di surrogabilità addirittura di fungibilità. In base alla nostra esperienza possiamo dire che non c'è niente di peggio che perdere l'identità che ci rende unici ed essere confrontati.

Voglio dire che le risorse di attrazione che noi possiamo avere sono e restano riproducibili e utilizzabili solo se le valorizziamo con lentezza.

Se questa valorizzazione è lenta, sta nelle corde dei suoi protagonisti e non è imposta dall'esterno allora sarà quasi impossibile distruggere le nostre risorse.

Nel turismo ciò è verissimo.

Mi rendo conto che quando ci si trova di fronte alla povertà e alla denutrizione si vorrebbe porvi rimedio in fretta ma anche qui tutte le soluzioni rapide, accelerate hanno sempre portato, più che allo sviluppo, a dei disastri. E' il caso dell'Africa terreno di una serie infinita di interventi rapidi, d'emergenza, di provvedimenti tampone.

Altro concetto su cui vorrei soffermarmi è quello di responsabilità, essendo qui anche come socio di AITR.

La responsabilità è un concetto che ha tante sfaccettature a seconda di chi lo vive, di chi lo esprime. Vorrei sottolinearne almeno tre, validi ad esempio per noi italiani. Potremmo parlare di responsabilità nel produrre, nel vendere (aspetto su cui abbiamo fatto grandi passi in avanti anche grazie alla legislazione europea) e, infine, nel comprare un prodotto turistico.

E qui entriamo nel vivo dei temi dell'incontro di oggi. Il turista non ha solo tempo libero e soldi, ha anche una precisa responsabilità rispetto a ciò che sceglie per la sua vacanza. Trasversalmente credo che questa responsabilità cresca, con la lentezza tipica delle cose che poi rimangono. Non si diventa responsabili dalla sera alla mattina, come dimostra ad esempio il percorso di affermazione del commercio equo in un arco di vent'anni. Sono passaggi che richiedono una generazione.

Il Turismo Responsabile: caratteristiche, prospettive e problemi

Maurizio Davolio (Presidente AITR)

Grazie a tutti e soprattutto al nostro socio Progetto Continenti grazie al quale siamo qui oggi.

Prima di iniziare vorrei spendere due parole per ringraziare l'amico Stefano Landi. Stefano Landi è docente universitario e consulente e si occupa oggi di attività di programmazione turistica rivolta all'Italia meno conosciuta, dei tesori nascosti.

E' stato anche Direttore Generale al Dipartimento Turismo e in questa veste fu l'unico rappresentante dello stato italiano a supportare il lavoro di AITR sostenendo la pubblicazione del nostro primo materiale illustrativo sul turismo responsabile, cosa di per sé ardua perché il Dipartimento si occupa di turismo in entrata mentre Landi volle darci un'opportunità, credette in una associazione che si proponeva di educare gli italiani al viaggio, a prescindere dalla destinazione.

Ma oggi io sono qui per parlare di AITR, Associazione di cui è socio Progetto Continenti, ma anche Landi con la sua organizzazione Un'altra Cosa Travel, Marletto con Viaggi Solidali e Somoza con Icei (che è stato anche mio predecessore alla presidenza di Aitr) ed altri presenti in sala, come Roberto Dati di Retour: siamo insomma tra amici...

AITR nasce sulla scia di un movimento di critica al turismo sviluppatosi a partire dai primi anni 90, quando si incomincia a riflettere sulla effettiva capacità del turismo di mantenere le promesse che fa. Il turismo infatti viene spesso presentato nei vari paesi, paesi meravigliosi ma spesso poveri e che nutrono grandi speranze, come una grande opportunità di sviluppo economico, di progresso sociale, di apertura al mondo, di creazione di impresa, di lavoro, di reddito. Molte volte però, non mantiene queste promesse. Noi le chiamiamo le patologie del turismo, sono quei fenomeni che accompagnano purtroppo lo sviluppo turistico e che sono molto diversi dalle attese, fenomeni cioè di degrado ambientale, di distruzione di luoghi importanti dal punto di vista naturalistico per fare spazio ai resort e all'edilizia legata al turismo, problemi legati allo sfruttamento delle risorse energetiche, di gestione dell'acqua. Un esempio lampante riguarda la costruzione di campi da golf ad uso dei turisti, campi da golf che di fatto sottraggono acqua per gli usi domestici alle popolazioni locali, ma anche problemi di gestione dei rifiuti, problemi di carattere sociale come l'abbandono delle attività tradizionali da parte della popolazione che crede nel turismo e che poi subisce drammaticamente le conseguenze in termini di disoccupazione in caso di crisi del settore, le difficoltà nel rapporto tra turisti e residenti, con turisti spesso altezzosi che ostentano la propria ricchezza, il mancato rispetto degli usi e delle credenze religiose, delle tradizioni e degli stili di vita locali, la banalizzazione e folklorizzazione della cultura locale a vantaggio dei turisti, cioè l'autenticità rappresentata, il leakage cioè la perdita di ricavo del territorio, quella parte cioè dell'80% del prezzo del viaggio che rimane nelle tasche delle compagnie aeree e dei Tour Operator e delle grandi catene alberghiere mentre solo il 20% rimane in loco, se va bene. E poi aspetti più devastanti come la tragedia della prostituzione anche minorile, la droga, il riciclaggio di denaro, insomma l'importazione sul territorio dei vizi del mondo occidentale.

Da queste riflessioni, sviluppatasi in Italia come altrove, nasce nel 1998 la nostra associazione: 11 soci fondatori, tutti persone giuridiche che oggi sono diventati 90 tra cui tutte le ONG italiane che hanno attività di cooperazione allo sviluppo legate al turismo, tutti i piccoli Tour Operator specializzati nel turismo responsabile, poi associazioni ambientaliste, associazioni legate al mondo laico e cattolico, cooperative.

Noi lo chiamammo turismo responsabile, scelta su cui oggi ci stiamo interrogando ma con la quale abbiamo voluto sottolineare il concetto di responsabilità di cui parlava Stefano Landi, mentre in altri paesi lo hanno chiamato diversamente, preferendo l'aggettivo solidale: in Francia lo chiamano equitable solidarie, nei paesi di lingua spagnola solidario, c'è un problema semantico ancora complesso e non del tutto risolto.

Comunque sia oggi AITR è cresciuta e ha oggi alle spalle 11 anni di vita e di storia e anche, lasciatemelo dire, di qualche importante risultato. Noi abbiamo seguito un nostro percorso che non coincide perfettamente con quello di altri paesi; questo è interessante ed è un punto su cui, a differenza delle scelte terminologiche, non abbiamo dubbi. Al momento del nostro inizio abbiamo avuto infatti due intuizioni che ci hanno distinto da realtà simili di altri paesi e su cui abbiamo avuto ragione. Prima fra tutte l'idea che i valori e i principi del turismo responsabile hanno un carattere universale, non si applicano cioè solo nel Sud del mondo ma in qualsiasi paese, sebbene a livelli diversi. Quindi i temi i principi e i valori di rispetto per l'ambiente, le persone le culture, dell'incontro e dialogo tra turisti e residenti, l'idea delle lentezza e della profondità del viaggio, la scoperta degli elementi di autenticità dei territori e delle loro popolazioni sono principi e valori che valgono in Guatemala come in Italia, in Mali come in Francia. Sono cioè principi e valori da cui scaturiscono regole di comportamento che hanno un valore universale. Questo valore è oggi condiviso anche dai nostri amici francesi e spagnoli.

L'altra idea su cui abbiamo insistito fin dall'inizio è stata l'importanza di dare sostegno ai Tour Operator che propongono viaggi ispirati ai principi e alle regole del turismo responsabile ma contemporaneamente di muoverci per contaminare l'industria turistica convenzionale, quella che muove i grandi numeri e che se adotta anche solo alcune nostre regole, anche in modo parziale e graduale, è in grado di influenzare di fatto milioni di persone. Cioè, se i Tour Operator e le grandi catene alberghiere cominciano a riflettere ad esempio sul rispetto dei contratti di lavoro locali, sulla necessità di creare dei percorsi che consentano alla popolazione locale di non essere relegata alla manovalanza ma di avere una crescita professionale all'interno dell'industria turistica, se riflettono sulla necessità di acquistare i prodotti alimentari sul territorio e non dai grossisti internazionali, se decidono di adottare regole di rispetto ambientale, di corretta gestione delle risorse energetiche e dei rifiuti nei loro resort, se offrono ai loro ospiti opportunità di incontro con la realtà produttiva dell'artigianato o dell'agroalimentare locale... Ebbene, se succedono tutti questi fatti si crea un meccanismo virtuoso che non porterà a definire quei soggiorni di turismo responsabile ma sicuramente ne migliorerà gli standard etici, con le ricadute positive sotto il profilo ambientale, economico e sociale che ne derivano.

Noi abbiamo sempre cercato di andare oltre la sola critica e aprire un dialogo con l'industria turistica, cosa che facciamo dialogando con i Tour Operator italiani e le catene per favorire dei loro percorsi di qualificazione dal punto di vista etico. E questo con dei rischi evidenti.

Il tema infatti è uno dei più vivi e dibattuti al nostro interno: la preoccupazione che, a fronte di linee di tendenza generali a livello internazionale di riconoscimento di questi principi, possa accadere che ci siano delle tendenze, delle cadute di tipo opportunistico per cui Tour Operator o catene alberghiere cogliendo un vantaggio di natura mercantile possano fingere di adottare regole virtuose per avvantaggiarsi semplicemente sotto il profilo commerciale, insomma il rischio di green washing c'è sempre.

Noi facevamo discorsi di turismo responsabile 11 anni fa quando non ne parlava nessuno; oggi di turismo responsabile, non solo sostenibile, parlano l'Organizzazione Mondiale del Turismo, la Commissione Europea, gli stati membri dell'Unione Europea, perciò capite che i pericoli di una deriva opportunistica sono reali.

L'associazione si regge sul solo volontariato dei soci, in particolare dei membri del Direttivo ma anche di altri, sebbene all'esterno AITR possa apparire grande per l'attività significativa che fa.

L'attività di AITR si sviluppa in 7 aree:

Da un lato c'è il coordinamento e il sostegno ai Tour Operator (abbiamo infatti 16 soci con licenza di agenzia di viaggio); abbiamo un'area che si occupa del turismo in Italia, sempre ispirato ai principi del turismo responsabile; abbiamo poi le attività con le ONG e in particolare un forte collegamento con l'OMT; ancora un lavoro di dialogo con l'industria turistica, con le istituzioni italiane ed europee e infine un'attività importantissima di rapporto con le Università e con il mondo delle scuole, che è il mondo in cui nascono i futuri operatori turistici e i futuri viaggiatori. In questo contesto teniamo incontri e lezioni, offriamo stage agli studenti, facciamo progetti di ricerca, insomma sosteniamo questo importantissimo dialogo che guarda al futuro di imprenditori, operatori del turismo e anche dei cittadini che viaggeranno. Infine, ci sono le campagne e le iniziative rivolte ai viaggiatori. L'ultima, realizzata l'anno scorso, ha dato vita ad un "Vademecum" rivolto non solo ai viaggiatori responsabili, ma a tutti i viaggiatori.

Questo libretto contiene indicazioni e suggerimenti su come comportarsi nei luoghi di destinazione: dal rispetto per l'ambiente e per la cultura locale a come vestirsi nei luoghi pubblici o di culto, dall'avvicinamento alla cucina e alle tradizioni locali a come comportarsi con mance, elemosine, contrattazioni nei negozi (poiché ogni paese ha abitudini diverse che devono essere conosciute), alla sensibilizzazione sul tema della prostituzione che non è un fenomeno antropologicamente accettato nei luoghi di destinazione ma subito per ragioni di povertà. Su questa questione permettetemi di aggiungere che non ci sono giustificazioni di fronte a certi comportamenti e che esserne complici è sempre un crimine, peraltro perseguito dalla legge italiana, anche laddove c'è connivenza di famiglie, albergatori o polizia.

Il “Vademecum” è stato distribuito nelle agenzie di viaggio italiane l’anno scorso e sarà ristampato quest’anno. Inoltre, grazie a fondi della Commissione Europea, verrà tradotto e ripubblicato in spagnolo, francese, tedesco e inglese per essere distribuito in altri paesi europei. Tutto questo in collaborazione con una compagnia di assicurazioni, la “Mondial”, che si è proposta come sponsor per l’iniziativa.

Infine, vorrei accennare anche agli aspetti problematici di AITR: uno ovviamente è quello strutturale. Essendo AITR, come dicevo, una realtà piccola fondata sul lavoro volontario dei soci, con qualche sponsorizzazione e quote sociali, c’è ovviamente un importante scarto tra una forza organizzativa ridotta e l’attività comunque importante che ci impegniamo a svolgere. Ancora, il nostro mondo interno, pur democratico, è molto variegato, poiché i nostri soci sono realtà molto diverse per dimensioni, attività e tipologia pur accomunate dalla volontà di contribuire a migliorare gli standard etici del turismo. Altro aspetto è che siamo soggetti al rischio di subire i comportamenti opportunistici e di marketing di soggetti che innalzano la bandiera del turismo responsabile per ragioni diverse dalle nostre.

Quanto alle prospettive invece, abbiamo promosso la nascita di una rete europea, EARTH (European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality), di cui abbiamo la presidenza e che stiamo promuovendo, e desideriamo continuare a promuovere, a livello nazionale ed europeo.

La rete è nata il 16 ottobre 2008, raggruppa soci di vari paesi europei, è riconosciuta dalla Commissione Europea ed ha una veste giuridica di diritto belga. Concludo salutandovi e invitandovi a Torino il prossimo 11 dicembre al nostro Forum annuale che si terrà all’interno della Settimana Internazionale del Turismo Responsabile organizzata in collaborazione con CISV; l’OMT e altre importanti organizzazioni internazionali saranno presenti all’evento che è dedicato proprio alla lotta alla povertà attraverso il turismo.

Turismo Responsabile e lotta alla povertà: attori, strumenti e potenzialità

Alfredo Somoza (Presidente ICEI)

Anzitutto grazie a Progetto Continenti, con cui avevo un credito di presenza e che da anni lavora su questi temi. In Italia sono 13 le ONG di AITR che hanno a che fare anche con il turismo, altre vi hanno lavorato sporadicamente e dal loro operato è possibile evidenziare alcuni aspetti critici.

In questo settore, uno dei rischi principali per le ONG è la tentazione di procedere in base alle opportunità di finanziamento considerando il turismo come qualunque altro settore di cooperazione, ad esempio la sanità, piuttosto che l'educazione o l'agricoltura familiare che sono i temi classici della loro attività. Il turismo presenta però una piccola ma fondamentale differenza rispetto ad altre strategie di sviluppo: la sua sostenibilità, un progetto di questo tipo può realizzarla solo attraverso il mercato. Cioè o quello che nasce da un progetto di cooperazione in ambito turistico si vende sul mercato e riceve turisti in grado di mantenerlo vitale, oppure il progetto stesso fallisce. Intendo dire che all'interno di questi progetti c'è una dimensione di comprensione del mercato che è fondamentale, ma che per noi ONG è molto difficile perché non ci siamo occupate di mercato o lo abbiamo fatto solo marginalmente (solo poche di noi si sono occupate di mercato ad esempio nell'ambito del commercio equo) ed è innegabile che buona parte del nostro mondo ha spesso avuto nei confronti del mercato un atteggiamento quasi ostile.

Quindi un primo passo è capire bene che questa progettualità prevede un lavoro con la comunità locale per dar vita all'offerta turistica ma soprattutto con il mercato - e cioè con chi quel turismo lo pagherà- e che non è secondario nessuno dei temi perché nell'impostare bene i due livelli ci passa la sostenibilità del progetto stesso.

Vorrei ora condividere alcuni punti comuni emersi dalla nostra esperienza di ONG impegnate nel settore. Le ONG italiane hanno il maggiore pacchetto a livello mondiale di progetti di turismo e lotta alla povertà perciò il nostro lavoro rappresenta certamente la massa critica su cui eseguire valutazioni.

Due o tre osservazioni preliminari sul tema: Il turismo porta sviluppo o no?

Secondo le nostre analisi il turismo, pur essendo (a seconda dei momenti) il secondo o terzo settore degli scambi internazionali non porta sviluppo. Sicuramente crea occupazione, attrae investimenti esteri, può creare anche visibilità positiva di un paese, ma il turismo, almeno quello di massa, non è in grado di avviare nel Sud del mondo i meccanismi tipici dello sviluppo e cioè la crescita complessiva della società e non di qualche settore in particolare.

Diversi paesi del Sud diventati grandi destinazioni turistiche negli ultimi venti o trent'anni stanno peggio adesso di quanto non stessero prima e anzi hanno subito gli effetti di quello che chiamiamo "mal sviluppo". Dalla Tunisia al Kenia, dalla Repubblica Dominicana alla Thailandia sicuramente il turismo, in paesi di grande destinazione, non ha portato una crescita omogenea e positiva della società.

Il turismo è certamente creazione di posti di lavoro, può attirare investimenti stranieri e generare reddito fiscale - dato che in molti paesi gli unici a pagare le tasse di ingresso sono i turisti (che pagano ad esempio visti d'ingresso all'aeroporto) e la filiera dell'industria turistica. D'altra parte sappiamo però che il turismo ha storicamente emarginato la piccola e media imprenditoria, ha cioè impedito o limitato lo sviluppo o il consolidamento della piccola e media imprenditoria perché è un settore di grandi concentrazioni, soprattutto multinazionali, dal punto di vista dei capitali. Il turismo è inoltre un'industria in cui la precarietà è diventata sistema, come dimostra una ricerca di Tourism Concern citata in un lavoro di Renzo Garrone, che mette in evidenza le condizioni di lavoro nella grande industria turistica: dagli egiziani che non hanno stipendio e vivono delle mance, alle lavoratrici messicane di Cancún che vengono licenziate quando rimangono incinte. Qui infatti non vigono le leggi sindacali di tutela del lavoro del Messico, che pure ha una legislazione molto avanzata, poiché Cancún ha uno statuto extraterritoriale.

Tutte queste situazioni sono legate all'industria del turismo che in questi paesi ha goduto di uno statuto particolare rispetto a due punti fondamentali, la tutela dell'ambiente e la sospensione, dove c'erano, dei diritti dei lavoratori in una logica di zona franca (come accaduto nelle maquiladoras in Centro America).

Anche rispetto al gettito fiscale, va detto che a volte il costo del turismo per uno stato è superiore all'introito. Perché diventa superiore? Perché nelle aree turistiche bisogna garantire l'elettricità 24 ore, perché bisogna garantire strutture sanitarie e costruire strade e aeroporti internazionali.

Torno all'esempio della Repubblica Dominicana: un paese piccolissimo che ha però quattro aeroporti internazionali. Quindi costi altissimi sostenuti dallo stato per poter ricevere 3 milioni di turisti, superiori alle risorse che i turisti lasciano a quel paese attraverso la fiscalità. Certo c'è la questione occupazionale a bilanciare, ma se parliamo di entrate e uscite spesso il bilancio è negativo.

Il turismo certamente collega un paese con il mondo, moltiplica le opportunità di formazione giovanile e in qualche modo favorisce un confronto sui modelli culturali. Questo però può essere smentito facilmente se parliamo del turismo di enclave in cui il turista viene chiuso nei cosiddetti resort, ed è qui che soggiorna, ad esempio, il 70% dei turisti italiani che visita paesi del Sud del mondo. In generale, poi, anche la partecipazione delle popolazioni locali è spesso molto scarsa per carenza di formazione. Infatti, pur essendoci quasi ovunque nei paesi del Sud, la formazione si realizza spesso solo nella capitale mentre il turismo non avviene quasi mai nelle capitali (dove semmai è di passaggio) ma piuttosto in zone spesso molto distanti, che sono poi quelle rimaste incontaminate. Perciò un problema da sottolineare è certamente la mancanza di formazione dove effettivamente il turismo avviene, anche per dare alle comunità locali la possibilità di bilanciare eventuali effetti negativi del turismo con opportunità di crescita, ad esempio per i propri giovani che potranno lavorare nel turismo non più soltanto come facchini o addetti alle pulizie.

Un'altra conseguenza di questo modello turistico è la proliferazione di forme degenerative di economia informale attorno o all'interno di queste enclave.

Uno degli indicatori per capire come l'industria turistica sia inserita in un territorio e in un contesto produttivo e quanta ricaduta effettiva abbia sullo sviluppo e sul benessere delle popolazione locale è vedere quanta economia informale "deviata" giri intorno, cioè quanta prostituzione, quanto spaccio di droga, quanta piccole delinquenza, tutti fenomeni tipici di queste aree di grande concentrazione nelle quali per i turisti uscire dai villaggi vuol dire anche rischiare. E' evidente quindi che quando la popolazione viene espropriata del diritto a partecipare con la propria capacità e le propria iniziativa all'industria turistica e si trova un'enclave di ricchezza sul proprio territorio alla fine vende quello che può (che sia droga o che sia il proprio corpo) e tenta di appropriarsi di quello che riesce a prendere (sotto forma ad esempio di furti di macchine fotografiche e portafogli). C'è perciò una simmetria evidente. In tutti i luoghi in cui il turismo di massa ha provocato i maggiori guasti -ha lasciato cioè sul territorio solo gli aspetti negativi- e non è riuscito, perché non è pensato per farlo, a sviluppare complessivamente quella comunità si può riscontrare l'incidenza di questo tipo di fenomeni. Fenomeni che a volte prendono la piega più degenerare, ad esempio del turismo sessuale a danno di minori, come accade in Cambogia, in Repubblica Dominicana, in Brasile...

Ecco allora alcuni punti che determinano l'insostenibilità di un modello turistico. Il primo è di tipo politico ed è il non scegliere il proprio modello di sviluppo turistico. Quando cioè un paese non si dà un profilo turistico, non decide che turismo vuol fare né come gestirà il territorio e gli investimenti, il modello viene imposto dagli investitori esterni. E non c'è nessun paese tra quelli più preoccupanti nei quali lo sviluppo turistico sia avvenuto sulla base di un piano strategico. Da Cancún, al Mar Rosso, alla Cambogia il turismo è si sviluppato infatti in base agli interessi e alle volontà degli investitori internazionali.

E' vero che ad esempio anche un paese come l'Italia non è un modello di sviluppo turistico (manca di un concreto piano di sviluppo turistico e ha un ministro dedicato senza portafoglio né competenze), come è evidenziato dai diversi progetti discutibili di cui abbiamo sentito parlare, ma è comunque un paese che ha degli Enti Locali forti che, in molti casi, sono in grado di darsi autonomamente un profilo.

E questo è un punto sul quale noi lavoriamo molto: stimolare i governi a darsi un profilo, una politica turistica. Sono reduce da un viaggio in Uruguay, paese molto turistico che di recente si è dato un piano di sviluppo turistico sostenibile ed è il primo paese sudamericano che lo fa. Questo piano crea una serie di parametri, ma anche di paletti, su come andare avanti sul turismo sia per quanto riguarda l'impatto che per quanto riguarda la formazione e il ruolo delle piccole e medie imprese turistiche. E' questo importantissimo, è fondamentale che ci sia un quadro all'interno del quale agire.

Un altro filone problematico è la bassa sensibilità ambientale di turisti, popolazioni, Tour Operator ed Enti Locali di fatto si dicono tutti "sostenibili", tutti "ecologici", ma soltanto sulla carta mentre si ignorano i fatti. Voglio dire che il problema di fondo è riuscire a capire dov'è l'equilibrio tra l'obbligo di preservare un bene ambientale e il diritto delle popolazioni locali di sfruttare quel bene per creare opportunità di reddito.

Ulteriore questione è la difficoltà dei progetti e delle destinazioni del turismo comunitario a stare sul mercato non soltanto per le mancanze nella fase di progettazione interventi sul piano del marketing e la qualità, ma anche perché nel Sud del mondo la gran parte del turismo è di tipo organizzato e all'interno di esso il "turismo di villaggio" è quello che include la stragrande maggioranza dei viaggiatori. Questa tipologia è difficile da conciliare con forme di turismo diverse anche perché, per la mia esperienza, una buona parte delle iniziative di turismo comunitario sono effettivamente difficilmente raggiungibili o molto estreme per un tipo di turismo medio europeo. A volte poi il turismo comunitario sconta problematiche tipiche come ad esempio la difficoltà a trovare i biglietti aerei per quei Paesi assorbiti dai grandi Tour Operator o gli elevati costi di incidenza dei voli.

Ma c'è un altro punto che vorrei sottolineare: questo tipo di offerta non si rivolge mai al mercato interno. Questo colonialismo culturale di chi si occupa di questo tipo di progetti, il pensare cioè che possano rivolgersi solo ad un turismo di tipo europeo o nordamericano è in realtà un grave errore poiché un turismo di questo tipo, anche se molto presente, non è in grado di garantire la sostenibilità di un progetto poiché si concentra in determinati periodi, ad agosto e a cavallo di Natale, cioè circa 2 mesi all'anno. E' importante perciò puntare al mercato interno, almeno per i paesi che hanno questa potenzialità. Ce ne siamo resi conto sulla base del nostro lavoro in Repubblica Dominicana dove abbiamo visto che le strutture costruite per i turisti responsabili, casette da 30 dollari a notte dove si può cucinare, lavarsi la biancheria e soggiornare in 4 o 5, sono risultate accessibili e di fatto convenienti anche alla popolazione locale che raggiunge la zona per una vacanza al mare.

Altra alternativa è il mercato regionale. In Centro America ad esempio ci sono paesi come il Guatemala, il Costa Rica o il Nicaragua che hanno flussi turistici interessanti, di un certo tipo di target. Un paese come il Nicaragua dovrebbe cercare perciò di agganciare i turisti che si recano in Costa Rica piuttosto che pensare che una persona dall'Europa vada solo in Nicaragua...

Bisogna cioè sempre ragionare in una logica regionale intercettando i turisti laddove ci sono.

E' ciò che stiamo attuando sul rio della Plata, dove stiamo cercando di agganciare a Buenos Aires i turisti per un circuito a Montevideo in Uruguay, che dista solo tre ore di traghetto ma che è difficile che qualcuno scelga come unica meta di un viaggio.

Insomma "pacchettizzare", anche sui mercati di prossimità è un tema interessante.

Alcune idee nate in questi anni in base alla nostra esperienza:

- Una maggiore partecipazione degli operatori e delle ONG nella definizione dei contesti politici
- Nei paesi in cui esiste un'economia di resort a esempio in Honduras, Messico meridionale, Caraibi, provare a sperimentare forme di apertura dei resort al territorio è qualcosa che si sta avviando con servizi esterni al villaggio inclusi nel pacchetto e non optional.

- Maggiore coinvolgimento degli attori locali nella scelta delle forniture. Questo passa anche attraverso una maggiore formazione del turista ad avvicinarsi, ad apprezzare e consumare prodotti locali sia in un'ottica di conoscenza che di concreta ricaduta positiva sul territorio.

- Il discorso della formazione, poi è fondamentale. La formazione deve essere decentralizzata in questi paesi, deve essere portata laddove il turismo avviene.

Noi lo abbiamo fatto in Repubblica Dominicana formando non operatori di turismo responsabile ma tutte le professionalità classiche, dal cameriere, al cuoco al barista anche in un'ottica responsabile. Questi giovani, che oggi si sono inseriti nel mondo del lavoro, portano al suo interno il seme dell'educazione che hanno ricevuto dal punto di vista della responsabilità ambientale e socio culturale.

E questo è anche un modo concreto per contaminare l'industria turistica convenzionale. Un ambito in cui ci siamo stupiti di come ha funzionato la formazione è stata la prevenzione del turismo sessuale. I ragazzi da noi formati, infatti, inseriti nei luoghi di lavoro sono riusciti a contaminarli positivamente e a fare un ottimo lavoro di sensibilizzazione.

Ma quali sono gli aspetti irrinunciabili nel progettare il turismo comunitario?

Turism Concern, un'organizzazione inglese, li ha così definiti:

Partecipazione. Il turismo non si può imporre.

Equità. Il turismo di per sé tende a favorire singole persone, magari più attive e capaci, ed è giusto che sia così. Nel Turismo Comunitario però queste logiche naturali vanno contenute, all'interno di un progetto, in una dimensione comunitaria, che molto facilmente si perde nella pratica. Il turismo deve cioè essere vissuto come un'attività collettiva, in cui alcuni lavorano ricavandone un reddito ma a cui la collettività tutta deve partecipare e avere ricaduta positiva.

Rispetto. Soprattutto quando parliamo di popolazioni indigene o con religioni diverse. In tal caso quando i turisti escono dai villaggi si aprono una serie di problematiche che è bene conoscere. Infine, il diritto di scelta. Il turismo non è obbligatorio per nessuno e la comunità non può essere ricattata ad aprirsi al turismo per il reddito perché il turista di fatto entra nelle case di tutti e chiunque ha diritto di dire no. Abbiamo avuto un'esperienza di ciò in Amazzonia brasiliana lavorando con la comunità indigena dei Sateré Mawé. Questa comunità ha deciso di non ricevere turisti nella propria Riserva, ma ha ricreato a poca distanza una struttura nella quale viene riprodotta la vita quotidiana e lavorativa della comunità (coltivatori di guaranà), in cui il turista può conoscerla e farne esperienza. Anche questo è l'esercizio di un diritto a dire no che va rispettato. In Brasile ci sono specifiche leggi di tutela delle comunità indigene ma al di là delle leggi, che purtroppo ci sono in pochi paesi, il punto centrale rimane che il turismo non è, e non deve essere, obbligatorio. Le Nazioni Unite da un po' di anni stanno lavorando per promuovere il turismo come strategia di lotta alla povertà. Da quando l'OMT è diventata Agenzia delle Nazioni Unite è nato perciò il progetto STEP per la lotta alla povertà attraverso il turismo. In Italia il tema era dibattuto fin dalla fine degli anni Novanta e all'interno di AITR già da tempo stavamo lavorando sulla base di questa convinzione.

Abbiamo attualmente molti progetti di sviluppo a tema turistico e lavoriamo anche con fondi dell'OMT in Guatemala, Nicaragua, Senegal, Mali e Gana dato che i nostri soci ricevono fondi fiduciari dall'OMT su questa linea.

Uno dei punti su cui vorremmo innescare un dibattito è la differenza tra quello che fa il progetto STEP e quello che vorremmo fare noi che pure lavoriamo con questa linea cercando però di modificarne la logica. Attraverso questa linea i fondi vanno alle comunità più povere dei paesi più poveri spesso a prescindere dalla volontà di queste comunità, dalle loro potenzialità e dalla raggiungibilità dei luoghi e senza preoccuparsi del mercato.

Noi ci siamo posti in un'altra logica che è quella di rete, anche perché all'interno di AITR sono rappresentate varie realtà e perché pensiamo, appunto, che il ruolo stesso delle ONG, che dura un tempo limitato, debba essere in parte legato agli aspetti tipici della cooperazione (formazione, animazione territoriale, sostegno alle realtà locali, costruzione di infrastrutture leggere, adattamento delle case) e in parte alla creazione delle condizioni perché quel prodotto possa stare sul mercato, ad esempio attraverso accordi con i Tour Operator e creando una visibilità di questo prodotto presso il consumatore, puntando a raggiungere così anche quei viaggiatori che non scelgono il viaggio organizzato.

Vorrei aggiungere ancora due parole, sul tema della Formazione e sul tema della carenza di fondi precedentemente introdotti.

La formazione è la cerniera tra la capacità delle comunità di avere strumenti per interfacciarsi con l'industria turistica e veicolo per entrare nelle famiglie e nel mondo del lavoro locali perché i ragazzi formati contaminano l'ambiente di lavoro nel quale finiscono ma anche le loro famiglie.

E' perciò un lavoro cerniera importantissimo da proseguire e potenziare.

Sulla questione dei fondi: è vero che non ci sono fondi della cooperazione italiana ma non vanno dimenticati altri canali come le opportunità di fondi in loco dell'UE, dell'OMT, o fondi di cooperazioni specializzate come quella olandese e tedesca. C'è poi USAID, la Cooperazione statunitense attiva in Centro America, i fondi del BID per il quale bisogna associarsi con gli Stati. E qui torniamo alla necessità di lavorare con gli Stati perché riescano a immaginare non soltanto grandi progetti infrastrutturali per fare un'autostrada o un albergo ma anche misure di sostegno al turismo comunitario. Noi lo stiamo facendo in Uruguay, dove con fondi dello stato uruguayano stiamo realizzando tre progetti. Altro canale è nel budget promozionale che tutti i paesi hanno per la promozione turistica e che quasi mai è destinato anche alla promozione del turismo comunitario.

In tutta l'America latina ci sono reti di turismo comunitario ma è raro che siano promossi dalle campagne governative, sebbene la comunicazione degli Stati sia spesso cambiata in meglio negli ultimi anni. Il turismo comunitario, questo prodotto che poi a parole tutti sostengono, avesse l'un per cento del budget promozionale, riuscisse ad arrivare nelle fiere specializzate, otterrebbe di fatto un sostegno importantissimo. E ciò potrebbe accadere anche con fondi esistenti, senza immaginarsi che debbano arrivare dall'estero.

Concludo dicendo che AITR ha un tavolo di dibattito con l'OMT sul tema, che noi riteniamo centrale, di creare maggiore sinergia tra progetto e mercato attraverso la collaborazione con i Tour Operator poiché credo sia fondamentale l'occhio di chi venderà e gestirà quel prodotto nella fase di progettazione di iniziative di turismo.

Sono certo infatti che almeno la metà delle iniziative di turismo comunitario esistenti, avessero avuto un parere tecnico sulla effettiva capacità di stare sul mercato non sarebbero mai partiti.

Il turismo è una cosa complessa. Non basta che il posto sia bello e la gente simpatica ci vuole molto di più. Quel di più viene dall'esperienza e dalla professionalità degli operatori del settore. E questo come AITR vogliamo produrre e promuovere con il nostro tavolo, poiché le riflessioni e i risultati di questo confronto potrebbero diventare indicazioni globali anche per il lavoro internazionale.

Il ruolo delle ONG nella promozione del turismo quale strumento di sviluppo sociale e culturale

Juan Pablo Sciurano (Cooperante Progetto Continenti)

Vorrei iniziare sottolineando la specificità del turismo comunitario rispetto ad altre tipologie di turismo, come quello ad esempio sostenibile o responsabile. Al centro del turismo comunitario c'è la comunità che sarà protagonista in una dimensione d'incontro.

Vorrei perciò tornare un momento al tema precedentemente discusso del lavoro delle ONG nel contesto della cooperazione attraverso il turismo, per aggiungere che esse, in questo ambito devono assumersi anche un obbligo morale, poiché un lavoro superficiale oltre a creare nella comunità delusione, alimenta sfiducia. Certamente il tempo è una questione cruciale, poiché spesso si propongono progetti di sviluppo turistico senza aver presente o senza comunicare chiaramente alle comunità coinvolte che questo tipo di iniziative richiedono tempi medio lunghi, generando così aspettative di breve periodo destinate ad essere disilluse così velocemente come sono state create. Questi meccanismi hanno però il grave esito di minare la fiducia delle comunità nelle proprie capacità e nel lavoro della cooperazione, cosa di cui è facile rendersi conto lavorando sul campo.

Tornando invece al tema degli impatti del turismo vorrei discutere invece di 3 punti fondamentali.

L'impatto ambientale nel turismo comunitario è attualmente, a mio parere, un tema di interesse per certi aspetti relativo, anche per il numero relativamente esiguo di visitatori, a differenza di altri contesti in cui l'arrivo di turisti può certamente distruggere un equilibrio ecologico per l'elevato numero dei suoi flussi o per particolari condizioni di fragilità ambientale.

Centrale è invece, a mio avviso, il tema dell'impatto culturale, della dimensione dell'incontro che è parte dell'attività turistica. In questo contesto le domande cruciali sono: questo incontro, oltre a creare un ingresso, è sempre positivo per la comunità? Come preparare la comunità a questo incontro? E come preparare il turista? I temi sono certamente al centro degli studi dell'antropologia del turismo, ma anche le ONG e i Tour Operator responsabili non possono non confrontarsi con queste domande.

Infine, l'impatto economico. Spesso chi viaggia o le comunità stesse non conoscono la portata dell'impatto economico legato al turismo. Molte volte le medesime ONG che realizzano i progetti non stabiliscono criteri validi per misurare l'impatto economico né stabiliscono come sarà suddiviso l'ingresso economico del turismo con il rischio così di arricchire singoli individui che prestano a esempio servizi di guida, singole famiglie che offrono ospitalità o ancora piccoli commercianti locali. Il punto su cui insistere invece è che il turismo deve essere necessariamente, come già suggeriva Alfredo Somoza, un'attività collettiva, se vogliamo realmente parlare di turismo comunitario. Deve essere la comunità a scegliere e decidere che tipo di turismo desidera e quanto è disposta a sopportare in termini di effetti negativi, cosa che quasi mai accade. Spesso, infatti, alla base dell'adesione a un progetto di sviluppo turistico non c'è una scelta consapevole poiché anche essere in grado di valutare il proprio patrimonio, nel

momento in cui si viene coinvolti in un programma di sviluppo turistico, non è affatto scontato per chi vive da sempre in un luogo.

In questo ambito perciò il lavoro della Cooperazione è certamente indispensabile. Rispetto a quanto detto sulla necessità di considerare la componente del mercato all'interno di questo tipo di progetti, credo che una ONG non possa lavorare tenendo presente unicamente il mercato anche perché parliamo di un turismo, quello internazionale, che si concentra in pochi mesi all'anno e che da solo non è sufficiente a garantire la sostenibilità dei progetti. Sarebbe interessante invece che le ONG siano in grado di collegare associazioni locali e società civile dei paesi consumatori di turismo per fare in modo che le strutture create per accogliere i turisti si possano utilizzare, in periodi di bassa stagione, anche per accogliere ad esempio volontari, soprattutto laddove le comunità ne abbiano necessità, come ad esempio in Palestina durante la raccolta delle olive. Da questa dinamica credo che le ONG non possano essere assenti.

Un altro punto su cui il loro lavoro è fondamentale è certamente quello di pensare progetti che possano sviluppare il turismo in una logica nazionale e regionale oltre che locale, sviluppare cioè i progetti non solo nella prospettiva del potenziale consumatore, cioè di colui che può permettersi di viaggiare, ma anche di chi normalmente non fa turismo. Rendere dunque accessibile il turismo anche a chi ne è solitamente escluso, creando dinamiche di incontro, di scambio tra comunità vicine territorialmente che pure non si conoscono. Ad esempio, in America Latina la montagna e la costa sono due mondi diversi, che distano spesso solo un centinaio di chilometri. Ma gli abitanti della montagna spesso non sono mai andati al mare e viceversa. Ecco, creare reti, opportunità di incontro tra queste comunità che sono escluse dal turismo credo sia un dovere delle ONG come pure, importantissimo, fare rete tra organizzazioni che lavorano con le comunità di uno stesso territorio nell'ottica di valorizzarle.

Le Organizzazioni di Base Protagoniste dello Sviluppo locale

Anibal Salazar Navas (FUNDEBASE)

Buongiorno e grazie a tutti.

Sono Anibal Salazar, sono di origine contadina e mi considero un esempio vivente di come si possa uscire dalla povertà con volontà e determinazione. Ed è questa mia esperienza che vorrei oggi condividere con voi.

Lavoro in uno dei due uffici guatemaltech di Fundebase situato nel Petén (l'altro si trova nei pressi di Città del Guatemala) una regione bellissima che gran parte dei turisti tralascia di visitare dirigendosi direttamente a Tikal o a Flores, le sue due mete più famose. Non mi occupo di turismo ma, attraverso la nostra esperienza, in parte condivisa con Progetto Continenti, uno dei nostri principali partner in Guatemala, vorrei proporre una riflessione sugli strumenti in grado di favorire il protagonismo delle comunità locali nella gestione e nello sviluppo, anche turistico, del proprio territorio.

FUNDEBASE (Fundación para el Desarrollo y el Fortalecimiento de las Organizaciones de Base) è una ONG guatemalteca che si propone di migliorare le condizioni di vita di comunità indigene e contadine attraverso la creazione e il rafforzamento delle Organizzazioni di Base.

Valorizziamo lo scambio di esperienze e conoscenze tra pari e la metodologia dell'imparare facendo e condividendo anche all'interno delle nostre iniziative di formazione.

Partiamo da un profondo rispetto della persona, intesa come protagonista del proprio sviluppo, cerchiamo perciò di valorizzare le risorse umane e culturali locali promuovendo la partecipazione e la formazione come strumenti di rafforzamento delle comunità. Promuoviamo il lavoro di squadra, il rispetto per la diversità di pensiero, l'equità di genere, il multiculturalismo e l'esercizio della partecipazione democratica.

Nel nostro lavoro privilegiamo programmi in grado di favorire lo sviluppo omogeneo delle comunità, piuttosto che singoli progetti, e lavoriamo con l'obiettivo di sviluppare il potenziale locale e rafforzare la capacità dei contadini e degli indigeni di partecipare alla gestione del proprio territorio. Nel Petén, ad esempio, le comunità contadine e indigene stanno perdendo il controllo della terra a causa delle molte imprese che acquistano terreni per la produzione di bio-carburanti sottraendole ai contadini che vengono sfrattati, o a causa della deforestazione. Noi ci battiamo anche perché ciò non accada. Lo facciamo promuovendo, ad esempio, l'agricoltura biologica sia per l'autoconsumo che per la vendita sul mercato locale, e non solo per un fine economico -che rimane secondario - ma anche per sviluppare meccanismi di solidarietà tra contadini attraverso logiche di scambio o di baratto. Anche attraverso lo scambio commerciale vogliamo infatti garantire occasioni di confronto e condivisione per favorire l'organizzazione contadina, cioè la nascita di Organizzazioni di Base come spazio politico.

Nello stimolare e sostenere questo processo lavoriamo su tre livelli di intervento:

- Familiare, in cui facilitiamo l'introduzione delle famiglie nei nostri programmi sulla base di bisogni e potenzialità e abbiamo perciò come organizzazione un ruolo attivo nell'innescare e gestire meccanismi di partecipazione
- Comunitario, in cui sosteniamo le famiglie perché si organizzino, su base non soltanto comunitaria, divenendo appunto un'Organizzazione Contadina. In questa fase, FUNDEBASE mantiene un ruolo di affiancamento nella gestione cercando di costruire l'autonomia dell'Organizzazione.
- Relazionale, per mettere in grado l'Organizzazione di incidere ad un livello per così dire politico, cioè di dotarla degli strumenti per avere voce sulle scelte a livello locale.

In questo senso l'agricoltura biologica ha per noi anche un valore politico. Rappresenta cioè la scelta consapevole di proteggere il proprio ambiente naturale, di prendersi cura del proprio territorio, di rivendicazione della terra. Perciò, accanto alle nozioni tecniche, vogliamo fornire un approccio per così dire metodologico, per allargare e collegare le esperienze attive in una zona e costruire una massa critica capace di gestire in maniera sostenibile un intero territorio e non solo piccole porzioni.

Il nostro approccio è la comunicazione tra pari. Noi arriviamo alle comunità non come esperti, ma come contadini per superare quell'inibizione automatica del confronto che si crea quando ci si presenta con un titolo di esperti e condividere. Favoriamo anche lo scambio di sementi o il reciproco aiuto nei lavori agricoli tra le comunità limitrofe.

La valorizzazione delle risorse locali attraverso la formazione è un altro aspetto fondamentale del nostro lavoro ed è indispensabile per realizzare l'autogestione dei processi di sviluppo comunitario.

La conoscenza è la nostra chiave: non una conoscenza imposta ma una conoscenza che recuperi le tradizioni locali, basata sul sapere degli avi, un patrimonio che purtroppo si sta perdendo disgregando il tessuto sociale. Ricostruire il tessuto sociale è un altro aspetto del nostro lavoro, e lo facciamo rafforzando e valorizzando ciò che già esiste nelle comunità.

La terra come diritto e il suolo, i boschi, l'acqua come risorsa da sfruttare e gestire in maniera sostenibile di fronte all'avanzamento di imprese straniere. E' su questi temi che vogliamo sostenere le comunità contadine locali per riprendere coscienza dei propri diritti e stabilire piani per la tutela del proprio territorio del proprio ruolo. Anche rispetto allo sviluppo turistico.

Turismo Responsabile e mercato: I Tour Operator Responsabili

Enrico Marletto (Presidente Viaggi Solidali)

Abbiamo finora parlato di turismo responsabile, sostenibile, comunitario, di campi di volontariato, che alla fine sono prodotti, cose che qualcuno compra sul mercato. In questo contesto credo perciò che sia fondamentale capire che anche rispetto a queste proposte dobbiamo confrontarci con un mercato come tutti gli altri, dove è il consumatore a fare il successo dei prodotti.

Un prodotto lo si compra, perciò io devo avere ben chiaro, nel momento in cui costruisco il prodotto, per chi lo sto preparando.

La definizione che viene data di turismo responsabile cambia invece a seconda di chi opera. C'è una definizione diffusa a livello europeo, la definizione che danno le ONG o comunque le realtà che fanno cooperazione e un tipo di prodotto che è poi l'offerta dei "Tour Operator Responsabili".

Nel primo caso la definizione è focalizzata sui temi della sostenibilità, mentre nel secondo caso diventa centrale il concetto di comunità, comunità che è ovviamente la base dei progetti della cooperazione internazionale. E' qui che si nasconde, a mio avviso, l'equivoco di fondo. Tutti gli altri tipi di progetto posti in essere dalle ONG, siano essi di tipo sanitario, agricolo o educativo, si sviluppano a partire dai bisogni locali, mentre quando costruisco un hotel lo faccio dove voglio che i turisti arrivino; e per arrivare devono comprare un prodotto.

Altro punto di debolezza sta anche nel fatto che molto spesso in questi progetti si utilizzano delle professionalità che certamente non sono turistiche.

Su questo tema vorrei aprire una parentesi, riallacciandomi al tema della formazione per gli operatori delle ONG. In realtà non sono favorevole a corsi e master che creano di fatto disoccupati, persone che fanno tutto e niente. Ci sono già delle professionalità sul mercato e basterebbe forse far riferimento a queste per realizzare progetti turistici molto meglio strutturati. Ciò che accade invece è che mentre in generale nelle ricerche di personale delle ONG vengono richiesti requisiti molto specifici, si cerca cioè personale molto specializzato e con esperienza, nei progetti turistici si trovano spesso a lavorare cooperanti "riciclati", cioè persone con professionalità diverse.

Spesso su questi progetti lavorano degli agronomi e se questo è comprensibile, dato che tali iniziative si sviluppano a partire da progetti agricoli - ad esempio si parte dalla coltivazione di caffè, e dopo aver fatto magari il grande passo della vendita del prodotto attraverso i canali del commercio equo si pensa di creare, ispirandosi ad esperienze nostrane, una "Ruta del Café" - credo però che non sia la strada giusta per costruire un buon prodotto. Tra il dire e il fare, infatti, c'è di mezzo l'accoglienza, le guide, l'accompagnamento, cioè ci sta di mezzo la necessità di dar vita ad un prodotto che deve essere adatto al mercato in cui lo vendo.

Nel turismo noi Tour Operator ci siamo trovati a dover commercializzare prodotti non pensati da professionisti del settore ma pensati da cooperanti, responsabili di progetto, cioè da persone che non hanno una professionalità turistica ma hanno solo una buona conoscenza del Paese. Inoltre, ognuno di questi ha una sua visione, soggettiva, del turismo.

Come Viaggi Solidali, all'inizio della nostra storia proponevamo, ad esempio, itinerari di 5 ONG, una quindicina di destinazioni in cui c'era di tutto: dal viaggio di nicchia, al "super avventuroso" al viaggio tradizionale comprensivo di una cena in famiglia (che pretendeva di renderlo "responsabile"). La forchetta, cioè era grandissima, soprattutto perché nessuno si era preoccupato di individuare un target sulla base del quale costruire gli itinerari, cosa che in tutti gli altri mercati si fa.

Riguardo al target: Chi sono oggi i nostri viaggiatori responsabili?

Li ho definiti in quattro categorie:

- Il consumatore critico

- Il "solidale con la valigia", cioè una persona già sensibile ai temi della solidarietà internazionale che magari già sostiene una ONG, che desidera perciò una vacanza con determinate caratteristiche di responsabilità.

- Il "turista intelligente", cioè colui che ha voglia di viaggiare anche con la testa e non è solo un corpo che si sposta, come spesso i cataloghi del turismo di massa cercano di proporre.

- Infine, il "turista alternativo", quello che ricerca a tutti i costi esperienze fuori dal comune, categoria che ritengo personalmente poco apprezzabile.

Qual è la domanda di Turismo Responsabile nel nostro Paese?

Sulla domanda di turismo responsabile in Italia esiste attualmente un'unica ricerca, realizzata quest'anno dall'Isnart e commissionata dal CISV, da cui emerge che il 52% degli intervistati dichiara di conoscere che cos'è il turismo responsabile, il 23% si dichiara interessato e il 15% pronto a partire.

A giudicare da questi dati dovremmo arrivare a circa 1 milione di viaggiatori potenziali l'anno, mentre in termini reali, cioè di viaggiatori che comprano pacchetti di viaggio (escludendo i viaggiatori individuali, che non abbiamo modo di censire, ma che ragionevolmente sono piuttosto esigui nei numeri) abbiamo qualche migliaio di viaggiatori l'anno.

Rispetto invece all'immagine interiore associata al turismo responsabile, alla percezione cioè del concetto di responsabilità: il 72,2% la associa al concetto di rispetto per la natura e alla sostenibilità ambientale, ci sono poi lo scambio con la popolazione locale e infine il sostegno economico alle popolazioni ospitanti.

Sul tema esiste anche una ricerca fatta dall'Università di Trento, nata anche dalla necessità di comprendere lo scarto tra i numeri emersi dalle ricerche di mercato e i numeri reali dei viaggiatori responsabili; di rispondere cioè alla domanda: che cos'è il turismo responsabile? E'una nicchia di mercato o una motivazione aggiuntiva, complementare alla ricerca della propria tipologia di vacanza? E cioè, come recita il sito "www.responsibletravel.com", il turismo responsabile è un modo migliore di visitare il mondo, a prescindere da una tipologia specifica di prodotto turistico?

Questa ricerca ha individuato le 4 L del turismo responsabile cioè Landscape, Learning Leisure, e Limit, che sono ingredienti applicabili trasversalmente dal turismo di massa al turismo di lusso.

Quali possono essere dunque le strategie utili ad intercettare quei turisti che pure dichiarano di essere interessati al turismo responsabile? Elaborare delle strategie market oriented.

Cioè nel momento in cui si costruisce il prodotto bisogna porsi una serie di questioni: che sia un prodotto serio, etico nel prezzo ma soprattutto avere ben chiaro chi è il potenziale acquirente, chi cioè sborserà il suo denaro per acquistare quel prodotto.

Infine, chiudo con un accenno al tema della certificazione, di cui si sta discutendo da tempo in AITR. Ritengo questo aspetto certamente importante, per essere in grado di offrire al consumatore la garanzia di un prodotto con tutte le caratteristiche di responsabilità che attribuiamo a parole alle nostre proposte e che gli chiediamo di sostenere con il prezzo del viaggio.

La certificazione del turismo sostenibile nelle aree rurali

Michele Maccari (ICEA)

Buongiorno,

sono Michele Maccari e sono qui in sostituzione di Paolo Foglia, mio collega in ICEA, impossibilitato ad intervenire per sopraggiunti impegni personali.

ICEA è l'Istituto per la certificazione Etica ed Ambientale, uno degli organismi di controllo e di certificazione per l'agricoltura biologica in Italia, tra i più grandi in termini di numero di produttori certificati (circa 13.000) e che lavora anche con operatori all'estero.

Negli ultimi anni ICEA ha avviato un percorso che mira a sviluppare degli strumenti utili alla certificazione ma anche ad individuare e raggiungere criteri di sostenibilità in senso ampio e di eco sostenibilità in particolare. Per ICEA l'agricoltura biologica è dunque la base di partenza per aprirsi ad altri settori che le sono vicini anche in relazione alla sua origine, in quanto consorzio di cui fanno parte varie associazioni - e all'ambito internazionale, riscontrando problematiche comuni agli agricoltori italiani e di altri Paesi, soprattutto quelli in via di sviluppo. Vorrei perciò allargare il mio intervento a ciò che ICEA fa sui bio agriturismi in Italia che potrebbero essere modelli interessanti per i nostri amici guatemaltechi e presentare alcune esperienze di cooperazione di ICEA nel Sud del mondo. Rifletteremo poi sulla valutazione di impatto dei progetti di turismo e su cosa fare in futuro per sviluppare e migliorare questi progetti e prodotti turistici.

ICEA è socio di AITR proprio sulla base di questa sua volontà di collaborare allo sviluppo del turismo in un'ottica sostenibile. L'esempio proposto da ICEA è quello dei bio agriturismi in Italia, per i quali ICEA ha sviluppato dei criteri di certificazione la cui principale caratteristica è ovviamente l'agricoltura biologica, ma i cui standard coprono l'ambito della tutela dell'ambiente e delle risorse naturali, la gestione ecologica delle strutture turistiche e la promozione e lo sviluppo delle culture locali - aspetto questo che lo assimila molto ai progetti di sviluppo attuati nel Sud del mondo - e poi, appunto, il tema della ristorazione e della mobilità sostenibile.

Riguardo al primo punto: obiettivo della sostenibilità ambientale è certamente tutelare, conservare il paesaggio minacciato da inquinamento, erosione dei suoli e altre problematiche legate all'ambito agricolo comuni anche ai paesi del Sud del mondo. Altro scopo è offrire al visitatore la possibilità di vivere la campagna in un modo originale che unisca paesaggio e tradizioni locali entrando in contatto con realtà che non siano "folklorizzate" o fasulle.

Per quanto riguarda la gestione delle strutture turistiche, gli standard del bio agriturismo favoriscono una fruizione del territorio che combini rispetto ambientale storico e culturale, ad esempio attraverso la creazione di itinerari di scoperta delle attività locali e attività di educazione agroalimentare. Le strutture ricettive inoltre devono essere adeguate e rispettare criteri di controllo del consumo energetico e delle emissioni inquinanti e di corretta gestione dei rifiuti, tutte tematiche certamente valide in Italia come nei Paesi del Sud del mondo.

L'aspetto della relazione con il territorio, che è l'elemento più assimilabile con il turismo responsabile e comunitario per quanto riguarda il contatto con la cultura e le comunità locali, è un altro tema su cui gli standard di ICEA per la certificazione dei bio agriturismi insistono molto.

La ristorazione infine deve essere basata sull'offerta di prodotti locali e sulla cucina tradizionale e ridurre i propri rifiuti favorendo l'utilizzo di materiali monouso.

Anche sul tema della mobilità l'approccio dei bio agriturismi è assimilabile a quello del turismo responsabile, poiché si propongono criteri di lentezza nello sviluppare il percorso turistico - dedicando i 3 o 4 giorni della visita standard alla scoperta del territorio, magari rinunciando all'auto e affidandosi ai trasporti locali anche per ridurre l'impatto ambientale.

Rispetto a quanto detto mi sembra perciò che buona parte dell'esperienza e dei criteri dei bio agriturismi in Italia possano essere applicabili e replicabili nel contesto dello sviluppo del turismo in altri Paesi.

ICEA, infatti, a differenza di altri enti di certificazione ha un interesse particolare per l'ambito internazionale e soprattutto per il settore della cooperazione per il quale ha creato una sezione dedicata nata dai lavori del Tavolo EquoBio.

Il Tavolo EquoBio è una rete informale di ONG, organizzazioni del commercio equo e dell'agricoltura biologica sviluppata e coordinata da ICEA. Il Tavolo si propone come luogo per la condivisione di esperienze e risorse e per sviluppare alcune iniziative comuni, come il progetto EquoBio, un'iniziativa di promozione del commercio equo e dell'agricoltura biologica ma che mira anche a definire delle linee-guida per i progetti di cooperazione allo sviluppo basati sull'agricoltura biologica che possano fornire criteri utili al Ministero degli Esteri e ad altri soggetti interessati. In questo contesto, in collaborazione con AITR stiamo infatti investigando le relazioni tra agricoltura biologica, commercio equo e turismo responsabile attraverso un primo sondaggio dell'offerta turistica legata all'agricoltura biologica.

Tra le ONG del Tavolo EquoBio si è sviluppato un lavoro di dialogo e confronto che, pur riferendosi a contesti spesso differenti, presenta interessanti punti in comune con quanto finora detto e validi spunti di riflessione. Ad esempio, sul tema di come misurare effettivamente l'impatto che hanno i progetti di cooperazione, sul bisogno cioè di dotarsi di concreti strumenti di valutazione in grado di misurare le potenzialità effettive dei progetti, anche per evitare di cadere nell'errore - al quale accennava prima Somoza- di adattare la realtà alla propria idea di progetto.

E questo è più che mai coerente pure con la necessità di evitare offerte turistiche unicamente per addetti (o addirittura per "adepti") ai lavori e difficilmente proponibili al mercato.

In questo caso è necessaria una riflessione sulla formazione, una formazione però da rivolgere al personale delle ONG, ai cooperanti, a coloro che sono gli ideatori e implementatori dei progetti per metterli in grado di valutare correttamente tutti gli aspetti di queste iniziative di sviluppo turistico, senza tralasciare l'elemento mercato.

Altro punto delicato è relativo all'impatto economico di questo tipo di progetti o prodotti, che spesso rimangono secondari rispetto alle economie locali non riuscendo a creare l'impatto positivo sperato.

Ancora, un tema molto dibattuto è stato l'aspetto della trasparenza, la necessità cioè di migliorare gli strumenti di valutazione per dare al consumatore la garanzia che la ricaduta economica si realizzi realmente sul territorio e non vada dispersa. A questo aspetto è fortemente legata la componente dell'informazione, prima durante e dopo il viaggio, anche nell'ottica di garantire un feedback a chi ha partecipato rispetto all'impatto sui beneficiari del progetto turistico.

Come individuare un prezzo giusto per questo tipo di proposte è un altro punto in cui si possono evidenziare vari interrogativi e alcune possibili risposte.

ICEA e Tavolo Equobio sono molto interessati a lavorare allo sviluppo di strumenti di verifica e di linee guida che possano essere replicabili nei diversi contesti, nell'ottica di offrire, su vasta scala, un prodotto garantito, trasparente, sostenibile anche a livello di mercato, e dunque in grado di avere un reale impatto positivo sulle comunità visitate senza creare, come purtroppo spesso accade, false aspettative nella popolazione locale.

IL TURISMO DI COMUNITA' IN AMERICA CENTRALE

Sessione Pomeridiana

Il Turismo Comunitario in Guatemala: Prospettive e problemi

Alejandrina Silva (Responsabile Sezione Patrimonio Culturale INGUAT)

Buon pomeriggio,

sono qui in rappresentanza di INGUAT di cui porto a voi tutti il saluto.

INGUAT è l'Instituto Guatemalteco de Turismo, un ente assimilabile al vostro Ministero.

Per chi non lo conosce, il Guatemala si trova in Centro America. E' un paese multi-etnico, multilingue e multiculturale. Ospita infatti 23 gruppi etno-linguistici diversi, 21 dei quali di origine maya. Questa è una premessa importante poiché oggi vi parlerò proprio di quel turismo che coinvolge le comunità maya, una delle componenti più povere del Paese.

Il Guatemala ha una sua politica nazionale per lo sviluppo turistico sostenibile che, per il decennio 2004-2014, mira a consolidare il turismo come asse dello sviluppo della nazione in un'ottica di sostenibilità e come mezzo per contribuire a garantire ai guatemaltechi l'accesso ad una vita degna e a generare le condizioni necessarie per migliorare la competitività del Guatemala sul piano internazionale.

Obiettivi specifici di questa strategia sono:

- Promuovere la partecipazione responsabile, le decisioni condivise e l'associazione produttiva tra il settore pubblico, privato e le comunità locali coinvolte in iniziative turistiche.
- Concedere ai governi locali e alle comunità un ruolo da protagonisti nello sviluppo turistico del paese, cioè decentralizzare la gestione dell'attività turistica dalla Capitale ai diversi dipartimenti.
- Fare della professionalizzazione del capitale umano del settore turistico il principale valore aggiunto delle destinazioni e dunque investire in formazione.
- Consolidare il ruolo dell'INGUAT come ente facilitatore e referente delle destinazioni di turismo comunitario.
- Appoggiare i processi associativi e di rafforzamento istituzionale dei gruppi di turismo comunitario, supportando le comunità dotate di attrattive turistiche affinché si associno e siano in grado di diventare destinazioni, di trasformare cioè le proprie attrattive in un prodotto turistico, dotandosi di infrastrutture e competenze.
- Sostenere lo sviluppo dei servizi e finanziare programmi in linea con la politica nazionale in ambito turistico. INGUAT ha un ruolo di controllo sulle imprese turistiche mentre la regolamentazione, soprattutto rispetto al settore del turismo comunitario, è un processo ancora in atto.
- Sviluppare programmi di formazione collaborando con le altre organizzazioni internazionali facendo in modo che arrivino dove è necessario.
- Appoggiare lo sviluppo di piani di marketing turistico.

Tornando al turismo comunitario, ne esistono in realtà due definizioni, non molto diverse tra loro.

La FENATUCGUA lo definisce così: "attività turistica amministrata e gestita dalle comunità rurali organizzate. Attraverso il turismo, le comunità rivalutano e maneggiano adeguatamente il loro patrimonio culturale e naturale, generando entrate per lo sviluppo sostenibile delle proprie famiglie e per una migliore tutela delle proprie risorse".

L'ILO, Organizzazione Internazionale del Lavoro, lo spiega invece come "insieme di attività ad autogestione comunitaria socialmente solidali, ambientalmente responsabili, culturalmente arricchenti ed economicamente vitali".

Comunque si voglia definirlo, il turismo comunitario ha iniziato a svilupparsi in Guatemala nel 2004, proprio su iniziativa dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) che convocò i settori interessati con lo scopo di dar vita ad una strategia nazionale, la stessa che oggi stiamo cercando di realizzare.

Uno dei principali passi in avanti fu la creazione della FENATUCGUA qui rappresentata oggi da Ericka Cal, con la definizione, al suo interno, di politiche di equità di genere, di rispetto per la cultura locale e di rivalutazione dell'ecosistema.

Sulla scia di questo percorso, fino ad oggi sono state realizzate azioni di:

- Promozione delle destinazioni comunitarie attraverso la pagina web di INGUAT, www.visitguatemala.com, che dà visibilità a 18 destinazioni di turismo comunitario.

- Realizzazione di materiale promozionale tra cui documentari in dvd in 3 lingue realizzati in collaborazione con la Cooperazione Canadese (CECI)

- Diffusione e promozione, per quelle comunità che vivono in zone protette, di buone prassi e strumenti di gestione eco turistica in Aree Protette, attraverso il COTURAP (Comitato Tecnico per il Turismo in Aree Protette).

Nel Marzo 2005 venne poi firmato un accordo ILO - INGUAT nell'ambito del quale si realizzarono attività di formazione di rappresentanti comunitari sui temi della relazione con il pubblico, gestione dei mezzi di comunicazione, marketing, promozione e tecniche di gestione imprenditoriale.

Ma questa formazione, vista con il senno di poi, è stata in un certo senso un'occasione mancata, in quanto è arrivata troppo presto rispetto allo sviluppo del prodotto turistico.

In tale occasione venne pure annessa al nuovo regolamento per il riconoscimento delle guide turistiche la possibilità di accreditamento per "guide comunitarie", anche con basso grado di istruzione ma in grado di leggere e scrivere, e definito un modulo, un formato comune e condiviso, per il rilevamento di informazioni statistiche sul turismo comunitario.

Si avviò pure un programma cosiddetto di "Concatenamento Imprenditoriale" a beneficio di 12 destinazioni comunitarie, un'alleanza strategica intersettoriale ed interistituzionale tra INGUAT, AGEXPRONT, USAID, Gray Line Tours, ILO, ETEDPI, INTECAP e altri per il miglioramento dei servizi turistici di base, l'equipaggiamento delle strutture e la formazione in gestione imprenditoriale, marketing, manipolazione di alimenti, comunicazione, attenzione al turista e possibilità di partecipazione a fiere nazionali ed internazionali.

Per far fronte in modo più efficace alle difficoltà del settore e ad una situazione in cui vari soggetti, (tra cui le ONG internazionali) operavano ognuno secondo criteri propri in assenza di un coordinamento istituzionale, creando spesso prodotti turistici invendibili e generando false aspettative e sfiducia nelle comunità, INGUAT ha creato, nel 2008, la “Mesa de Turismo Comunitario de Guatemala” (Tavolo del Turismo Comunitario del Guatemala).

La “Mesa” fu creata con lo scopo di integrare gli sforzi tra settori governativi, settore privato, ONG e Cooperazione Internazionale, per sviluppare linee di azione comuni in grado di fortificare lo sviluppo del turismo comunitario nel Paese.

Il suo coordinamento è svolto dalla Sezione di Patrimonio Culturale di INGUAT.

La “Mesa” ospita due commissioni di lavoro: una per lo Sviluppo del Prodotto e una di Marketing, che valutano le condizioni e le possibilità di ciascuna delle circa 50 destinazioni guatemalteche che offrono o vorrebbero offrire questo tipo di turismo.

Nata dalla volontà di appoggiare il progresso comunitario in tutti gli ambiti dello sviluppo turistico, la “Mesa” è composta da oltre 15 organizzazioni: l’Universidad del Valle de Guatemala, che ha corsi di laurea in ecoturismo, Rainforest Alliance, CONAP, Contraparte Internacional, Cuerpo de Paz, Tour Operadores, MINECO, FENATUCGUA, CECI, USAC, AK’TENAMIT, ASOPTUR, AGEXPORT (COMITURS), PROGAL, CAMTUR, INGUAT, SHARE...

I suoi obiettivi sono: appoggiare le comunità che hanno un potenziale turistico e desiderano sviluppare questo settore, e non le comunità in quanto tali, nello sviluppo e commercializzazione del prodotto; coordinarsi con il settore governativo, le Associazioni civili, le ONG e la Cooperazione Internazionale per la creazione di una linea strategica comune e condivisa per lo sviluppo del turismo comunitario in Guatemala, e infine, di appoggiare la realizzazione di scambi nazionali ed internazionali tra i leader comunitari per la condivisione di esperienze, cosa importantissima e di grande valore formativo per persone che spesso non si sono mai spostate dal villaggio in cui vivono e che non conoscono il proprio Paese.

Negli ultimi due anni, cioè tra il 2008 e il 2009, il lavoro della “Mesa de Turismo Comunitario” ha realizzato laboratori di formazione per le comunità e i membri della rete FENATUCGUA, implementato corsi per guide di turismo comunitario (che sono stati realizzati in 21 comunità del paese per formare alla gestione di gruppi e agli aspetti generali legati al turismo e allo sviluppo del prodotto), organizzato, in collaborazione con l’ILO, il VI Incontro REDTURS svoltosi in Guatemala nel 2008, implementato i corsi di formazione di formatori in marketing turistico per le comunità e per la diffusione delle buone prassi di turismo sostenibile per l’America Latina, realizzato un itinerario stampa presso le destinazioni dell’ Alta e Bassa Verapaz per promuovere il turismo comunitario anche all’interno del Paese e una missione con Progetto Continenti per la realizzazione di una Guida al turismo comunitario in Guatemala.

Ancora, ha dato vita ad un progetto di sviluppo turistico per 5 comunità del Quiche, con l’OMT e la Cooperazione Italiana sulla linea ST-EP delle Nazioni Unite e di programmi di appoggio alle destinazioni della Verapaz e del Petén in collaborazione con la Cooperazione giapponese (JICA).

Tra le azioni programmate, nel breve periodo, la “Mesa” si propone: l’elaborazione del Piano Strategico del Turismo Comunitario in Guatemala; un maggiore coinvolgimento delle realtà governative; la continuazione dei corsi di formazione e l’integrazione di nuove destinazioni; la formazione sulle buone prassi di turismo sostenibile per le comunità rurali; l’implementazione di nuovi programmi di sviluppo turistico comunitario.

Nonostante il lavoro svolto, rimangono comunque aperte alcune problematiche. Prima fra tutte il fatto che non esiste nel paese una legge che regoli e soprintenda l’attività del Turismo Comunitario e dunque ONG, Associazioni, Cooperative, la Cooperazione Internazionale stessa lavorano nell’ambito del turismo comunitario senza una linea strategica e senza nessun controllo. Al turismo comunitario, inoltre, non è stata data la necessaria importanza politica e il paternalismo rappresenta per le comunità una concreta minaccia al raggiungimento di uno sviluppo integrale. La maggioranza delle comunità, infine, non sono in grado di prestare servizi turistici di qualità e la gran quantità di organizzazioni cooperanti quasi mai investe in progetti di infrastruttura e non pianifica adeguatamente l’appoggio necessario.

A livello di comunità, le difficoltà individuate riguardano: la limitata educazione formale dei comunitari e dei loro rappresentanti; la centralizzazione delle opportunità e l’esistenza di monopoli, cosa che colpisce certamente il turismo comunitario; la poca diversificazione produttiva e scarsa commercializzazione, che provocano stagnazione nella generazione di impiego e le difficoltà per i comunitari di accedere a crediti bancari.

Per far fronte a queste debolezze risulta perciò necessario, a mio avviso, elaborare una strategia nazionale per il turismo comunitario, a cui La Mesa de Turismo Comunitario ed INGUAT stanno già lavorando, e avanzare una proposta di Legge in grado di stimolare il turismo sostenibile nel paese. Pure importante è realizzare piani di sviluppo turistico specifici per ogni comunità, supervisionare e realizzare valutazioni sui piani e sui risultati dei progetti di sviluppo del turismo comunitario, ampliare la promozione realizzando appositi materiali, lavorare a iniziative di formazione per le comunità, soprattutto in tema di manipolazione degli alimenti, fornire equipaggiamenti di base per la cucina, appoggiare iniziative per il recupero della cultura e delle tradizioni delle comunità e, infine, rafforzare la Federación Nacional de Turismo Comunitario de Guatemala (FENATUGUA), che ha oggi un posto d’onore nell’ambito del turismo comunitario.

Fare rete nel turismo comunitario. L'esperienza di FENATUCGUA

Ericka Cal (Presidentessa FENATUCGUA)

Buon pomeriggio a tutti,

è un grande piacere per me essere oggi ospite nel vostro Paese.

Sono qui per condividere con voi l'esperienza della rete FENATUCGUA (Federación Nacional de Turismo Comunitario de Guatemala), nata nel 2005 sotto l'egida della ILO.

Prima di questa data in varie realtà comunitarie esistevano, anche con il sostegno di diverse ONG internazionali o realtà governative, piccoli progetti di accoglienza turistica. Si trattava soprattutto di iniziative individuali o familiari di scarso successo che però richiamarono l'attenzione della ILO che sostenne la nascita di un ente rappresentativo di queste comunità e, in generale, di questo settore del turismo. Oggi la Federazione raggruppa 29 soci in tutto il paese. Il turismo comunitario coinvolge infatti comunità, gruppi organizzati, singole famiglie e piccoli Tour Operator locali che lavorano principalmente alla vendita e promozione del prodotto.

Cosa vogliamo dal turismo comunitario e come vogliamo gestirlo?

Non vogliamo grandi infrastrutture, non vogliamo aprirci a flussi turistici massicci per non danneggiare il nostro ambiente, vogliamo offrire cucina tipica e non piatti internazionali, e convivenza con la comunità.

La nostra ambizione è che le comunità possano gestire il turismo non a fini esclusivamente di lucro, vorremmo cioè che attraverso il turismo esse possano rivalutare e imparare a gestire adeguatamente il loro patrimonio culturale e naturale per ottenere entrate economiche alternative, migliorando così le proprie condizioni di vita e riducendo la migrazione verso la costa con la conseguente disintegrazione familiare e la diffusione di malattie, tra cui l'Aids.

Il turismo, nella nostra visione, non è infatti una fonte di ingresso principale ma un'alternativa che contribuisce al nostro sostegno nei periodi in cui, ad esempio, l'attività agricola è ferma.

Attraverso il turismo comunitario vogliamo inoltre riscattare e valorizzare le nostre risorse culturali, poiché spesso abbiamo subito processi di transculturazione o ci siamo adattati in modo acritico a costumi lontani dalla nostra visione del mondo e dimenticato parte delle nostre tradizioni, la nostra lingua, il "traje"* .

Vogliamo infine preservare le nostre risorse naturali e sviluppare meccanismi di tutela ambientale, valorizzarle e non essere costretti a sfruttarle a fini di sopravvivenza, come accade ad esempio con l'abbattimento dei boschi per la vendita del legname.

La Federazione è un ente rappresentativo del turismo comunitario, che raggruppa diverse destinazioni del paese, appoggiata da organizzazioni non governative e governative, tra cui l'INGUAT, qui rappresentato dalla dott.ssa Silva.

FENATUCGUA è un'organizzazione senza fini di lucro che intende sostenere e coordinare gli sforzi delle organizzazioni governative e non governative e dei Tour Operator locali per lo sviluppo del turismo comunitario.

* Abbigliamento tipico, distintivo delle differenti etnie indigene Paese (ndt)

Lavoriamo per il miglioramento dell'offerta e la sua promozione a livello nazionale ed internazionale per aumentare il flusso di visitatori. Sosteniamo la rivalutazione delle culture e dell'ecosistema e perseguiamo l'utilizzo equo dei benefici diretti ed indiretti del turismo comunitario tra le destinazioni e gli eventuali attori intermediari.

Siamo presenti in 5 regioni del paese, con 14 soci nella Regione Nord, 3 nella Regione Nord Orientale, 3 nella Regione Sud Occidentale, 5 nella Regione Nordovest e 3 nel Petén.

Offriamo servizi turistici di avventura, gastronomia locale, possibilità di confrontarsi con la diversità culturale, convivenza con famiglie locali, conoscenza della cosmovisione maya, contatto con la natura, birdwatching...

La rete FENATUCGUA è composta da 20 associazioni e 9 comitati per un totale di 29 soci attivi, di cui 2 ladinos e 27 indigeni.

La nostra organizzazione interna comprende un'Assemblea Generale composta da tutti i soci, una Giunta Direttiva (che oggi rappresento in qualità di Presidentessa e di cui fa parte anche la qui presente Sucely Ical Lem), una Commissione di Vigilanza e varie Commissioni Regionali che ci appoggiano nelle diverse aree del Paese, spesso difficili da raggiungere e, infine, i nostri soci: Associazioni Civili, legalmente riconosciute e Comitati (organizzazioni locali ancora in attesa di riconoscimento ufficiale).

Sulla base di esperienze negative -è il caso ad esempio di un imprenditore singolo che impiegando lavoratori indigeni presso le sue strutture aveva aderito alla nostra rete spacciando la sua offerta come una proposta di turismo comunitario- sono stati stabiliti una serie di requisiti per entrare a far parte della Federazione. Essi sono: essere un'associazione civile senza fini di lucro; rappresentare realmente comunità che gestiscono destinazioni turistiche e avere (o essere in attesa di) un riconoscimento legale.

Per aderire bisogna avanzare una richiesta scritta alla giunta direttiva. Tale richiesta viene discussa dall'Assemblea Generale che la accetta o la rifiuta. In caso di accettazione viene nominata una commissione di verifica che si reca presso la comunità per valutare il possesso dei requisiti.

In caso di esito positivo il nuovo socio viene annesso alla Federazione e versa una quota d'ingresso di Q 100.00

L'essere soci di FENATUCGUA implica alcune responsabilità come: dare comunicazione del numero di visitatori ricevuti, apportare la quota mensile e informare la Federazione su eventuali cambiamenti organizzativi o infrastrutturali. Le Commissioni Regionali supportano la comunicazione e il mantenimento dei contatti tra i soci che sono raggruppati in reti regionali. FENATUCGUA ha raggiunto risultati importanti rispetto al rafforzamento delle capacità dei membri delle comunità coinvolte nel turismo comunitario e della qualità del servizio: attraverso l'appoggio della rete le comunità sono state infatti formate, hanno rafforzato e rivalutato il proprio patrimonio naturale e culturale, mentre l'attività turistica ha svolto un ruolo importante nel contenere l'emigrazione e la disintegrazione familiare.

Inoltre, sulla base del regolamento interno alla Federazione, i soci si sono assunti sempre maggiori responsabilità di correttezza e si è consolidato il lavoro delle Commissioni Regionali.

Si è assistito, inoltre, ad una valorizzazione, accettazione e promozione del turismo comunitario da parte dei mezzi di comunicazione e di organizzazioni governative e non governative sia nazionali che internazionali.

Non mancano certamente importanti difficoltà per il settore e per la stessa Federazione, tra cui: la dispersione geografica dei soci, spesso situati in zone difficili da raggiungere, il diverso grado di sviluppo dell'offerta turistica delle diverse destinazioni, la mancanza di appoggio da parte delle autorità locali e nazionali al turismo comunitario, l'alto indice di analfabetismo delle popolazioni rurali e le difficoltà linguistiche (dato che spesso i comunitari non parlano lo spagnolo né altre lingue straniere), il difficile accesso ai mezzi di comunicazione di massa come telefono e internet, il paternalismo, l'individualismo e la lotta di poteri che certamente hanno molto condizionato l'atteggiamento delle persone nei confronti di progetti collettivi creando difficoltà di dar vita a iniziative comunitarie e infine, la mancanza di risorse economiche, fisiche e materiali e problematiche di genere.

E' su questi temi che vogliamo continuare a lavorare, realizzando iniziative di formazione e promozione e muovendoci nella ricerca di nuove risorse economiche.

Turismo comunitario e tutela delle identità locali. L'esperienza di CECEP

Sucely Ical Lem (Presidentessa CECEP)

Il Centro Comunitario Educativo Pokomchí – CECEP si trova in Guatemala, nella cittadina di San Cristóbal Verapaz, nel Dipartimento di Alta Verapaz, a 204 km chilometri da Città del Guatemala. Fondato nel 1565, San Cristóbal ha un'estensione territoriale di 192 km² e conta 60.000 abitanti, la gran parte appartenente al gruppo etnico Pokomchí. Vi si parla principalmente il Pokomchí, benché in alcune aree vicine sia diffuso anche il Q'eqchi.

CECEP è nato nel 1991 su iniziativa di un gruppo di Pokomchí, come ente rappresentativo di questo gruppo etnico e nel marzo 1993 ha ottenuto il riconoscimento legale.

La sua missione è di consolidare, preservare e diffondere la cultura Pokomchí partendo dalle conoscenze di tutti i suoi membri proponendosi come promotore della ricchezza culturale e linguistica della nostra etnia. Canalizziamo le nostre risorse verso tutte quelle attività che sono in grado di rafforzare la nostra identità culturale e linguistica e di sostenere il nostro benessere come suoi rappresentanti.

I nostri obiettivi sono infatti di rafforzare e contribuire allo sviluppo socio economico e culturale della comunità Pokomchí, di far conoscere la sua storia, la sua cultura e la sua lingua e stimolare la produzione e distribuzione di letteratura in lingua. Le nostre aree di lavoro sono infatti la traduzione di testi da e in Pokomchí, la promozione della nostra cultura attraverso l'educazione – CECEP gestisce infatti una scuola di lingua Pokomchí che offre anche corsi di Spagnolo per gli stranieri e di Inglese per i locali e il Museo Katinamit, che ospita una mostra di foto, abiti e oggetti di uso quotidiano e un piccolo negozio di artigianato tipico- e la realizzazione, distribuzione e commercializzazione di un'offerta turistica comunitaria locale di tipo culturale.

I nostri pacchetti turistici prevedono ad esempio tour di conoscenza del Museo Katinamit e del villaggio di San Cristobal (comprendenti la visita alla fabbrica di marimba e di candele e alla chiesa del Calvario e un bagno in temascal) o della vicina comunità di Nis Nic (con la visita ai suoi laboratori di stuoie, di tulle e di carta di maguey e una bella passeggiata per il bosco del Petencito).

Lavoriamo perciò cercando di coinvolgere le comunità nella valorizzazione dei saperi e dei mestieri tradizionali, sostenendo al tempo stesso un loro progresso economico. Ad esempio, gli artigiani locali hanno l'occasione di mostrare il loro lavoro durante i tours o di vendere i propri prodotti.

Cosa abbiamo realizzato fino ad oggi? Abbiamo lavorato per lo sviluppo del turismo a San Cristobal Verapaz e offerto appoggio, consulenza e opportunità di confronto e scambio di esperienze a vari progetti comunitari dell'area della Bassa ed Alta Verapaz (come, ad esempio, il Tour del Caffè nella comunità di Aquil Grande, L'Hostal Nuboso di Pamuc, il Centro Educativo della comunità di Rio Negro, il Museo culturale Q'eqchi Guacamaya della comunità di Corozal del Petén). Stiamo inoltre promuovendo nuove iniziative e lavorando per stringere e rafforzare alleanze, cosa in cui crediamo molto, con altre istituzioni affini come i CAT (Comitati di Autogestione Turistica) e la rete FENATUCGUA.

Stiamo appoggiando le artigiane sull'elaborazione di prodotti innovativi e operando per diffondere la conoscenza della nostra cultura e della nostra lingua nelle scuole, ma anche ed in altri ambiti.

Sulla base del nostro pluriennale lavoro possiamo individuare alcuni punti di forza del turismo comunitario, tra cui: il supporto che è riuscito a dare alla diffusione della cultura della nostra regione, che è una delle più antiche; la preservazione e il rafforzamento dell'identità del gruppo etnico; la generazione di fonti di ingresso economico; l'opportunità di un confronto con culture dopo diverse, il miglioramento delle condizioni di vita della comunità e il rafforzamento dell'autostima individuale e di gruppo.

Le difficoltà di questo settore nel nostro municipio riguardano invece le cattive condizioni delle infrastrutture, in particolare della rete stradale, la mancanza di cultura turistica, l'inquinamento di alcune aree di interesse turistico (come ad esempio la Laguna Chichoj) e il non poter contare su strutture comunitarie per l'accoglienza dei turisti.

Riguardo invece alle nostre prospettive per il futuro, vogliamo impegnarci su più fronti: quello dell'educazione - lavorando per stabilire l'insegnamento della lingua e della cultura Pokomché nelle scuole, alla digitalizzazione della nostra biblioteca e dei suoi cataloghi per preservare la memoria storica del municipio - e quello del turismo - sviluppando in altre comunità il turismo solidale, rafforzando la proposta turistica dell'itinerario "Camino Pokom" e incrementando le visite al Museo Katinamit, anche attraverso una sua ristrutturazione.

Infine, stiamo lavorando alla strutturazione e commercializzazione dell'offerta turistica del circuito della "Alianza Viviente Verapaz", finalizzata ad articolare ed integrare processi istituzionali orientati al rafforzamento del turismo comunitario nell'area della Verapaz.

Si tratta di una rete destinazioni turistiche (Puerta al Mundo Maya, Tour de Historia Samac, Aviturismo Senimtaca, Coffee tour de Chichoj, Museo Katinamit, Tour Operador Cobán Travels, Adetes Rafftin en el río Cahabón, Salto de Chilasco, Salinas Nueve Cerros, Centro Histórico Rio Negro) integrate su base regionale per offrire servizi di qualità.

La "Alianza" è supportata dai volontari del Cuerpo de Paz statunitense e si muove nell'ottica di integrare anche operatori privati. Le destinazioni di Viviente Verapaz collaborano a vari livelli, in particolare per l'aspetto della promozione (attraverso internet e la vendita di pacchetti turistici cumulativi) sia a livello nazionale e internazionale.

Turismo Comunitario e tutela del territorio. L'esperienza di Lagunita Salvador

Luis Xol Rax (Presidente Asociación Maya Q'eqchí)

Oggi sono qui a rappresentare la Asociación Maya Q'eqchí e il progetto turistico della Eco-Aldea Lagunita Salvador che si trova nel municipio di Livingston, all'interno del Biotopo Chocon Machacas, parte dell'area naturale protetta del Parque Nacional de Rio Dulce.

La comunità di Lagunita vive nella zona fin dagli anni cinquanta, prima che essa fosse dichiarata appunto Area Protetta. Negli anni Ottanta, sulla base della nuova legislazione delle aree protette, ci furono tentativi di sfrattare la comunità che però è riuscita ad avviare un dialogo costruttivo con le autorità e a diventare, di fatto, protagonista della protezione dell'area facendosi carico di una gestione sostenibile delle sue risorse naturali (anche sulla base di accordi formali con le autorità competenti). Negli ultimi cinque anni pure attraverso un progetto di ecoturismo a gestione comunitaria, quello appunto della Eco-Aldea Lagunita Salvador.

Il progetto è nato grazie alla forza di volontà degli abitanti di Lagunita, convinti che il turismo fosse uno dei pochi ambiti di lavoro possibili in un'area protetta. All'inizio il lavoro di costruzione di infrastrutture (con tecniche locali e materiali ecologici) è stato avviato autonomamente da singoli e famiglie ed ha poi ricevuto il supporto della cooperazione internazionale, che ha contribuito alla realizzazione del prodotto turistico. Con il tempo il progetto ha cominciato a funzionare.

Ricevere turisti ha dato un grande impulso alla comunità a valorizzare e proteggere il suo patrimonio, non solo naturale ma anche culturale; sta generando importanti entrate economiche alternative per lo sviluppo delle famiglie e della comunità (attraverso la vendita di artigianato o la prestazione di servizi) e incrementando le opportunità di lavoro.

La nostra esperienza con il turismo comunitario è perciò positiva. Grazie agli introiti del turismo la nostra Associazione riesce a coprire i costi della manutenzione delle infrastrutture, a pagare i lavoratori e ad investire nel miglioramento dell'offerta turistica ma soprattutto, destina una percentuale delle entrate a progetti a beneficio dell'intera comunità.

Abbiamo infatti attivato progetti educativi, occupandoci ad esempio di pagare i maestri per garantire istruzione all'interno della comunità, dato che a Lagunita non ci sono scuole pubbliche, o di offrire borse di studio a studenti che desiderano seguire corsi di istruzione secondaria; abbiamo anche avviato piccole attività produttive come l'allevamento di uccelli e maiali e altre.

Si tratta sicuramente di piccole iniziative, ma crediamo di aver intrapreso una buona strada.

Incrementando il numero dei nostri visitatori e stando attenti a mantenere un equilibrio con il nostro ambiente possiamo infatti migliorare e ampliare i nostri progetti e realizzarne di nuovi, favorendo così la diversificazione produttiva e occupazionale.

Altro aspetto positivo legato all'attività nell'ambito del turismo comunitario è stato per noi un maggiore dialogo con le istituzioni nazionali, con INGUAT, con il CONAP (Ente gestore delle Aree Protette).

Insomma, il turismo è stato per noi un'esperienza di crescita. Quello che però vorrei sottolineare è che è importante per le comunità che vogliono lavorare in questo settore capire che per ottenere risultati c'è bisogno di tempo e di impegno. Importante è anche l'appoggio delle istituzioni o della cooperazione internazionale, sia per motivare la comunità sia per l'apporto di risorse economiche necessarie a migliorare le infrastrutture e la formazione e ad offrire servizi di qualità. Spesso infatti i comunitari possono mettere a disposizione il loro tempo e il loro lavoro ma non hanno denaro per acquistare i materiali o non hanno competenze. Penso perciò che il lavoro di INGUAT e delle ONG sia prezioso per aiutare le comunità a migliorare la propria offerta di turismo ma anche a imparare a gestire autonomamente le attività e i fondi. Noi abbiamo avuto una piccola esperienza di gestione diretta di piccole donazioni che ha dato buoni risultati, perciò penso che non sempre è bene che i fondi siano gestiti da realtà esterne che finiti i progetti vanno via, lasciando spesso le comunità impreparate a gestire le attività create. Spero perciò che anche al nostro interno si possano presto formare persone in grado di gestire progetti e risorse economiche con professionalità.

INFORMAZIONI PER VIAGGIARE RESPONSABILE

Riviste che si occupano (anche) di turismo responsabile

- ° *Consapevole*, trimestrale di informazione indipendente. Propone *Viaggiando Consapevoli*, rubrica fissa dedicata al turismo responsabile e alla riflessione su viaggi e turismo.
- ° *Terra Nuova*, mensile per l'ecologia della mente e la decrescita felice. Dedicata una pagina a proposte di ecoturismo.
- ° *La nuova ecologia*, il mensile di Legambiente. Dedicata alcune pagine al turismo sostenibile e all'equo turismo
- ° *Altreconomia*, l'informazione per agire. Dedicata una pagina a proposte di turismo responsabile.
- ° *Volontari per lo Sviluppo*, la rivista di chi abita il mondo. Ha una rubrica fissa di due pagine sul turismo responsabile e dedica dossier e numeri speciali all'argomento.
- ° *I viaggi di Repubblica* propone viaggi responsabili, senza però spiegarne la sostanziale differenza da quelli esclusivamente "turistici".

Guide di viaggio

- ° Berruti Alessandro, Pochettino Silvia, *Turisti responsabili dalle Alpi alla Sicilia. Vacanze, escursioni, trekking, alberghi e b&b*. Terre di Mezzo, Milano, 2008;
- ° Bosio Giuseppe, *Mini guida al turismo responsabile*, La Tortuga, 2004;
- ° Carnovalini Riccardo e Roberta Ferraris, *Gli eremi di Celestino V. 29 giorni a piedi e in treno attraverso Abruzzo, Molise, Puglia, Campania e Lazio*, Terre di Mezzo, Milano;
- ° Carnovalini Riccardo e Roberta Ferraris, *Sardegna a piedi. I 10 migliori sentieri della costa*, Terre di Mezzo, Milano;
- ° Castagna Mariacarla, *In Sardegna tra mare e miniere. 22 giorni a piedi nel più spettacolare parco geominerario d'Italia*. Terre di Mezzo, Milano;
- ° Comandini Laura, Di Maria Umberto, Sala Francesca, *Vacanze contromano. Un altro modo di partire*. Terre di Mezzo, Milano, 2008;
- ° Comandini Laura, *Vacanze creative*. Terre di Mezzo, Milano, 2008;
- ° Correggia Marinella, Di Maria Umberto, Donatucci Paola. *Week ender 2*, Terre di Mezzo, Milano, 2008;
- ° Delfiol Marco, Papotti Paolo, *Dal Marocco a Capo Nord. L'Europa in treno spendendo poco*. Terre di Mezzo, Milano, 2008
- ° Di Rienzo Annalisa, *Guatemala. Guida al turismo comunitario*, Progetto Continenti, Roma, 2009 (volume realizzato nell'ambito del progetto Tu.Re.Co., disponibile su richiesta)
- ° Donatucci Paola, Di Maria Umberto, *Fuori dai soliti binari in Italia. Viaggi e turismo in treno su ferrovie secondarie*. Terre di Mezzo, Milano, 2008;
- ° Giorgi Carlo, *Vado in Senegal*. Terre di Mezzo, Milano, 2008;

Testi

Beyond the green horizon - principles for a sustainable tourism, Tourism Concern e WWF, Godalming (Gran Bretagna) 1992

Andare a quel paese - vademecum del turista responsabile, Duccio Canestrini, Feltrinelli 2001

Povero outgoing - le condizioni dei lavoratori nei paradisi turistici del Sud, Marta Di Cesare e Renzo Garrone, RAM 2004

Turismo responsabile – opzione per un turismo migliore, Renzo Garrone, RAM 2007 (II edizione)

Il viaggiatore responsabile – un altro turismo in Africa, Asia, Medio Oriente e America Latina, Roberto Dati, Infinito Edizioni 2009

Documenti

Carta d'Identità per Viaggi Sostenibili (codice di condotta del turismo responsabile) Associazione Italiana Turismo Responsabile, 1997

Global code of Ethics in Tourism Organizzazione Mondiale del Turismo, 1999

Manila Declaration (1997)

Carta di Lanzarote (1995)

Siti di interesse:

www.tureco.org – sito realizzato nell’ambito del progetto Tu.Re.Co. Contiene informazioni sul turismo responsabile e comunitario

www.unwto.org - sito dell’ Organizzazione Mondiale del Turismo.

www.bits-int.org - Ufficio internazionale di Turismo sociale.

www.aitr.org - AITR (Associazione Italiana Turismo Responsabile) raggruppa oltre 60 realtà italiane che operano nei vari settori del turismo responsabile, solidale, sostenibile ...

www.occhiaperti.info - Viaggiare ad occhi aperti, progetto di formazione per il Turismo sostenibile e responsabile di ICEI

www.tures.it - Associazione di turismo responsabile e centro di documentazione

www.viaggisolidali.it Tour Operator responsabile. Offre proposte di viaggio per un “turismo dal volto umano”

www.associazioneram.it - sito dell’associazione turismo responsabile RAM

www.terre.it - casa editrice e giornale di strada Terre di Mezzo

www.volontariperlosviluppo.it - sito della rivista, ha una sezione dedicata al turismo responsabile

www.yeslife.it - magazine online di sostenibilità ambientale, sociale ed economica, risparmio energetico e turismo responsabile

www.homoturistics.com

antropologia del viaggio e del turismo, a cura di Duccio Canestrini

www.acleaavventura.com - sito di letteratura e riflessioni di viaggio di Anna Maspero

www.ilconsapevole.it alla pagina www.ilconsapevole.it/_turismo_responsabile.htm.php raccoglie articoli e segnala eventi dedicati al turismo responsabile.

www.ilsensodelviaggio.com - sito di Chiara Meriani, giornalista di viaggio e turismo responsabile.

www.world-tourism.org - sito dell’ Organizzazione Mondiale del Turismo

www.ecotouisme-magazine.com - Ecotourism magazine, trimestrale dedicato ai viaggi responsabili

www.ecpat.net - ECPAT (End Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes) è un network di organizzazioni e persone che lavorano per eliminare lo sfruttamento sessuale dei bambini.

www.earth-net.eu - prima rete europea di turismo responsabile con sede a Bruxelles

www.osservatorioturismo.it - il sito di un gruppo di ricerca e formazione sul turismo

www.redturs.org - rete latinoamericana di proposte di turismo comunitario, sostenuta dall’ILO

www.visitguatemala.com – sito dell’INGUAT (Istituto Guatemalteco di Turismo)