Regione Campania
Assessorato al Turismo, alla Cultura ed allo Spettacolo

Commissione tecnico-scientifica sul Turismo Sociale

Sintesi dei lavori

relativi alle fasi dello studio preliminare e della elaborazione di un Piano sperimentale

---

Linee guida:

"Azioni sperimentali per il turismo sociale in Campania"

Sintesi delle prime 2 fasi dei lavori della Commissione

Il Turismo sociale promuove l'estensione dei diritti sociali dei cittadini, sviluppandone la socializzazione e l'integrazione. *Il turismo sociale è il turismo per tutti ed è il turismo di tutti.*

"Il turismo è stato più volte riconosciuto a livello europeo come una conquista sociale irreversibile e pertanto dovrebbero essere promosse tutte le iniziative volte a soddisfare la domanda sociale del turismo" (Risoluzione Parlamento Europeo del 18/02/2000).

"Il Turismo è la realtà capace di modificare profondamente le condizioni sociali, la mentalità ed i costumi della presente generazione, il cui fine ultimo non consiste soltanto in un vantaggio economico, ma in un sevizio proteso al bene della persona integralmente considerata, che soddisfi gli imperativi di sviluppo economico e quelli della mutua comprensione tra le persone e tra i popoli, che rispetti i principi della tutela dei paesaggi e di salvaguardia del patrimonio culturale della popolazione, rappresentando in tal modo un passaporto per lo sviluppo sociale e per la pace" (Dichiarazione di Montreal del 1996).

Il turismo sociale, negli anni e nel mondo, è stato chiaramente individuato e definito:

a) da quegli organismi, enti o associazioni, che al massimo livello internazionale si occupano del turismo sociale; il cui punto di riferimento fondamentale è il Bureau International du Tourisme Social (B.I.T.S.) al quale aderiscono unicamente gli organismi più rappresentativi del turismo sociale nel mondo.
b) dalla Comunità Europea, che se n'è occupata a più riprese fornendone l'interpretazione più corretta che gli stati membri debbono recepire e statuire nel proprio ordinamento.

Entrambe le fonti convergono, nella sostanza e nella forma, nel definire il turismo sociale come *la domanda sociale di turismo aggregata dalle associazioni senza fini di lucro per il turismo sociale, le quali ne assicurano la finalizzazione ad un consumo di qualità posto all'insegna della ricchezza di valori sociali, etici e culturali.*

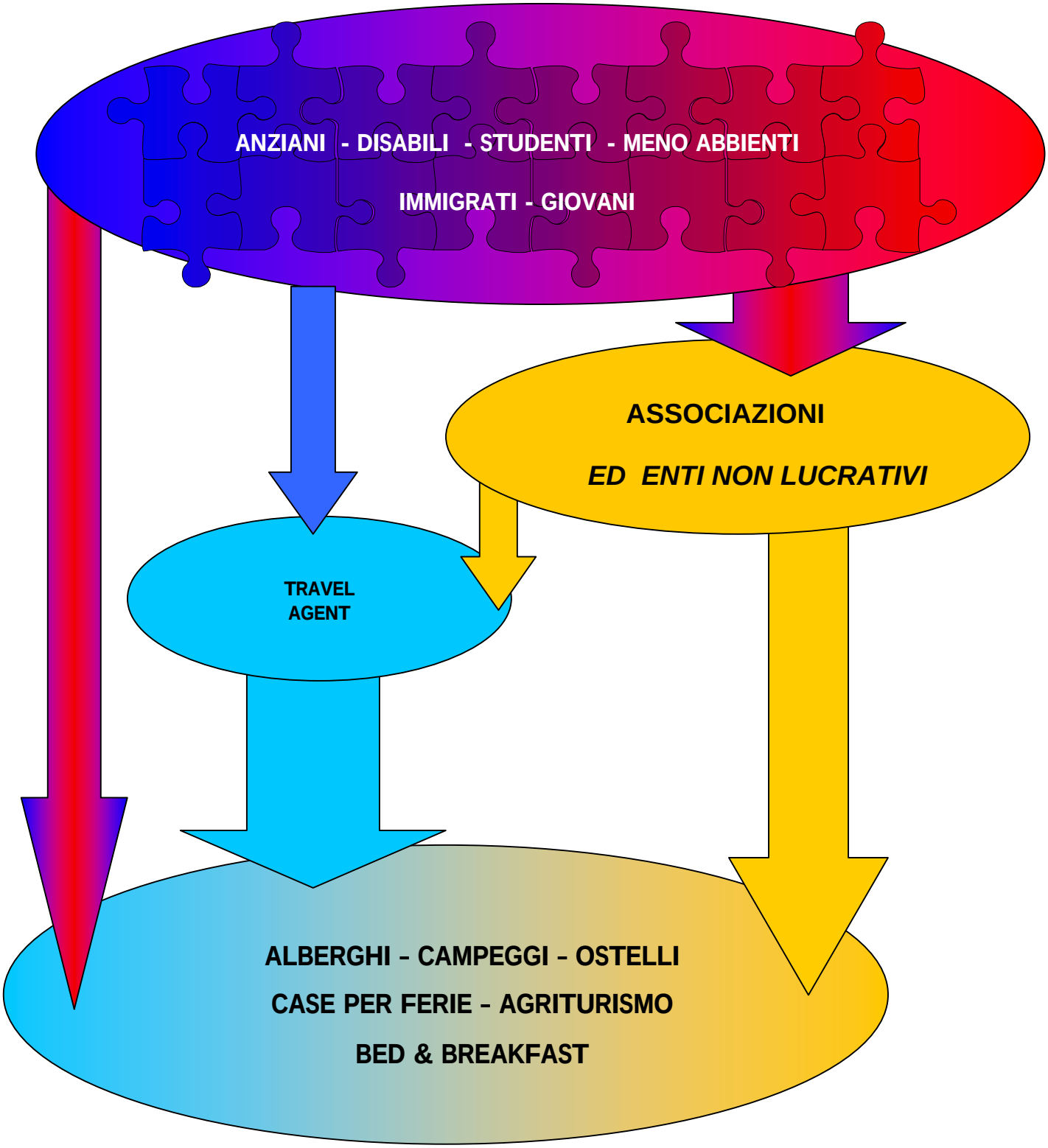
Piena convergenza esiste anche nell'accettare che tale domanda, la più ampia che si affacci sul mercato, rappresenta un enorme progresso della nostra società verso la conclamazione della universalità dei diritti.

La Campania intende indirizzarsi a tali valori comunitari, diffusi peraltro già in molte parti del mondo maggiormente che in Italia, e, anzi, la nostra Regione può e deve candidarsi a divenire, a tutti gli effetti, un distretto europeo del Turismo Sociale.

In questa direzione l'Assessorato al Turismo della Regione lavora, puntando a definire una componente sistemica da porre alla base ed al servizio del turismo sociale e muovendosi per assicurare ad esso le norme certe e chiare perché siano rispettati i giusti standards di qualità e la correttezza dei prezzi, congiuntamente a tutti gli altri diritti dei consumatori, le regole della trasparenza, della correttezza e della legalità, nel rispetto della libera concorrenza, nonché infine la piena sostenibilità dei processi di sviluppo del proprio territorio.

L'evoluzione concettuale della nozione di turismo ha definito un passaggio fondamentale nell'ambito degli studi economici. Il rapporto simbiotico tra turismo e reddito che per anni ha ispirato gli studi di gran parte della dottrina, sta cedendo il passo ad una visione più coerente del fenomeno in cui la società occupa un ruolo centrale.
In effetti, l'analisi dello sviluppo turistico va inquadrata principalmente nel trinomio Turismo-Ambiente-Salute in quanto, un miglioramento nell'ambito dell'offerta, è conciliabile solo con una politica improntata sulla qualità della vita e sullo sviluppo sostenibile.
Per lo studio di questo nuovo modello non si può prescindere dal contributo dell'Economia sociale, per elaborare schemi di sviluppo sostenibile del territorio e delle risorse, e per promuovere un sistema integrato d'offerta affinché il turismo diventi un'attività pienamente integrata nel tessuto locale.
In questo scenario di piena trasformazione si colloca il turismo sociale, che rappresenta circa il 70% del mercato mondiale e che, secondo le recenti stime, appare sempre più in crescita.
Tuttavia, nonostante le statistiche, il settore è ancora poco conosciuto e molte sono le interpretazioni sommarie che si susseguono di volta in volta. In realtà, il fenomeno non rappresenta più, esclusivamente, il turismo dei soggetti più deboli o delle categorie socialmente svantaggiate, ma l'intero complesso dell'attività turistica che viene organizzata per i propri associati dalle strutture senza scopo di lucro. Queste, a livello internazionale, aderiscono al BITS (Bureau International du Tourisme Social).
Il Turismo Sociale è quindi nel suo insieme un sistema articolato su differenti livelli, accomunati dalla volontà di cooperare tra loro per garantire l'integrazione dell'uomo all'interno della propria comunità.

SITUAZIONE ATTUALE DELLA DOMANDA DI TURISMO SOCIALE



Nato come esigenza ed istanza solidale tendente a favorire l' accesso al turismo di quelle classi sociali economicamente deboli ed emarginate, il turismo sociale si presenta perciò, oramai sempre più, come l' insieme delle attività libere e liberanti che concorrono a rendere l' uomo pienamente realizzato, sia in chiave di maturazione personale, sia in chiave di crescita civile all' interno della propria comunità.
Il Turismo Sociale diviene pertanto l' ambito in cui l' uomo, grazie ai Servizi dell'animazione culturale e dell'accoglienza, prende piena coscienza di sé, riscopre i grandi valori della vita e si arricchisce grazie alla conoscenza non effimera e superficiale di altri uomini, di altri popoli, di altre terre e di altre culture.
E' chiaro che in questa fase storica il Turismo Sociale, dovendo saper cogliere i segni dei tempi e non potendo più limitarsi ad essere soltanto, così come recita lo statuto del BITS, quell' "insieme di rapporti e di fenomeni risultanti dalla partecipazione delle categorie sociali economicamente deboli al turismo", ha dovuto sapersi rinnovare e deve vincere, così, una nuova sfida epocale non meno difficile di quella accolta e in buona parte vinta dai "pionieri" che nel lontano 1956 a Berna lanciarono l' idea del turismo sociale, idea che attraverso i successivi congressi di Vienna (1959) e di Milano (1962), ha portato alla costituzione ufficiale del BITS (1963). Segue poi (1996) la "dichiarazione di Montreal", che ripropone oggi la felice intuizione e la grande validità delle attività di turismo sociale, proiettandole verso tempi nuovi e aprendole quindi verso nuovi spazi e nuovi orizzonti, in cui l' uomo, con i suoi interessi, con le sue attese, con le sue ansie e con le sue speranze, dovrà risultare il centro del fenomeno. L' importante documento [con il suo preambolo e con i suoi quattro assi fondamentali che ridefiniscono il Turismo Sociale quale: a) Creatore di società; b) Fattore di crescita economica; c) Attore dell' assetto territoriale e dello sviluppo locale; d) Partner nei programmi di sviluppo mondiale] ci indica che la nuova identità del turismo sociale non va soltanto individuata con il limite negativo di azioni promosse "senza scopo di lucro", quanto piuttosto la si coglierà nella massima apertura verso quell'insieme di attività socialmente utili e finalizzate alla promozione umana, vale a dire, per l'appunto, alla crescita ed alla maturazione culturale, civile e sociale dell' uomo, di tutti gli uomini, nonchè al rispetto ed alla valorizzazione delle culture e dell'ambiente.

> Il Turismo Sociale "creatore di società"

Negli ultimi anni l'evoluzione concettuale del termine turismo ha riproposto il connubio attività-esperienza ovvero, in concreto, la possibilità di vivere il turismo come un fatto autentico e globale che contribuisca allo sviluppo integrale della persona. L'esperienza è sentita quindi come un'attività non occasionale, ma ricercata, voluta e programmata per acquisire una conoscenza, per crescere in termini culturali, sociali e spirituali e così, in sintesi, migliorando nel singolo soggetto le capacità di affrontare la vita contribuisce, in pari tempo, al formarsi della società ed alla sua crescita.

Il Turismo Sociale diviene quindi turismo di tutti e si qualifica quale fattore di coesione sociale con la dichiarata ambizione di permettere a tutti l'accesso alla vacanza impegnandosi, di conseguenza, a lottare contro le ineguaglianze e contro l'esclusione di tutti coloro che hanno una cultura diversa, che dispongono di minori mezzi finanziari, che hanno capacità fisiche ridotte o che vivono in un area in via di sviluppo.

> Il Turismo sociale come "fattore di crescita economica"

Il turismo sociale non è solo il turismo di tutti ma il turismo per tutti, e diviene fattore di crescita economica in quanto capace di ingenerare un flusso costante di persone e d'investimenti tali da rendere rilevante lo sviluppo sociale ed economico delle regioni e delle popolazioni nel suo insieme. Turismo giovanile, turismo familiare, turismo della terza età, turismo delle persone a mobilità ridotta, costituiscono centinaia di milioni di praticanti che generano a loro volta volumi economici giganteschi.

Il nuovo turismo sociale appare quindi pronto per utilizzare questi punti di forza al fine di migliorare l'intero settore e apportando un profondo beneficio alle comunità locali.

> Il Turismo sociale come "Attore dell'assetto territoriale e dello sviluppo economico"

Se occorresse una prova del progetto di servizio e non di profitto che anima gli attori del turismo sociale, la si troverebbe facilmente visitando gli impianti che essi gestiscono.

Molti centri vacanza provano che la pressione della domanda immediata del mercato non rappresenta l'unico motore dell'azione, né che le bellezze naturali di un determinato luogo e le attrattive turistiche ad esso collegate sono i soli criteri che orientano e determinano le nostre azioni. Preoccuparsi responsabilmente di rispettare l'ambiente attuale e futuro non può che privilegiare la stabilità e la durata delle strutture, contro una mentalità dell'immediato e del massiccio. Per la sua forma di pensiero e per

convinzione profonda il Turismo Sociale si riconosce nell'approccio, oggi privilegiato, di un turismo durevole e di uno sviluppo sostenibile, suggerendo ai propri associati di:

Tutelare l'ambiente e rispettare l'identità delle popolazioni locali

Offrire nuovi mezzi a regioni spesso abbandonate

Sistemare certe zone senza dilapidarne le risorse

Generare benefici economici, sociali e culturali per le popolazioni locali

In altre parole il turismo sociale, in qualità d'attore dell'assetto territoriale, prospetta un miglioramento presente e futuro dell'ambiente di vita.

> Il Turismo Sociale quale "partner nei programmi di sviluppo mondiale"

La conferenza di Stoccolma sulla popolazione e sull'ambiente, i programmi delle Nazioni Unite e la Conferenza di Rio, hanno chiaramente identificato la responsabilità delle generazioni d'oggi nella limitazione della crescita, ipotizzando correttivi finalizzati a ridurre le disuguaglianze che ricorrono tra paesi sviluppati e paesi in via di sviluppo.

Con l'attuazione di questi due ultimi assi fondamentali, il Turismo Sociale, che abbiamo già visto essere "turismo di tutti" e "turismo per tutti", diviene anche "turismo con tutti" in quanto postula nuove e più ampie forme di cooperazione e di collaborazione che coinvolgono pienamente le popolazioni locali.

TURISMO SOCIALE

Cerniera di **raccordo tra bisogni sociali e strutture collegate al mercato**.
Attività turistiche organizzate dalle associazioni no-profit per i loro associati.

IN EUROPA

Giovanni Paolo II: "Il turismo è capace di modificare le condizioni sociali e i costumi delle generazioni. Il suo fine consiste in un **servizio** proteso al **bene** della **persona**. Si comprende, allora, come il **turismo sociale** non sia solo una conquista ma anche un **diritto**."

Commissione delle Comunità Europee, 1995b: il turismo sociale è una "**conquista** sociale **irreversibile**."

"Piano comunitario di azioni a favore del turismo";
adottato dal Consiglio Europeo nel 1992

Legittimazione della portata sociale del turismo e del diritto a tutti di accedervi

Turismo sociale collocato tra le **attività di interesse economico** della Comunità Europea

Quali azioni determina?

Influenza su politiche locali, regionali e nazionali

Obbligo per tutti gli operatori a trovare soluzioni per **migliorare il prodotto**, rendendo possibile, così, l'accesso al turismi di fasce più ampie di popolazione

Quali risultati?

Stabilità dei flussi turistici

Crescita di tutte le componenti dell'offerta

Miglioramento del contesto socio-economico delle regioni a vocazione turistica

La disposizione sistemica di interventi per il turismo sociale richiede, nella reciproca complessità, un approccio rigoroso e corretto sin dalle sue premesse e dalle sue linee preliminari.

La trasversalità del fenomeno turismo e la sua conseguente complessità strutturale rendono però altamente difficoltosa la questione di una metodologia della ricerca che sia improntata a modelli scientifici.

1) I dati relativi alla domanda sono frammentati, difficili da ritrovare e con fonti spesso contrastanti. Occorre un osservatorio regionale del turismo sociale, un osservatorio della realtà comunitaria inquadrato nel nuovo modello sociale europeo, in grado di valutare, in particolare, la domanda potenziale, che rappresenta una elevazione esponenziale di quella attuale.

In particolare per la Campania, il turismo sociale risulta ancora inespresso;

2) dal punto di vista dell'offerta, occorre considerare le strutture coinvolte nel turismo sociale, le organizzazioni e gli enti che operano nel comparto, per individuare le tipologie di attività necessarie allo sviluppo dello stesso nell'ottica sistemica, il livello qualitativo delle stesse (utilizzando, in tal senso, le diverse misure del POR);

3) occorre un'attività di formazione professionale mirata, che stimoli i principi sopra delineati, anche attraverso forme innovative: ad esempio, la realizzazione di gemellaggi, la costruzione di project work incrociati in cui i turisti provenienti da un determinato Paese sono chiamati ad esprimersi sulla località visitata, fornendo proposte e suggerimenti. Tali iniziative, in particolare, vanno stimolate per target (ad esempio, studenti universitari, parrocchie, appartenenti ad associazioni di categoria di Paesi diversi);

4) è necessaria l'esplicitazione del turismo sociale, attraverso un processo di informazione e sensibilizzazione sul territorio;

5) puntare ad un'immagine unitaria, chiara e definita della Campania, sul tema, a livello internazionale, attraverso la realizzazione di almeno due eventi significativi ciascun anno, accompagnati da una serie di interventi mirati sul territorio.

Quindi, un processo d'interventi corretto richiede, preliminarmente, una fase di sperimentazione di cui dovrà farsi carico la Regione Campania, impegnandovi una regia, azioni di concertazione e di accompagnamento, nonché la definizione di protocolli per l'osservazione in itinere e per il tutoraggio, monitoraggio e verifica così da colmare,

mediante la ricerca sul campo, le lacune conoscitive che i sistemi scientifici non sono ancora in grado ridurre.

Il presente documento tende essenzialmente a proporre linee-guida per promuovere tale azione sperimentale nel territorio della Campania da parte dell'Assessorato Regionale al Turismo, alla Cultura ed allo Spettacolo.

Ciò che appare più chiaro, oggi, è il bisogno di una pianificazione turistica che sappia coniugare una qualità dell'offerta adeguata ai nuovi modelli di domanda, e che sappia anche distribuire in modo più completo l'offerta, sia nel senso di una stagionalità più ampia e meno polarizzata, sia anche o soprattutto nel senso di riuscire a valorizzare meglio le potenzialità dell'offerta ancora inadeguatamente espresse e/o strutturate. Proprio in quest'ultimo senso appare importante riuscire a promuovere un turismo di qualità nelle aree interne, ed in tutte le altre aree turisticamente meno sviluppate, che sappia incontrare la nuova domanda che proviene dall'ampio movimento di consumi che viene definito come turismo sociale.
Risulta altresì evidente che la promozione riveste un ruolo effettivamente essenziale nel supportare un possibile sistema regionale del turismo sociale.
Su questo piano risulterà necessario attivare strumenti adeguatamente moderni ed efficienti, quali quelli che sono in via d'adozione da parte dell'Assessorato. Particolarmente necessaria appare un'efficiente presenza nel web-system. Entro il nuovo portale del turismo della Regione, si dovrà attivare un moderno portale anche per il sistema regionale del turismo sociale.
Inoltre, andranno accuratamente studiate le più opportune iniziative di marketing, a livello regionale come a livello locale. Tra le quali, è stata ipotizzata anche l'organizzazione di una borsa (non mercato) internazionale del turismo sociale.

Domanda ed offerta appaiono oggi entrambe assai frazionate.
Riveste perciò un ruolo strategico molto forte il varo di una efficace campagna di promozione di standards di qualità, diffusi all'interno del sistema. Così da garantire i diritti sociali, unitamente al miglioramento della qualità della vita all'interno dei territori vocati al turismo sociale, inteso dunque, questo, definitivamente come un turismo di qualità.

A tal fine risulta necessario attuare una corretta azione di monitoraggio e di controllo sull'offerta e più in generale sui servizi, da cui possa scaturire un'efficace politica di attribuzione di marchi di qualità, certificati, che garantiscano i 'prodotti' (il marchio di qualità sul turismo sociale è già previsto dall'U.E.).

La qualità nel turismo è il risultato di due componenti. La prima legata direttamente alla soddisfazione dell'utente/consumatore (e che pertanto deve tenere conto delle sue esigenze, della trasparenza dei contratti, delle esigenze di addestramento e di una formazione continua degli operatori); la seconda legata al rispetto e alla valorizzazione dell'ambiente, delle tradizioni e della cultura locale.
La qualità di cui si parla è fatta di qualità dell'ambiente, qualità della formazione e naturalmente qualità delle strutture ricettive.
Risulta quindi prioritario definire un sistema regionale diffuso di prodotti turistico-culturali innovativi ed accessibili, mediante il controllo di qualità, con relativa adozione di marchi e monitoraggio da parte dell'ente Regione.
I comuni, gli enti locali, e le pubbliche amministrazioni stanno mostrando un grande interesse verso la certificazione. Questa tendenza nasce dalla logica di competizione che coinvolge questi soggetti. Un marchio permette di acquisire visibilità a località che hanno risorse attrattive ma poche occasioni per comunicare ai mercati lontani.
La norma ISO 14001, ad esempio, in questo senso, favorisce non solo il coinvolgimento culturale e imprenditoriale degli enti appaltanti che devono essere partecipi e promotori dello sviluppo sostenibile, ma risulta efficace anche nella comunicazione verso la cittadinanza e nell'incentivare comportamenti ecocompatibili.
Per la definizione ed il raggiungimento di questi importanti obbiettivi civili risulta indispensabile coinvolgere consultivamente l'associazionismo più attivo nel settore, perché concorra alla definizione degli standards qualitativi più attesi.

Gli interventi per le attività promozionali devono tener conto con massima priorità delle iniziative promosse dai soggetti che abbiano dimensione intercomunale e comprensoriale. Devono essere volti ad offrire motivi integranti di richiamo, attraverso un collegamento unitario tra arte – spettacolo – ambiente – turismo e le diverse forme di cultura locale. Devono essere finalizzati alla corretta fruizione del patrimonio storico-artistico–culturale della zona e organizzati in modo idoneo a stimolare il coinvolgimento

e la partecipazione diretta dei cittadini, in particolare giovani – anziani – diversamente abili.
E' altresì importante diversificare le offerte.

Importante individuare strategie e processi che consentano di puntare anche all'impiego di fondi strutturali, per il turismo sociale in Campania, utili per l'implementazione di infrastrutture e strutture, dedicate ad un turismo plurimo e sociale, e per la creazione d'impresa sociale, con la formazione delle professionalità specifiche per il turismo sociale e per l'incoming turistico.

Strutture ricettive per il turismo sociale
Le associazioni operanti a livello nazionale e regionale senza scopo di lucro, nonché gli enti pubblici sono autorizzati a gestire e promuovere : ostelli per la gioventù – campeggi – villaggi turistici – alberghi – case per ferie – country house – nel rispetto naturalmente della vigente legislazione nazionale e regionale che regola la materia. Già oggi esiste una prima realtà operante in questo senso in Campania, ma ancora piccola e poco diffusa.
Per attivare a regime il turismo sociale in Campania, organizzandolo in una chiave di Sistema Regionale, è però necessario organizzare o riorganizzare una rete molto più diffusa nel territorio di strutture ricettive convenzionate o espressamente dedicate.
Va quindi predisposto un piano che attivi e metta in rete l'offerta effettivamente adeguata ad una domanda sociale tanto ampia e qualificata, nei bisogni e nei valori.
Allo stesso tempo, devono essere realizzati tutti i servizi specializzati e le infrastrutture necessarie ad una offerta sociale qualificata e professionale.
In queste due direzione va realizzata, pertanto, una costruttiva alleanza tra pubblico e privato, tra profit e no profit, che permetta il corretto incontro tra l'offerta territoriale e la domanda sociale.

Va dunque messo in campo un piano per l'acquisizione delle attrezzature, per il riattivamento e l'ammodernamento di impianti e strutture accreditate e destinate alle attività di turismo sociale, per il miglioramento della loro funzionalità e l'organizzazione dei relativi servizi ; con priorità dei progetti:
che prevedano recupero, miglioramento e funzionalità delle strutture già esistenti;

su zone interessate da riserve naturali, parchi, purchè prevedano strutture compatibili con le esigenze di salvaguardia dell'ambiente;
che prevedano la messa in opera di sistemi polivalenti a carattere comprensoriale od intercomunale e che siano anche destinati ai fini del recupero e dell'integrazione sociale;
che realizzino l'utilizzazione delle strutture, degli impianti e dei servizi di turismo sociale ed il loro razionale impegno con particolare riguardo alla economicità di gestione degli stessi;
che interessino principalmente zone interne, depresse e montane, suscettibili di valorizzazione turistica socio-ambientale.

Le strutture devono, comunque, prevedere il superamento delle "barriere architettoniche" ai sensi dell'art.27 della legge 30 marzo 71 n.118 e del decreto del Presidente della Repubblica 27 aprile 78, n.384.

I servizi connessi dovranno avere carattere di elevata qualità professionale, di specificità, e favorire un autentico contatto, e una piena integrazione, con l'ambiente, la cultura e le popolazioni locali.

Appare dunque importante, oramai, promuovere un riordino delle azioni turistiche in favore delle categorie più svantaggiate di cittadini. Ciò, anche tramite iniziative incentivate di turismo sociale espressamente promosse dalla Regione Campania.
Quindi, favorire per minori ed anziani non solamente lo svago ma anche la socializzazione, l'integrazione e la piena entrata in contatto con le realtà storico-culturali, ambientali ed antropico-sociali del nostro territorio.
Altresì è importante estendere tali iniziative ad altre fasce svantaggiate, in primis le diverse categorie di soggetti disabili, a vantaggio dei quali devono essere realizzate le condizioni per la piena accessibilità fisica alle strutture recettive e/o di svago, unitamente a programmi di accompagnamento responsabile e di integrazione socio-sanitaria. Socializzazione ed accessibiltà costituiscono le due chiavi per l'integrazione dei cittadini disabili con e dentro il territorio.
Si propone l'idea di una filiera solidale (tra strutture recettive, itinerari e servizi specializzati di accoglienza, di accompagnamento e di mediazione culturale).

In concerto con la Regione, gli enti pubblici dovranno provvedere ad allocare a tali scopi le risorse mobili ed immobili presenti nel territorio. Anche ad esempio con la rilevazione ed il recupero di strutture recettive, aperte ed accessibili.
Per il raggiungimento di tali obiettivi risulta determinante aggregare nella concertazione territoriale le associazioni di rappresentanza dei cittadini, le OO.SS. maggiormente rappresentative, nonché la cooperazione e le associazioni di turismo sociale.

Il turismo sociale, pianificato correttamente, può rappresentare un'importante occasione di sviluppo; soprattutto ponendo come essenziale l'opzione di vincolare lo sviluppo turistico ad uno sviluppo sociale diffuso di tutto il territorio.
Per questo motivo appare necessario prefigurare e delineare in modo corretto i sistemi turistici locali che saranno protagonisti dello sviluppo sostenibile dei sistemi sociali nei territori medesimi.
Promuovere l'integrazione dei soggetti e degli enti pubblici territoriali nella pianificazione e nella gestione dei servizi per l'offerta turistica, aperta ad una fruizione diffusa che sappia includere tutte le fasce sociali dei bisogni e dei diritti.
Nonché nel configurare le ipotesi di meccanismi gestionali misti, ossia costituiti da soggetti tanto pubblici che privati, e costituiti altresì tanto da soggetti del no profit, in chiara prevalenza, come dalle imprese locali, entro un'unica alleanza che punti all'interesse comune dello sviluppo sociale diffuso del proprio territorio.
Sul piano operativo, va sostenuto il principio guida della sostenibilità dei processi dello sviluppo, con accentazione particolare sulle sue valenze sociali.
Attenzione riferita in modo peculiare alla conservazione e tutela dell'ambiente e del patrimonio storico-culturale, all'opzione strategica volta al recupero dell'esistente, alla necessità del coinvolgimento e della integrazione di tutti i soggetti e le componenti dell'offerta, alla promozione di pacchetti globali di percorsi e servizi in rete.
Ridurre al minimo gli aspetti negativi degli impatti sociali, culturali e ambientali prodotti dai flussi turistici, è oggi il principio fondamentale del buon turismo, cioè di quel turismo che salva le destinazioni da un modello consumistico, del tipo usa e getta, dannoso per il suo stesso futuro.

Infine, il turismo sociale non può non guardare alla solidarietà internazionale. All'integrazione e cooperazione su base internazionale (gemellaggi, protocolli d'intesa, ecc.) per emigranti; flussi multietnici ; scambi tra diverse fedi religiose.

Con un'attenzione sul turismo di ritorno (L.R. n. 2/96). E proponendo gemellaggi internazionali, tramite protocolli d'intesa.

Linee guida

per il piano degli interventi operativi

"Azioni sperimentali per il turismo sociale in Campania"

Obbiettivo

Attraverso la definizione e la strutturazione del Sistema Regionale del Turismo Sociale, nonché con l'approvazione della relativa Legge Regionale, la Campania (Assessorato al Turismo) non solamente punta ad un importante ruolo d'innovazione in ambito nazionale, tanto sul piano sistemico quanto su quello normativo, ma si candida altresì, e in modo ancor meglio mirato, a divenire il 1° Focus europeo del turismo sociale.

La Campania, cioè, si candida ad essere il territorio in Europa meglio e più vocato al turismo sociale che sperimenta l'integrazione tra pubblico e privato sociale, nella prospettiva del modello europeo del mercato sociale.

Definizione

Il modello che si viene a definire in Campania, per il turismo sociale, si incardina su una definizione, di tale comparto, multifattoriale e assai moderna, ossia innovativa ed al tempo stesso legata alla specificità del suo territorio.

Turismo per tutti.

Tramite l'allargamento dell'accesso alle fasce deboli:

a) cittadini a basso reddito;
b) diversamente abili;
c) categorie sociali (anziani, minori, ecc.);
d) legame alla questione delle pari opportunità.

Turismo per la persona. Tramite la cura del portato valoriale: crescita culturale; socializzazione; cittadinanza; inclusione sociale.

Autogestione	Auto-organizzazione dei cittadini attraverso la valorizzazione delle forme associative.
Valorizzazione territoriale	Il turismo sociale come "volano" di sviluppo per ambiti e territori attualmente 'fuori mercato' o ancora scarsamente interessati dal fenomeno turistico.

Al tempo stesso, il turismo sociale deve rappresentare un veicolo per lo sviluppo sociale integrato del territorio, innanzitutto in termini di miglioramento della qualità complessiva dell'offerta locale dei servizi.

Fisionomia delle azioni strategiche

Queste presuppongono l'esistenza di risorse locali da sviluppare e valorizzare nella prospettiva del turismo sociale, secondo i due seguenti assi e le seguenti due tipologie:

A) Due assi di processo per lo sviluppo

1. Aggregazione della domanda (da parte dell'associazionismo senza fini di lucro)

Tematica e su clubs di prodotto:

- turismo religioso; culturale; storico; ambientale; ecc.
- giovanile; degli anziani; dei disabili; delle famiglie; ecc.

2. Qualificazione dell'offerta

Integrazione in rete degli attori / delle risorse locali / dei prodotti / di servizi specifici per la domanda sociale del turismo, caratterizzati da capacità professionale elevata ed innovativa.

Messa in rete di strutture recettive da dedicare al turismo sociale mediante specifiche convenzioni, su standards e costi concordati:

strutture esistenti da recuperare, riqualificare o riconvertire (edifici pubblici o privati).

strutture dell'extra-alberghiero (individuate secondo le normative regionali vigenti della Campania).

Su tutte le strutture, vincoli in ordine all'accessibilità piena ed agli impatti ecologici.

B) Due tipologie di processo produttivo

1. Sistemi territoriali

Aggregazione ed organizzazione per ambiti territoriali, omogenei rispetto alle specificità dell'offerta (es. una valle o un altro tipo di comprensorio, storico-culturale, ambientale, ecc.).

Il sistema della promozione e dell'offerta viene organizzato di concerto tra enti pubblici territoriali, operatori commerciali e soggetti dell'associazionismo no profit. Tra questi ultimi, per ciascun ambito, almeno una associazione nazionale per il turismo sociale, che coordini e garantisca la crescita professionale e la qualità dell'offerta dei servizi delle altre associazioni sociali del territorio.

La gestione, essa pure mista, deve assicurare professionalità qualificate ed adeguate alla complessità delle funzioni (tra queste un Projet Financing Manager ed un Manager

del Marketing turistico territoriale di comprovate capacità, oltre ad un Projet Manager riferito alla programmazione e concertazione territoriale).

2. Reti trasversali

Offerta turistico-culturale diffusa nel territorio regionale (oltre gli eventuali singoli sistemi turistico-sociali territoriali) e promossa unitariamente in rete, in modo da creare prodotti innovativi rivolti al mercato della domanda sociale di turismo (ad es. Circuito degli anfiteatri romani della Campania, con un eventuale "cartellone" di manifestazioni diffuso e comune; Sistemi di itinerari gastronomici; ambientali; ecc.).

Impiego di altrettanta professionalità, con gestione preferibilmente affidata in convenzione all'associazionismo no profit di adeguate 'dimensioni' e capacità, con l'eventuale compartecipazione di operatori profit.

Il Sistema Campano del Turismo Sociale

A) Sistema regionale (Assessorato al Turismo)

1. Livello della concertazione generale (attori: enti territoriali; associazionismo; OO.SS.; soggetti dell'impresa turistica ed altri soggetti profit e non profit aderenti all'accordo di programma e/o protocollo d'intesa per il Turismo Sociale promosso dall'Assessorato regionale al Turismo) - Cabina di regia – Linee guida e di indirizzo – Convocazione annuale della 'Conferenza Regionale dei Servizi per il Turismo Sociale' - Eroga le risorse - Ridistribuisce, a regime, verso le fasce sociali gli incrementi di ricchezza prodotti dal sistema regionale del turismo sociale, in aggiunta alle risorse ordinarie – Progetto alto di coesione e di giustizia sociale.
2. Governo delle reti territoriali [promozione – formazione – informazione – coordinamento – accompagnamento – definizione standards – monitoraggio – verifica le coerenze (vocazione territoriale + attrattività per il turismo sociale) – fornisce le idee di offerta e di qualità]
3. Promuove la collaborazione dei sistemi locali alla realizzazione di reti trasversali

B) Sistemi territoriali

(presuppongono la vocazione unitaria al turismo sociale di un dato territorio)

1. Partenariato di sviluppo del progetto (Sistema Regionale/Sistema territoriale).
2. Impegno a sviluppare in sede di implementazione il progetto territoriale.
3. Costituzione di una Società Consortile di gestione (attori: enti territoriali; associazionismo; organizzazioni di categoria dell'impresa turistica; altri soggetti profit e no profit), secondo uno statuto ed un regolamento 'tipo' indicato dall'Assessorato Regionale al Turismo.
4. Management (braccio strategico-operativo della Società Consortile).
5. Bilancio sociale e partecipativo; Contabilità ambientale; Certificazione di qualità; Sviluppo e qualificazione dell'occupazione.
6. Competizione tra i vari sistemi territoriali sulla base di indicatori macro-economici e micro-economici (Stock di risorse ex ante + Capitale civile nella società locale + Servizi specialistici innovativi e infrastrutture).