



UNIONE EUROPEA
Fondo Sociale Europeo



MINISTERO DEL LAVORO,
DELLA SALUTE E DELLE POLITICHE SOCIALI

Direzione Generale per le Politiche
per l'Orientamento e la Formazione



REGIONE PUGLIA
Area politiche per lo Sviluppo, il Lavoro e
l'Innovazione
Servizio Formazione Professionale

SOGGETTO ATTUATORE



CORSO DI FORMAZIONE

Tecnico delle attività ricettive ed assimilati
(operanti in un sistema turistico locale)

finanziato a valere sul *POR PUGLIA 2000-2006: ASSE III, MIS. 3.14 az. D)*

Avviso 08/2009 Cod. prog. POR09314d314 approvato con D.D. 830/2009 930/2009 del 12/06/2009

cofinanziato da F.S.E. Ministero del Lavoro e Regione Puglia, "Misure Anticrisi per le Donne"

Spunti di riflessione e linee programmatiche utilizzate all'interno dei Focus Group

Premessa

Durante tutto il percorso progettuale i "Focus group" composti da Amministratori pubblici locali, da rapprengtentanti dei Comitati pari opportunità e rappresntanti del mondo imprenditoriale hanno condiviso la necessità di fissare dei punti fermi rispetto alle vocazioni territoriali, la situazione occupazionale delle donne e soprattutto seguire il "file rouge" di uno sviluppo eco-sostenibile e compatibile con le risorse tutistico-ambientali del territorio.

A tal fine è stato redatto questo documento che potesse guidare le scelte e di individuare le strategie comuni senza peraltro discostarsi dalle linee definite dalla Regione Puglia che si collegano al ben più ampio progetto nazionale.

In primis è stato condiviso il regolamento regionale relativo ai "Sistemi Turistici Locali" del Marzo 2009 (che viene qui riportato di seguito) per facilitre la discussione e soprattutto condividere le finalità e gli approcci in esso contenuti.

1. Il regolamento regionale

REGOLAMENTO REGIONALE 9 marzo 2009, n. 4

Regolamento ai sensi dell'art. 5 Legge regionale 11 febbraio 2002, n. 1, in materia di Sistemi Turistici Locali

.....

Art. 1

(Principi generali)

1. Con il presente regolamento, ai sensi dell'art. 5 della Legge 29 marzo 2001 n.135 e in applicazione del disposto di cui all'articolo 5 della Legge regionale 11 febbraio 2002 n.1, nonché di quanto previsto dalla L.R. 3 agosto 2007 n. 23, la Regione Puglia definisce le modalità di costituzione e di riconoscimento dei Sistemi Turistici Locali e le norme generali per il loro finanziamento. Gli stessi Sistemi Turistici Locali, possono essere indicati con l'acronimo STL, utilizzabile anche negli atti amministrativi relativi
2. I Sistemi Turistici Locali nell'ambito delle strategie complessive di sviluppo del settore e delle attività di programmazione e pianificazione di competenza della Regione, concorrono a promuovere e realizzare interventi destinati ad incrementare e diversificare l'offerta regionale e a valorizzare gli aspetti di attrattività del territorio, migliorandone la fruibilità e la qualità dei servizi erogati.
3. Attraverso i Sistemi Turistici Locali, la Regione definisce e realizza programmi di interventi per il perseguimento di specifici obiettivi di rafforzamento dell'offerta turistica regionale, integrando le politiche settoriali con le complessive politiche di sviluppo, riguardanti in particolare la crescita e l'innovazione del sistema produttivo, la valorizzazione e la tutela del patrimonio culturale e naturale, il governo del territorio, lo sviluppo rurale e la promozione dei prodotti tipici, nonché favorendo la formazione e la qualificazione delle risorse umane e la piena fruizione delle risorse materiali ed immateriali disponibili.

Art. 2

(Funzioni della Regione e definizione di Sistema Turistico Locale)

1. La Regione Puglia riconosce i Sistemi Turistici Locali e svolge le funzioni di controllo e di monitoraggio sulla attuazione dei programmi di sviluppo dagli stessi elaborati.
 2. I Sistemi Turistici Locali sono definiti come contesti turistici omogenei o integrati, comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a regioni diverse, caratterizzati dall'offerta integrata di beni culturali, ambientali e di attrazioni turistiche, compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e dell'artigianato locale, o dalla presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate.
1. La Regione Puglia distingue i Sistemi Turistici Locali nelle due diverse tipologie di seguito indicate:
 - a) Sistema Turistico Territoriale, successivamente indicato con l'acronimo STT, utilizzabile anche negli atti amministrativi relativi;
 - b) Sistema Turistico di Prodotto, successivamente indicato con l'acronimo STP, utilizzabile anche negli atti amministrativi relativi

.....

Art. 4

(Definizione di STT)

1. Assumono la definizione di Sistema Turistico Territoriale (STT) le forme associative tra soggetti pubblici, come indicati al successivo art. 6 c.1, costituite in ambiti territoriali omogenei e di dimensioni significative, al fine della valorizzazione a fini turistici delle risorse locali.
2. Possono fare parte dei STT anche soggetti privati, ai sensi del successivo art. 6 c. 2.

Art. 5

(Finalità dei STT)

1. Il STT si costituisce per concorrere alla programmazione turistica locale, al miglioramento dell'attrattività territoriale e del livello qualitativo dei servizi offerti, operando nel rispetto degli indirizzi assunti dalla Regione, prevalentemente per:
 - a) **promuovere l'attuazione di interventi, anche infrastrutturali**, necessari alla qualificazione dell'offerta turistica e alla **riqualificazione urbana e territoriale** delle località appartenenti al Sistema;
 - b) **promuovere l'inserimento di interventi di valorizzazione delle risorse locali a fini turistici**, all'interno degli strumenti di pianificazione e programmazione regionale, favorendo la creazione e il rafforzamento di reti e sistemi;
 - c) **favorire il miglioramento della qualità dei servizi ricettivi, di accoglienza, di accesso, gestiti da soggetti pubblici o privati;**
 - d) **promuovere l'adeguamento dell'offerta turistica**, con particolare attenzione agli interventi connessi a normative di sicurezza, accessibilità, sostenibilità, nonché alla tutela dell'ambiente ed alla applicazione di standard qualitativi nei servizi erogati;
 - e) **promuovere e sostenere attività e processi d'integrazione tra soggetti pubblici e/o privati nell'ambito del settore turistico;**
 - f) sostenere lo sviluppo della telematica e dell'informatica, sotto l'aspetto tecnologico, contenutistico, di utilizzo e di linguaggio, al servizio degli operatori pubblici e privati.

In estrema sintesi:

OBIETTIVI GENERALI

Migliorare l'attrattività del territorio regionale a fini turistici.

1. promuovere l'economia turistica attraverso **la qualificazione, la diversificazione e la promozione dell'offerta turistica integrata** dei sistemi territoriali, il completamento e la qualificazione delle infrastrutture ed **azioni di marketing territoriale;**
2. tutelare, valorizzare e promuovere i **beni storico-culturali** al fine di aumentare l'attrattività territoriale;
3. promuovere **infrastrutture e servizi** per lo sviluppo delle attività culturali;
4. promuovere il sostegno e lo sviluppo delle **Aree Naturali Protette** e l'attuazione della Rete Natura 2000 attraverso lo sviluppo del **turismo verde e del marketing territoriale sostenibile.**

Al fine di favorire l'analisi e individuare le risorse per attuare le scelte e le strategie da porre in essere sono state analizzate le possibili misure di intervento e i possibili finanziamenti a disposizione nel periodo 2007-2013.

FESR 2007-2013 ASSE IV – Valorizzazione delle risorse naturali e culturali per l'attrattività e lo sviluppo						
LINEA DI INTERVENTO	AZIONI	INTERVENTI	DOTAZIONE	BENEFICIARI	ATTUAZIONE	CONDIZIONI
4.1 Infrastrutture, promozione e valorizzazione dell'economia turistica	4.1.1 Azioni per il completamento delle infrastrutture a sostegno dell'economia turistica (porti turistici, abbattimento barriere architettoniche siti di rilevanza turistica)	- Interventi volti a migliorare l'accoglienza turistica, finalizzati ad una migliore fruizione dei luoghi e dei servizi; - Infrastrutture e strutture per migliorare la fruibilità delle risorse turistiche (viabilità, segnaletica, illuminazione...); - Miglioramento e potenziamento del sistema regionale della portualità turistica.	25.221.265 €	Regione Puglia e Enti locali	Procedura ad evidenza pubblica e negoziale	- Sostenibilità ambientale e paesaggistica; - Coerenza pianificazione delle destinazioni e usi del territorio; - Conformità alle normative VIA, VI, VAS; - Conformità al REg. Misure di conservazione per i siti di rete natura 2000-ZPS.

	4.1.2 Azioni per la valorizzazione e la promozione della regione attraverso lo sviluppo di azioni di marketing volte ad affermare le destinazioni turistiche sui mercati	- Promozione del sistema turistico regionale, attraverso l'organizzazione e la partecipazione ad iniziative previste a livello nazionale ed internazionale; - Promozione dell'offerta turistica regionale, attraverso iniziative di ospitalità ed educ-tour; - Azioni di sensibilizzazione delle comunità locali e del sistema imprenditoriali regionale alla cultura dell'accoglienza ed all'utilizzo di buone pratiche; - Programmi finalizzati alla promozione e valorizzazione turistica regionale; - Piani di comunicazione integrata; - Pianificazione strategica, analisi di settore e attività di implementazione dei Sistemi Turistici Locali.	68.601.839 €	Regione Puglia e Enti locali	Procedura ad evidenza pubblica e negoziale	- Sostenibilità ambientale e paesaggistica; - Coerenza pianificazione delle destinazioni e usi del territorio; - Conformità alle normative VIA, VI, VAS; - Conformità al REg. Misure di conservazione per i siti di rete natura 2000-ZPS.
--	--	--	--------------	------------------------------	--	--

	4.1.3 Sviluppo di strutture di accoglienza residenziale e per il tempo libero a supporto del turismo sociale, in ambito rurale, balneare oltre che nei borghi antichi	- Attività ricettive e di accoglienza; - Servizi culturali, ricreativi e per il benessere fisico, con relativa dotazione strumentale volti a sostenere e potenziare i flussi incoming di turismo sociale; - Servizi di supporto alla coesione sociale e all'accoglienza dei portatori di bisogni speciali; - Servizi telematici innovativi e modelli originali per la trasmissione della conoscenza e dell'informazione.	5.144.096 €	Regione Puglia e Enti locali	Procedura ad evidenza pubblica e negoziale	- Sostenibilità ambientale e paesaggistica; - Coerenza pianificazione delle destinazioni e usi del territorio; - Conformità alle normative VIA, VI, VAS; - Conformità al REg. Misure di conservazione per i siti di rete natura 2000-ZPS.
--	---	---	-------------	------------------------------	--	--

Gli obiettivi sono sintetizzabili in cinque punti:

- **definizioni metodologiche relative ai concetti di "turismo rurale", "territorio sostenibile", e conseguente successiva acquisizione di dati statistici riferiti ai temi focalizzati;**
- **analisi delle caratteristiche e potenzialità dei territori individuati;**
- **analisi del mercato attuale e potenziale dei servizi di turismo rurale;**
- **definizione del contesto normativo-organizzativo, con ciò riferendosi in particolare alle politiche di sostegno delle Pari Opportunità, di gestione di servizi sociali di supporto alle donne nelle realtà rurali, di sostegno alla creazione di nuova imprenditoria femminile;**
- **predisposizione di strumenti di valorizzazione dell'offerta (quali reti di operatrici, progetti di promozione locale, ecc.).**
- **valutarne le potenzialità di sviluppo riferite alle possibilità di creare nuova imprenditoria e nuova professionalità al femminile.**

Al fine di rendere omogenea e diffusa la conoscenza sono state inoltre condivise le definizioni, gli obiettivi e le finalità al fine di orientare le visioni future.

Definizione di turismo sostenibile

L'applicazione dei principi della sostenibilità al settore turistico porta alla seguente definizione di turismo sostenibile:

- **"Il turismo è sostenibile quando il suo sviluppo conserva le attività ad esso connesse per un tempo illimitato, senza alterare l'ambiente naturale, sociale, artistico e non frena né inibisce lo sviluppo di altre attività sociali ed economiche presenti sul territorio".**
- Le attività connesse al turismo sostenibile comportano importanti ricadute sul sistema socio-ambientale di una destinazione:

se da un lato il turismo può divenire un incentivo al recupero dei beni storici e culturali e alla difesa delle risorse naturali, contribuendo a generare i mezzi economici per aggiungere tali obiettivi, dall'altro è altresì noto come possa ampliare problematiche come il traffico, congestione, inquinamento se non addirittura la distruzione dei sistemi ambientali e l'estinzione di forme di vita animali e vegetali.

Secondo il WTO (Organizzazione Mondiale del Turismo) **"lo sviluppo del turismo sostenibile soddisfa i bisogni dei turisti e delle regioni ospitanti e allo stesso tempo protegge e migliora le opportunità per il futuro"**. Si tratta di una forma di sviluppo che dovrebbe portare alla gestione integrata delle risorse in modo che tutte le necessità, economiche, sociali ed estetiche possano essere soddisfatte mantenendo al tempo stesso l'integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica e le condizioni di base per la vita".

In base alla definizione generale di sviluppo sostenibile, anche lo sviluppo del turismo sostenibile deve fondarsi su tre pilastri e cioè:

- **sostenibilità sociale**
- **sostenibilità ambientale**
- **sostenibilità economica**

come sancito nell'Agenda 21 per il settore dei viaggi e del turismo del 1996. Ciò prevede l'attuazione di soluzioni gestionali e di sviluppo sostenibili grazie all'integrazione e al giusto equilibrio tra di esse e al rispetto di principi di base, quali:

- **il principio di precauzione**
- **la parità tra diverse generazioni e all'interno della stessa generazione**
- **il senso di responsabilità per la tutela dell'ambiente e delle risorse naturali per le generazioni future.**

Fortemente dipendente dalla qualità del luogo ove si sviluppa, poiché fondato sulla vendita di esperienze positive, il settore del turismo garantisce un buon vissuto basandosi essenzialmente **sulla bellezza dei paesaggi e sui beni culturali, sugli ecosistemi funzionali, sui servizi e sulle attività commerciali**. Questi elementi e le persone ad essi collegate - **lavoratori, turisti, residenti locali** - costituiscono le **potenziali risorse dell'industria del turismo**. La meta turistica e il processo che porta all'esperienza globale del turista costituiscono, invece, **il prodotto turistico**.

Il turismo sostenibile si fonda sullo sviluppo e la gestione responsabile delle destinazioni turistiche e su attività commerciali altrettanto responsabili. Una solida base economica può, a sua volta, potenziare gli

elementi strutturali dei processi sociali e ambientali influenzati dai risultati economici del turismo, la cui crescita economica può contribuire allo sviluppo di forti sinergie.

Per ulteriori informazioni visitare il sito "Turismo Sostenibile, Organizzazione Mondiale del Turismo"

Turismo e sostenibilità

Spesso si parla di turismo sostenibile come **una categoria o una tipologia di turismo**. Non siamo d'accordo. Il turismo deve essere sostenibile. Altrimenti non sarà. Non ci sarà un'eredità naturale, storico-artistica e antropologica per le generazioni future.

Gli organismi internazionali si sono occupati della tematica fin dalla metà del Novecento, dall'Onu alla Comunità Europea e alla UE, ci sono state dichiarazioni, agende 21, documenti vari in cui si esprimono i concetti della sostenibilità applicata all'attività turistica. Oggi i più grandi sforzi si fanno al fine di dare delle linee guida pratiche soprattutto al fine di sensibilizzare gli operatori turistici all'uso di energie rinnovabili, di fronteggiare gli effetti del cambiamento climatico, salvaguardare il patrimonio a rischio.

Ecco qualche definizione importante per capire il concetto generale, a seguire alcuni esempi pratici di enti/istituzioni che si adoperano concretamente al fine di attuare forme sostenibili di turismo, con degli spunti e buone pratiche utili sia per gli operatori turistici sia per i viaggiatori .

La Dichiarazione di Berlino del 1997, sul "**Turismo durevole e sviluppo sostenibile**", afferma che:

... il turismo durevole è caratterizzato da un ragionevole sfruttamento della diversità biologica e da una gestione accorta delle risorse, e può essere realizzato soprattutto con la collaborazione delle istituzioni e delle popolazioni locali, che devono essere le prime a trarre vantaggio da questa attività.

Definizione di turismo sostenibile del WTO - 2004

... "Le linee guida e le procedure gestionali per lo sviluppo di un turismo sostenibile sono applicabili a tutte le forme di turismo in tutti i tipi di destinazioni, incluso il turismo di massa e le varie forme di turismo di nicchia. I principi di sostenibilità si riferiscono agli aspetti ambientali, economici e socio-culturali dello sviluppo turistico, e il giusto equilibrio deve essere raggiunto tra queste tre dimensioni al fine di garantire una sostenibilità di lungo termine"

Tutti gli operatori del settore turistico e le autorità pubbliche delle principali mete dovrebbero sempre tenere presente la reciproca influenza che il turismo e le risorse ambientali hanno nel rendere una destinazione più o meno ambita da parte dei turisti: la presenza di situazioni ambientali conservate stimola l'interesse del turista, e lo svolgimento di "attività turistiche sostenibili" rende possibile la tutela delle risorse naturali, instaurandosi quello che dalla Relazione viene definito "circolo virtuoso", che contribuisce a realizzare una sostenibilità a lungo termine.

Sempre secondo la stessa definizione, il turismo dovrebbe:

1. **ottimizzare l'utilizzo delle risorse ambientali** - un aspetto fondamentale nello sviluppo turistico - mantenendo i processi ecologici essenziali e aiutando la conservazione del patrimonio naturale e della biodiversità;

2. **rispettare l'autenticità socio-culturale delle comunità locali ospitanti**, conservare la propria eredità culturale e i valori tradizionali, e contribuire alla comprensione interculturale e alla tolleranza
3. **assicurare operazioni economiche con una prospettiva di lungo periodo**, che portino benefici socio-economici a tutti gli stakeholders e che siano equamente distribuiti; **inoltre il turismo sostenibile deve portare un aumento dell'occupazione, del reddito e dei servizi sociali disponibili per le popolazioni ospitanti, contribuendo ad alleviare la povertà.**

La definizione del WTO continua:

Il turismo sostenibile richiede la partecipazione informata di tutti i soggetti coinvolti, oltre che una leadership politica in grado di assicurare una vasta partecipazione e consenso. Raggiungere l'obiettivo di un turismo sostenibile è un processo continuo e richiede un monitoraggio costante degli impatti, introducendo misure preventive e/o correttive quando necessario.

Turismo Natura: VI Rapporto Ecotur, 96 mln di presenze e quasi 10 mld di fatturato

La crisi dei consumi e la recessione in atto anche in Italia fanno sì che il turismo natura diventi oggi un **turismo per tutte le fasce economiche e sociali**: il 2009 è l'anno stato della penetrazione nella classe media, del recupero della quota di mercato delle strutture alberghiere, dell'aumento della professionalità nell'accoglienza grazie anche al lavoro svolto in questi anni da Ecotur, che ha definito il turismo-natura come prodotto italiano e lo ha posizionato sui mercati internazionali. Lo ha affermato il Presidente di Ecotur, che evidenzia che la crescita del settore, pur rallentando, non si ferma. Infatti, "le presenze complessive negli esercizi ricettivi ufficiali delle aree protette sono ammontate nel 2007 a 95.917.153 con un aumento del 1,79%, mentre il fatturato globale è risultato essere pari a 9,894 miliardi di euro con un incremento dello 0,49%".

Nei momenti di crisi, ha aggiunto il direttore generale dell'Enit, Eugenio Magnani, "occorre incentivare queste nicchie di mercato, queste particolarità che possono essere il valore aggiunto del turismo. Bisogna dire grazie ad Ecotur ed ai suoi partner per aver creduto fin dall'inizio in questo prodotto anche quando era difficile farlo. Alla presentazione hanno partecipato anche il delegato nazionale dell'Ance per il turismo, Antonio Centi, il **presidente del club Ance de "I Borghi più belli d'Italia"**, Fiorello Primi, ed il docente universitario Tommaso Paolini, che coordina il comitato tecnico-scientifico che firma il Rapporto Ecotur.

Dall'analisi dei dati si evidenzia che tra i segmenti più rappresentativi del turismo-natura, al primo posto si collocano i "parchi-aree protette", al secondo la "montagna" che, rispetto allo scorso anno, scavalca l'"agriturismo" che scende in quarta posizione, preceduto anche dal segmento "mare-parchi e riserve marine". **In quinta posizione troviamo il "turismo rurale" che precede a sua volta i "borghi più belli d'Italia", che fanno la loro prima apparizione in questa speciale graduatoria, e il "turismo lacuale".**

Consistente, rispetto all'anno precedente, il numero dei tour operator italiani che hanno inserito l'offerta di pacchetti turistici rivolti al turismo-natura nei propri cataloghi, a dimostrazione del forte interesse della domanda.

Tra le motivazioni che spingono il turista a scegliere il prodotto turismo-natura per le proprie vacanze, in ordine decrescente figurano:

1. "relax e la tranquillità"

2. "conoscere le tradizioni culturali, folcloristiche ed enogastronomiche",
3. "territorio e l'ambiente"
4. "ospitalità e disponibilità della gente del luogo".

Riguardo, invece, alle aspettative, sempre in ordine decrescente troviamo:

1. "vivere a contatto con la natura",
2. "praticare sport e attività all'aria aperta",
3. "frequentare luoghi poco affollati",
4. "desiderio di libertà"
5. "prezzi modici",

che dimostra ancora una volta e di più l'esigenza del viaggiatore di risparmiare. Rispetto alle possibilità di spesa, infatti, il 54% dei cosiddetti turisti-natura si colloca nella fascia "media", il 26% in quella "bassa" e soltanto il 20% in quella "alta".

Il target privilegia la fascia di età compresa fra i 30 e i 60 anni che rappresenta una percentuale del 50%, seguita a distanza dalla fascia 16-30 anni (22%), dagli over 60 (15%) e dagli under 15 (13%). Il turismo natura diventa un turismo per tutte le fasce, penetrando con forza anche nel ceto medio. Tra le regioni italiane preferite per lo specifico prodotto "parchi", al primo posto troviamo l'Abruzzo, seguito dal Trentino Alto Adige, Sardegna, Calabria e Toscana. Più distanziate Lazio, Campania, Sicilia, Veneto, Basilicata e Friuli Venezia Giulia.

Tra i Parchi, quello di gran lunga preferito è il Parco Nazionale d'Abruzzo, seguito a notevole distanza da quello delle Foreste Casentinesi, del Pollino, del Gran Paradiso, delle Cinque Terre, dall'Arcipelago della Maddalena, dello Stelvio, dei Monti Sibillini, della Sila, della Majella e del Gran Sasso.

La struttura ricettiva maggiormente utilizzata è risultata essere l'albergo o la pensione, seguita dal B&B, dall'agriturismo, dall'appartamento/casa privata, campeggio e camper. Il tempo medio di permanenza varia da "un giorno" (12,1%), al "weekend" (17%), ai "tre giorni" (9,6%), alla "settimana" (13,8%) per arrivare a "più di una settimana" che si attesta sul 7,3%. Da rilevare, tuttavia, che la categoria prevalente è quella del "senza pernottamento" che fa registrare il 40,1%.

Tra le attività sportive maggiormente praticate dal turista-natura, al primo posto troviamo il "trekking" con il 19% delle preferenze, seguita dal "cicloturismo" (mountain bike) con il 17%, dal "bird-watching" (12%), dall'"animal-watching" (10%), dall'equitazione (7%), dallo "sci di fondo" (6%), "cycling" (5%) e , infine , dal "climbing" con il 3%.

Il Rapporto, oltre che analizzare i dati a consuntivo, anticipa anche una previsione per il 2010 secondo cui l'andamento dei flussi turistici dovrebbe essere stabile per il 53,1% degli analisti, in aumento per il 18,8% e in diminuzione per il 28,1%. Migliore l'andamento per il 2010 allorchè l'andamento dovrebbe essere stabile per il 62,1%, in aumento per il 34,5% e in diminuzione soltanto per il 3,4%.

La felice sorpresa dei Borghi più belli d'Italia

Un intero capitolo del Rapporto Ecotur viene dedicato al turismo ne "I Borghi più belli d'Italia", club di prodotto gemmato dall'Associazione nazionale dei Comuni d'Italia (Anci). Si tratta di una delle realtà più interessanti nel panorama degli specifici segmenti che concorrono a formare l'offerta del Turismo-Natura, e che dall'edizione 2008 è stato partner di "Ecotur-Natour tourist workshop" nell'ambito del

quale è stata promossa la prima Borsa nazionale de "I Borghi più belli d'Italia", che si ripeterà anche nel 2010.

Il club si è imposto all'attenzione degli analisti come una significativa realtà del settore: con un club costituito da 180 Comuni che rappresentano, in termini di popolazione residente, l'1,2% dell'intero Paese, i "Borghi più belli d'Italia" possono contare sul loro territorio 3.538 esercizi ricettivi per una disponibilità totale di 119 mila posti letto, che rappresentano il 2,7% della capacità ricettiva totale nazionale.

Gli alberghi e le pensioni rappresentano il 26,1% del totale degli esercizi ricettivi e il 38,4% del totale dei posti letto; gli esercizi complementari e i B&B il 73,9% del totale degli esercizi ricettivi e il 61,6% del totale dei posti letto. Forte è il peso, in termini di posti letto, dei campeggi e dei villaggi turistici (30,8%). Nell'ambito dello specifico settore alberghiero, le strutture a 4 e 5 stelle rappresentano il 2,7%, quelle a 3 stelle il 13,5% e quelli ad 1-2 stelle il 9,8%. Nell'extra alberghiero i campeggi e i villaggi turistici il 2,6%, gli alloggi agro-turistici il 23%, i B&B il 15,5% mentre il rimanente 32,8% è costituito da altre strutture (ostelli, case per ferie, rifugi alpini, ecc.).

I dati ISTAT sul movimento dei turisti ne "I Borghi più belli d'Italia" ha evidenziato nel 2008 1.822.966 arrivi, che hanno generato 7.663.077 di presenze nelle strutture ricettive ufficiali delle quali il 65% nazionali e il 35% proveniente dall'estero. Quest'ultime per il 40,5% sono state registrate negli esercizi complementari e per il 59,5% in quelli alberghieri. Il fatturato complessivo di questa particolare nicchia del turismo-natura è stato valutato per il 2008 in 681 milioni di euro.

A tale proposito si cita la "MOSTRA Microcosmi Responsabili"

FareTurismo e ANAB hanno presentato in esposizione multimediale circa 50 case study sul recupero di ampie zone strategiche del territorio italiano. Suddivisi tra realizzazioni, progetti e idee, i casi presentati propongono un viaggio alla scoperta sia di esempi d'eccellenza che di proposte e sviluppi per il riuso di borghi abbandonati, villaggi industriali dismessi, complessi di opifici, castelli e masserie.

Tre le sezioni previste:

Imparare dalla Tradizione Italiana delle Piccole Città

5 Microcosmi-Città mostrano la tradizione italiana, talvolta dimenticata, circa l'uso responsabile delle risorse e del territorio, vere e proprie Eco-Città ante litteram. Ogni città è stata scelta per le sue particolarità ed innesca interessanti riflessioni operative sulla densità, l'aggregazione, il consumo di territorio, la coerenza, lo spazio pubblico.

Città Responsabili

- Ostuni (Brindisi - Puglia)
- San Gimignano (Siena - Toscana)
- Palmanova (Udine - Friuli Venezia Giulia)
- Sassi di Matera (Matera - Basilicata)
- Amalfi (Salerno - Campania)

Imparare dall'Esperienza Italiana sul Restauro ed il Turismo

Microcosmi-Borghi, esempi paradigmatici realizzati e progetti in itinere per il recupero responsabile di aree costruite abbandonate (**borghi, centri storici, opifici, villaggi, castelli**). Ognuno è esempio di tipologie turistiche differenziate ed idee imprenditoriali innovative: poli golfistici, ospitalità diffusa, vita comunitaria, ricostruzione e riuso, cultura, tempo libero, ricerca, centri artistici, enogastronomia.

Progetti Urbani Realizzati

- Borgo Medioevale Telematico - Colletta di Castelbianco SV
- Albergo Diffuso Sextantio - Santo Stefano di Sessanio AQ
- Brunello Charme - Castiglion del Bosco SI
- Paese Albergo - Sieti SA
- Ricostruzione post-terremoto - San Giuliano di Puglia CB
- Castelli Alta Irpinia - Volturara, Castelvetero, Taurasi, Quaglietta AV
- Città d'Arte Pistoletto - Biella BI

Progetti Urbani in Itinere

- Accessibilità e Riuso Centro Storico Salerno SA
- Centro Ricerca Romagnano vecchio SA
- Recupero Roscigno vecchia SA
- Waterpower Costiera Amalfitana SA
- Parco Multitematico Pentidattilo RC
- Toscana Resort Castelfalfi Montaione FI
- Via della Carta Lucchesia LU

Riuso e Riciclo Contro nuove Costruzioni e Consumo di Territorio

Immagini e stimoli per il recupero di una rete di oltre 30 Microcosmi concentrati soprattutto nel Mezzogiorno (in particolare paesi abbandonati per spopolamento o in seguito a terremoti, frane, smottamenti), che costituiscono il primo nucleo di un database in progress aperto a tutti coloro che vorranno segnalare realtà interessanti presenti sul territorio nazionale.

Riflessioni per il Recupero Responsabile

- CAMPANIA - Apice vecchia BN, Aquilonia AV, Castelpoto BN, Conza AV, Melito irpino AV, Paduli BN, Prata AV, S Severino di Centola SA, Sacco vecchio SA, Senerchia AV, Tocco vecchio BN, Valva SA, Terranova, Galdo e Castelluccio di Sicignano SA
- CALABRIA - Parco Culturale dei Greci di Calabria - 12 Comuni RC - Bova, Bagaladi, Brancaleone vecchio, Condofuri (Amendolea, Galliciano), Melito vecchia, Montebello Jonico, San Lorenzo, Palazzi vecchio, Roccaforte del Greco, Roghudi vecchio, Staiti, Africo vecchio; Briatico VV, Laino Castello CS, Nasiti, RC, Papisidero CS, Rocca Angitola VV
- BASILICATA - Campomaggiore PZ, Craco MT, Tursi MT
- PUGLIA - Materdomini LE, Santa Maria di Casole LE
- SARDEGNA - Argentiera SS, Gairo vecchia OG, Osini vecchio OG, Sulcis CA IGL
- SICILIA - Gioiosa guardia ME, Salemi TP
- LAZIO - Canale monterano RM, Galeria antica RM, Palombara vecchia RM
- MOLISE - Villaggio temporaneo San Giuliano CB

Le indagini e gli scenari futuri

Il ragionamento sotteso a questo complesso insieme di interventi e definizioni è quello che in campo turistico la nascita di nuove imprese o di attività professionali non può essere mai forzata, ma bensì guidata alla luce delle effettive potenzialità dei territori e dei bacini di clientela, elementi che vanno quindi indagati con il maggior rigore metodologico possibile.

Il lavoro di indagine ha consentito di formulare una proposta di definizione sufficientemente condivisibile, una sorta di chiave di lettura dell'esistente, passaggio fondamentale per poter avviare le successive indagini volte a "fotografare" la realtà del settore (per scattare una fotografia occorre prima mettere a fuoco il soggetto), e soprattutto a valutarne le potenzialità di sviluppo riferite alle possibilità di creare nuova imprenditoria e nuova professionalità al femminile.

A questo riguardo occorre infatti ricordare che scopo ultimo dell'indagine non era una finalità astrattamente speculativa, ma bensì di rappresentare lo strumento-guida per un successivo percorso di selezione di soggetti femminili tendenzialmente inoccupati, e poi di formazione e di accompagnamento finale degli stessi soggetti alla creazione o diversificazione di attività di servizio in campo turistico-rurale.

Ovviamente però, il cosiddetto "turismo rurale" vede come sede preferenziale di sviluppo i piccoli borghi (Vedi l'**Associazione "I borghi più belli d'Italia"**) piuttosto che i luoghi rinomati di villeggiatura invernale ed estiva. Se il gran pare del territorio foggiano è quasi tutto valorizzabile sotto il profilo del turismo rurale, è altrettanto vero che in determinate porzioni di esso uno sviluppo turistico alternativo ai grandi insediamenti ed ai grandi flussi, può rappresentare l'elemento vincente per l'innescare di processi virtuosi di sviluppo locale, e per il riequilibrio della pressione antropica sull'ambiente. **Sarà necessario però individuare "reti e sottoreti" individuando gli attrattori "rurali" sul territorio oggetto di indagine.**

Successivamente sarà necessario focalizzarsi sull'elemento femminile della popolazione, vista la finalizzazione ultima del percorso progettuale, **la rete di servizi sociali** a supporto, il dispiegarsi delle **politiche di genere regionali**. E' fondamentale quindi ricostruire il quadro dell'offerta attuale di servizi di Turistici e della relativa domanda, effettivamente espressa e potenziale, individuando i macrobacini di utenza, nonché le esigenze e le aspettative della clientela.

Rispetto al Progetto inizialmente proposto ed approvato, si è ritenuto a questo punto di ampliare lo spettro di indagine, analizzando la situazione del turismo rurale in alcune realtà della Provincia di Foggia. E' stata così indagata soprattutto la struttura dell'offerta, con le caratteristiche tipologiche e organizzative dei servizi localmente disponibili, con particolare attenzione a quelli a integrazione e corollario dei meri servizi ricettivi (come ad esempio animazione, promozione, intermediazione di prodotti turistici), in quanto proprio su questi temi si sono riscontrate le maggiori carenze nel sistema foggiano.

Resta da aggiungere qualcosa sulle questioni legate alle metodologie di lavoro adottate nell'indagine. Dal momento che scopo ultimo della ricerca non era prioritariamente quello di proporre un contributo scientifico al dibattito sulle prospettive del "Turismo rurale", ma piuttosto quello di fornire un contesto, orientandole, alle successive attività di selezione, formazione e accompagnamento, la ricerca ha tenuto in debito conto gli altri studi di carattere generale prodotti su altri territori, e non si è dilungata nella descrizione e rilevamento di parametri già indagati.

Si è pertanto elaborata una traccia-tipo di intervista, e dopo un'indagine preliminare volta ad individuare un universo significativo di possibili interlocutori privilegiati locali, si è proceduto ad una

serie di colloqui con esperti ed "opinion leaders". In alcuni, significativi, casi il contatto è stato operato anche con soggetti extraregionali.

Turismo rurale: inquadramento concettuale e metodologico

Il termine "turismo rurale" viene utilizzato correntemente non solo in ambito divulgativo e giornalistico, ma anche tra gli stessi addetti ai lavori, senza peraltro che su tale concetto si sia convenuta una definizione univoca ed universalmente accettata, così come addirittura non esiste univocità rispetto al concetto base di "ruralità", che dovrebbe ovviamente sottendere ad altre definizioni più settoriali.

Il dibattito sulle forme "alternative" di turismo risale alla metà degli anni '80, con la crescente attenzione sul turismo "naturale", "ecologico", vale a dire con quelle modalità di fruizione turistica strettamente legate alla conoscenza (ed al rispetto) del territorio ospitante, in tutte le sue valenze e componenti. Inskeep (1987) ad esempio sottolineando l'importanza del "turismo alternativo" come mezzo per ridurre gli impatti sociali, culturali ambientali, lo classifica in tre categorie che portano vantaggi sia ai turisti sia alla popolazione ospitante:

1. **Agriturismo:** alloggio in Bed & Breakfast (ranches e fattorie). I turisti sono integrati con la comunità ospitante. I residenti si impegnano maggiormente nella conservazione dell'ambiente, si rendono conto che i turisti vengono, almeno in parte, per apprezzare gli aspetti naturali della località;
2. **Turismo nei villaggi:** strutture di piccola scala che, essendo possedute e gestite dalle comunità locali, portano diretti benefici economici. Inoltre, vista la dimensione, hanno un impatto trascurabile;
3. **Turismo con interessi speciali o di qualità:** lo sviluppo è limitato e altamente controllato, il marketing estremamente selettivo attira un basso numero di turisti che spendono di più, si fermano più a lungo rispetto ai turisti convenzionali. Il Turismo con interessi Speciali include forme di fruizione turistica in specifici aspetti della natura (fotografia, birdwatching ecc.).

Spesso quindi nella categoria "turismo alternativo" sono finite forme di turismo molto diverse tra di loro, accomunate solo da una sorta di contrapposizione con il turismo di massa (cfr. Richter, 1987). Da questo insieme un po' magmatico si differenzia con chiarezza, ad un certo punto, quello che va sotto il nome di "ecoturismo". Una delle prime definizioni venne data dall'International Ecotourism Society nel 1991:

... "l'ecoturismo è la visita responsabile alle aree naturali, che consente di conservare l'ambiente e sostiene il benessere delle popolazioni locali".

Successivamente (1996) la World Conservation Union ne ha dato una definizione più articolata, come:

"quella forma di viaggi e soggiorni ambientalmente responsabili in aree relativamente incontaminate, allo scopo di svago e di godimento della natura e di ogni altro elemento culturale collegato, forma di turismo che favorisce la conservazione dell'ambiente, esercita bassi impatti negativi e favorisce lo sviluppo delle popolazioni locali".

Ben si comprende da questa definizione come rispetto ad altre forme di turismo "di natura", quali ad esempio il turismo d'avventura, l'ecoturismo, nella sua accezione più articolata e non di mera osservazione della natura in aree escluse dagli itinerari tradizionali, mostri più saldi collegamenti con le tradizioni locali e con la cultura e la struttura sociale ed economica delle popolazioni locali, pur rimanendo il suo obiettivo principale il godimento delle risorse di un ambiente naturale il più possibile incontaminato.

Per ricapitolare quanto finora esposto riguardo all'ecoturismo, può essere utilizzato un sintetico elenco di requisiti formulato nel 1993 da Valentine Crabber:

- sviluppo in aree naturali relativamente indisturbate
- assenza di degrado ambientale e sostenibilità ecologica
- contributo diretto alla protezione e gestione delle aree naturali su cui gravita
- adeguato sistema gestionale

Questo elenco di requisiti contiene un elemento concettuale meritevole di approfondimento: la sostenibilità ambientale, che troppo spesso frettolosamente viene assegnata "d'ufficio" all'ecoturismo, che è certo forma di fruizione rispettosa dell'ambiente naturale (che d'altra parte costituisce la ragion d'essere di questo tipo di turismo), ma che rimane pur sempre un genere di Turismo con interessi speciali.

Il turismo sostenibile è un concetto più vasto, trasversale e relativamente recente, che prevede un equilibrio tra bisogni dei visitatori, ambiente e comunità locali, ed uno sviluppo economicamente efficiente e nel contempo compatibile con la salvaguardia nel tempo delle risorse naturali e culturali.

Una suggestiva definizione di Turismo sostenibile è quella del WWF (Tourism Concern, 1992), come quel tipo di turismo

"che opera nell'ambito delle capacità naturali di rigenerare le risorse naturali, che riconosce il contributo all'esperienza della fruizione turistica delle popolazioni, delle comunità, dei costumi locali e degli stili di vita, che accetta che le popolazioni locali traggano una quota equa dei benefici economici del turismo".

Focalizzando maggiormente l'attenzione sulle categorie "ruralità" e "turismo" e sul loro connubio, va innanzitutto ricordato che l'Unione Europea aveva a suo tempo proposto una interpretazione estensiva, in base alla quale il turismo rurale è una nozione molto ampia comprendente qualsiasi attività turistica svolta in ambiente rurale compreso il turismo nelle aziende agricole o agriturismo.

Questa definizione è compresa in quel documento fondamentale che va sotto il nome di "Il futuro del mondo rurale" (Com. 88 - 501 def. del 9/11/88), che ha segnato di fatto l'inizio della revisione della politica comunitaria in materia di sviluppo rurale, originando ad esempio l'emanazione di uno specifico Programma di intervento (Leader I). Tra l'altro, l'analisi della Commissione europea, sottolineava le grandi potenzialità di espansione dei servizi turistici in ambito rurale, condizionandone lo sviluppo ad una azione di sostegno comunitario imperniata su tre assi:

- organizzazione dei prestatori dei servizi per la commercializzazione,
- diversificazione dell'offerta attraverso prodotti completi (soggiorni, svago, sport, servizi di animazione e custodia dei minori, ecc.),
- integrazione del turismo all'interno della pratica agricola.

L'attenzione era dunque ancora elevata nei confronti della matrice "agricola" del turismo rurale, tanto da suggerire successive interpretazioni degli orientamenti comunitari in base alle quali i termini turismo rurale ed agriturismo potevano essere considerati sinonimi in quanto indicanti forme di vacanza svolte in località rurali, per le quali è pressoché impossibile pervenire ad una definizione univoca o operare una differenziazione in funzione delle strutture utilizzate e delle attività svolte. Si tratta a ben vedere di una definizione meramente etimologica, cioè ricalcata sul significato generalmente attribuito a ciascuna

delle due categorie sopra richiamate, senza che tale significato intuitivo venga "agganciato" a univoci concetti metodologicamente definiti.

Secondo alcuni Autori (cfr Calatrava Requena e Ruiz Avilés) la letteratura di fonte comunitaria esistente in materia può essere suddivisa in due principali tendenze:

1. nella prima viene utilizzata, come criterio di selezione, la quota di reddito generata dal settore turistico direttamente a beneficio della comunità rurale. In questi termini si opera la distinzione tra turismo in area rurale, turismo rurale e agriturismo (ciascuna delle categorie è integrata alla precedente, dalla terza alla prima, come in un insieme di cerchi concentrici), in funzione della percentuale di reddito che deriva all'insieme della popolazione locale o, nel terzo caso, ai singoli agricoltori;
2. nella seconda, la distinzione si fonda sui diversi elementi costitutivi dell'offerta. Si parlerà di turismo rurale quando la cultura rurale rappresenta una componente importante dell'offerta; in base alla principale attività specifica dell'offerta si parlerà allora di agriturismo, turismo verde, turismo gastronomico, equestre, nautico, cinegetico, storicoculturale, ecc.

Pertanto, le attività turistiche che si avvalgono di gruppi residenziali, grandi hotel, campi da golf o piste da sci possono difficilmente essere comprese nel concetto di turismo rurale.

Per cercare di definire il concetto di turismo rurale in Francia si può fare riferimento alla seguente definizione (EUROTER 1993):

... "Il turismo rurale si definisce, nell'economia globale del turismo, come valorizzazione turistica degli spazi agricoli, delle risorse naturali, del patrimonio culturale, delle infrastrutture rurali, delle tradizioni paesane, dei prodotti del territorio, attraverso "prodotti" garantiti da un marchio, caratterizzati da una chiara identità regionale, in grado di soddisfare i bisogni dei consumatori in termini di alloggio, ristorazione, attività ricreative, animazione e altri servizi, con l'obiettivo di realizzare uno sviluppo **locale sostenibile** e di rispondere adeguatamente ai bisogni di svago della società moderna, in una **nuova solidarietà sociale "città-campagna"**.

Questa definizione, privilegia l'approccio territoriale rispetto a quello puramente economico del turismo, ponendo il **territorio come fondamento dello sviluppo turistico**.

Fatto di pratiche diffuse, il turismo rurale in Francia, è quindi il prodotto di numerose iniziative intraprese dai diversi attori di un territorio; tra essi figurano:

- i diversi operatori privati, di cui fanno parte molti agricoltori, per i quali il turismo si è spesso rivelato come una attività complementare di fronte ad un settore agricolo in difficoltà; la diversificazione dell'agricoltura ha determinato l'organizzazione di un settore agriturismo diffuso che è una componente essenziale del turismo rurale;
- le diverse strutture di pianificazione (comuni, enti intercomunali, paesi d'accoglienza turistica, stazioni di vacanze verdi, parchi naturali regionali...) che si impegnano a valorizzare globalmente il loro patrimonio creando le condizioni per lo sviluppo di un turismo sostenibile e concertato sul loro territorio;
- le strutture di promozione e di comunicazione (uffici del turismo, comitati dipartimentali e regionali del turismo, servizi di accoglienza per il tempo libero, "Maison de la France"..) che hanno come vocazione la valorizzazione dei territori.

Il turismo rurale, in Francia, occupa un posto importante nell'economia turistica; nel 2001 rappresentava infatti più di un terzo della frequentazione turistica della clientela francese (38,1% dei soggiorni e il 33,9 % dei pernottamenti).

L'alloggio e la ristorazione sono caratterizzati da una grande varietà di piccole unità con formule diversificate di accoglienza: "gîtes", "chambre e table d'hôtes", B&B, "goûters à la ferme", aree naturali di campeggio, piccoli hotel ristoranti famigliari... oltre ai campeggi e villaggi vacanze. Benchè molto diversificata, il 90 % dell'offerta d'alloggio e di ristorazione, in ambiente rurale, è gestita da grandi operatori che forniscono aiuti finanziari, marchi, riconoscimenti e circuiti di commercializzazioni ai loro associati (Fédération Nationale des Gîtes de France, Logis de France, Accueil Paysan, Bienvenue à la ferme, UNAT, ecc.).

In Italia qualche indicazione può essere raccolta analizzando il panorama nazionale (tralasciando volutamente il richiamo alla legge nazionale sull'agriturismo, che normando quello specifico fenomeno, lo ha contraddistinto, distinguendolo da altre forme di "turismo rurale").

A seguito della legge nazionale, e in attuazione della stessa, alcune Regioni italiane nell'affrontare il tema dell'agriturismo hanno tentato di normare (quindi di definire) anche il turismo rurale. L'esempio più articolato e significativo pare essere quello dell'Emilia Romagna (LR n. 26 del 28/06/94) che all'art. 20 dà la seguente definizione di turismo rurale:

... "per il turismo rurale si intende una specifica articolazione dell'offerta turistica regionale composta da un complesso di attività che può comprendere ospitalità, ristorazione, attività sportive, del tempo libero e di servizio, finalizzate alla **corretta** fruizione dei beni naturalistici, ambientali e culturali del territorio rurale".

In particolare, **l'attività di turismo rurale** deve essere esercitata nel rispetto delle seguenti condizioni:

- offerta di ricettività e/o ristorazione esercitata in immobili già esistenti, ubicati all'esterno del territorio urbanizzato, così come delimitato dai PRG vigenti ai sensi dell'art. 13, della LR 7 dicembre 1978, n. 47; tale attività può essere altresì esercitata in frazioni delimitate dal PRG vigente, **purchè in immobili con caratteristiche proprie dell'edilizia tradizionale della zona;**
- **ristorazione basata su un'offerta gastronomica tipica della zona** in cui l'edificio è ubicato, preparata con l'utilizzazione di materie prime provenienti, in prevalenza, da aziende agricole locali;
- dotazione di **arredi e servizi consoni alle tradizioni locali** e, in particolare, alla cultura rurale della zona.....(omissis).

Il punto di partenza per dipanare il problema potrebbe essere costituito dalle aspettative della clientela, la quale, qualunque sia il tipo di sistemazione proposta, ricerca sostanzialmente sempre un qualcosa che spesso è riferito alle proprie radici, o a ciò che essa ritiene tali, la riscoperta di tradizioni, stili di vita e ritmi, gusti alimentari.

Il turismo rurale è pertanto ben collegato all'agricoltura e dunque all'agriturismo inteso non solo come ospitalità e ristorazione in azienda agricola, ma anche come coinvolgimento dell'ospite nella vita dell'azienda e della famiglia ospitante. Ed è proprio l'interazione con la struttura ospitante un altro elemento connotante il turismo rurale, laddove il visitatore ha aspettative non di usufruire di un servizio standardizzato (per esempio cucina internazionale), ma di essere accolto in strutture che per dimensioni limitate, stili di accoglienza (più "calda" e meno spersonalizzata) allestimento di interni, ritmi di erogazione dei servizi, capacità dei gestori delle strutture di comunicare la storia e le tradizioni locali (il "genius loci") gli consentano di percepire l'essenza stessa del territorio visitato.

Il turismo rurale **non è dunque sinonimo di turismo di fascia bassa**, ma bensì di turismo attento ad elementi culturali in senso lato, legati non solo alla pratica agricola (che rimane elemento primario di suggestione ed identificazione, ma che è affiancato da molti altri), ma alla cultura e tradizioni locali, all'artigianato, alle caratteristiche paesaggistiche e naturalistiche del territorio, alla composizione sociale di queste aree, che in qualche misura diventa essa stessa attrattore turistico da offrire e far conoscere.

Turismo rurale non come offerta unilaterale di servizi, ma come interscambio tra due mondi: crescita culturale e svago, contro opportunità di diversificazione e crescita per aree solitamente con problemi di sviluppo economico e demografico. Peraltro il turismo rurale svolge una funzione molteplice di creazione di reddito e occupazione, promozione di infrastrutture, vettore di scambi tra l'ambiente rurale e quello urbano, esplicando un effetto moltiplicatore su investimenti relativamente modesti, e fungendo quindi da potente molla di sviluppo locale, stante anche il tasso di crescita di questo settore (nel corso degli ultimi 5-7 anni pari al 6% annuo, il doppio ad esempio rispetto al turismo costiero "classico").

Ricapitolando dunque emerge un "identikit" comunque abbastanza riconoscibile di "turista rurale":

... mediamente colto abbastanza giovane (secondo una indagine di Terranostra il 55% degli ospiti di agriturismi ha meno di 35 anni), spesso con figli, alla ricerca di tranquillità e poco incline a sollecitazioni "estreme" ma dotato di un certo grado di adattabilità e curioso delle peculiarità locali e cultore delle tradizioni rurali, che spesso costituiscono la matrice della propria identità familiare, amante della buona tavola, con una propensione alla spesa non trascurabile (non è in altri termini la vacanza "economica" l'elemento attrattivo principale).

Nel caso di ospiti stranieri, sono più accentuate le esigenze di tipo ricreativo (**utilizzo di piscine in primo luogo, visite ad attrattori culturali e attività di animazione insolite**). In generale il tempo di permanenza non supera il week end o al massimo la cosiddetta "vacanza breve" (in ogni caso inferiore alle 10 giornate) svolta per lo più d'estate e in primavera.

Rimanendo sempre sul piano definitorio e concettuale, si può affermare ad esempio che il turismo enogastronomico (con la sua specificazione ancora più circoscritta dell'"enoturismo") e di fatto una fattispecie del più ampio "turismo rurale", di cui costituisce un fattore propulsivo potente.

Contatto personalizzato con le risorse alimentari, culturali, sociali, paesaggistiche di territori non eccessivamente innervati da infrastrutture e sviluppo industriale (compresa l'industria del turismo), è questo l'elemento unificante delle varie forme di turismo rurale, che prevedono tutte, in varia misura, la "partecipazione" dell'ospite agli usi e ai modi di vivere e alimentarsi delle popolazioni locali.

E proprio l'approccio partecipativo e in qualche modo dunque la dimensione culturale e pedagogica, pare quello connotante in modo sintetico questa tipologia di turismo, **che ricerca come valore positivo il contatto umano e relazioni personalizzate anche nell'accoglienza da parte degli operatori, che nel contempo devono garantire autenticità e intimità.**

Altri Autori hanno enfatizzato la dimensione "locale". Secondo Grolleau ad esempio, qualunque sia la definizione adottata di turismo rurale, si può ritrovare una caratteristica comune, quella di essere di "paese", voluto e gestito dagli abitanti di un "paese", un turismo di incontri e di condivisione. E' quindi un turismo fortemente "locale" e non "industriale": di iniziativa locale, a gestione locale, con profitti locali, caratterizzato da paesaggi locali e valorizzante la cultura locale. E' ovvio che tutto ciò porta come conseguenza un'elevata disformità nell'offerta dei servizi e la necessità di politiche di identificazione

delle prestazioni, segnaletica, organizzazione e distribuzione, anche se paradossalmente i limiti di disomogeneità del turismo rurale sono anche il suo marchio distintivo.

Alla luce di quanto è stato fin qui argomentato pare intuitivamente più funzionale una definizione di turismo rurale maggiormente estensiva rispetto ad alcune di quelle ricordate in precedenza, e in definitiva più affine a quella utilizzata nell'impostazione degli obiettivi e delle finalità dei Programmi di Iniziativa Comunitaria Leader II e Leader +, vale a dire l'insieme delle attività turistiche svolte in ambiente rurale.

In effetti ciò pare maggiormente in linea con le presumibili aspettative della clientela, che ricerca la "ruralità", vale a dire un contesto complessivo costituito da un certo tipo di paesaggio naturale e antropizzato, risorse enogastronomiche riferibili a tradizioni locali, folklore e cultura locali.

In questo contesto non è così rilevante una distinzione "amministrativa" tra tipologie di esercizi turistici, quanto piuttosto un loro chiaro riferimento alle caratteristiche riconoscibili del territorio, in termini di servizi erogati, modalità di accoglienza, ristorazione, allestimento dei locali, tipologie costruttive degli edifici. La componente soggettiva, psicologica e percettiva, è fondamentale in tutte le attività riconducibili alla pratica turistica, ed il "turismo rurale" non fa eccezione come si è ricordato prima.

Una possibile definizione utilizzabile potrebbe dunque ricomprendere nell'ambito del "turismo rurale" le seguenti attività:

1. **Ricettività extralberghiera** (agriturismi e agricampeggi, campeggi, Bed & Breakfast, affittacamere, ostelli, case-vacanza), ricompresa nella sua totalità in quanto si assume che questo tipo di ricettività sia per sua natura maggiormente correlata al territorio su cui insiste ed al tessuto sociale locale (in termini sia di proprietà sia di gestione).
2. **Ristorazione tradizionale**, introducendo però un limite dimensionale coerente con l'aspettativa di una clientela che ricerca un certo tipo di ambiente, un contesto di ospitalità non "industrializzata" ma più familiare e quasi personalizzata riconducibile alla tradizionale "ospitalità", tipica della civiltà rurale (pertanto potrebbero essere ricompresi ristoranti fino a 60 coperti, che prevedano nel menù anche piatti tipici locali).
3. **Ricettività alberghiera**, introducendo, in analogia alla ristorazione, criteri di limiti dimensionali (fino a 30 posti letto), e chiari richiami, nelle modalità di allestimento dei locali interni e nella somministrazione di alimenti e bevande, a elementi tradizionali del territorio.
4. **Servizi di animazione didattica**, accompagnamento e promozione realizzati sul territorio rurale

Politiche di genere con particolare riferimento al comparto turistico

Grazie all'assunzione di una metodologia fondata sul principio di "mainstreaming", l'attenzione alle pari opportunità è divenuta progressivamente strategia che attraversa tutte le altre, un orientamento globale che va applicato in tutti i contesti, pur respingendo l'alternativa secondo la quale una simile impostazione renderebbe inutili e obsoleti gli interventi specifici a favore delle donne: **al contrario, è necessario rendere la parità e l'uguaglianza di opportunità elemento trasversale delle politiche di intervento, proprio per poter realizzare il mainstreaming di genere occorre proseguire nella realizzazione di azioni a favore delle donne e migliorarne la qualità.**

D'altra parte, l'innovatività di alcune buone pratiche di progettazione orientata a donne non è assolutamente esaurita e sarebbe un arretramento interrompere questo elemento di valore aggiunto;

inoltre, le azioni rivolte alle donne sono fondamentali anche per far comprendere e condividere appieno la cultura di genere da parte degli stessi attori chiave dello sviluppo dei singoli territori.

Dato questo contesto, è importante promuovere un processo di individuazione di processi e di soluzioni vincenti di **mainstreaming di genere**, considerando che tali percorsi hanno bisogno, per affermarsi, dell'impegno di tutti gli attori che operano localmente: risulta infatti evidente come, in una prospettiva di promozione ad ampio spettro dalla parità e delle pari opportunità per le donne, fattore determinante è l'attenzione che i soggetti che operano per lo sviluppo locale possono e sono tenuti a dimostrare nei confronti delle potenzialità della componente femminile quale forza "**culturale**" nel senso più ampio del termine, da considerarsi essenziale per la realizzazione di un vero sviluppo socioeconomico locale che sia portatore di una maggiore qualità della vita per l'intera cittadinanza, nonché di una forte valorizzazione del territorio anche verso l'esterno.

In tale quadro, essenziale diviene allora l'assunzione del **mainstreaming di genere** come fattore fondamentale per la determinazione delle strategie di crescita equilibrata dell'occupazione e dell'occupabilità e più in generale di sviluppo del territorio, in una più ampia prospettiva di empowerment, ovvero di impegno verso migliori opportunità e condizioni di carriera per l'intera forza lavoro, uomini e donne, su basi di uguaglianza reale, riducendo i divari e la segregazione professionale fondati sul sesso e, a livello più ampio, rafforzando le politiche di uguaglianza di opportunità per le donne e gli uomini.

In particolare, l'applicazione dei principi di uguaglianza di opportunità come strumento di lettura innovativa dello sviluppo tanto per le donne quanto per gli uomini può divenire elemento fondamentale per rafforzare l'immagine e la presenza delle donne in ambienti in cui l'accesso per loro continua ad essere particolarmente difficile. La significatività di tale intenzione non solo risiede nel fatto in sé di occuparsi di parità e di **mainstreaming di genere** coinvolgendo entrambi i sessi, ma diventa anche fondamentale nella sua modalità di esplicazione: perseguire un miglioramento dell'atteggiamento maschile nei confronti delle donne (in particolare in relazione all'accesso ai gradini più alti della carriera e alle posizioni di management), per favorire la messa al bando di comportamenti discriminatori verso le donne.

All'interno di un contesto, diviene importante promuovere il raccordo tra la progettualità locale e la nuova programmazione regionale e comunitaria, nel senso di riflettere attentamente e concretamente sul vantaggio di una possibile alleanza fra donne e sviluppo rurale, anche alla luce degli orientamenti comunitari e regionali per il periodo 2000-2007 e cogliendo opportunità di sviluppo tuttora inesplorate che valorizzino quella ricchezza ambientale, paesaggistica e culturale di cui le zone rurali sono portatrici. Proprio in tale direzione vanno, infatti, le strategie e le azioni della programmazione regionale, che incoraggia la creazione o il consolidamento di nuove opportunità di sviluppo per le popolazioni locali, facendo leva, in particolare, sulle imprese, sull'occupazione, sui servizi, sulla formazione, sull'ambiente e, fatto nuovo ma soprattutto innovativo, sulle famiglie e sulle donne in particolare.

Agire verso questi interlocutori e usare questi strumenti risulta dunque indispensabile se si vuole intraprendere la strada dello sviluppo rurale, se si vuole che esso diventi parte integrante e qualificante di una più vasta pianificazione strategica di sviluppo durevole e sostenibile dell'intera Provincia.

La sfida principale consiste nell'individuazione di modalità di cooperazione tra settori e livelli diversi, al fine di poter condurre efficacemente un'azione che renda complementari tra loro le differenti realtà territoriali, coinvolgendo le forze economico-sociali in un impegno corale e incoraggiando le condizioni per promuovere uno sviluppo locale durevole, ovvero quell'insieme di fattori che fanno sì che soggetti,

forti o deboli, siano alleati e possano partecipare con pari dignità alla promozione dell'economia e allo sviluppo economico e sociale del territorio interessato.

Questo è possibile a condizione che il "mainstreaming di genere" rappresenti uno dei nodi centrali dello sviluppo economico in generale e un elemento non aggiuntivo: l'integrazione delle politiche di parità e di uguaglianza di opportunità nelle azioni di sviluppo rurale e l'introduzione delle medesime negli indicatori di valutazione di coerenza delle azioni stesse è, infatti, una misura di anticipazione che, da un lato, può concretamente ridurre i casi di discriminazione per le donne che operano sul territorio rurale, dall'altro può costituire per esso un elemento di forte arricchimento, in quanto investimento sull'intera potenzialità sociale del territorio, coinvolgendo tutti i soggetti attivi che collaborano alla produzione economica, alla promozione dell'ambiente, al lavoro di cura.

Insieme, la relazione tra le politiche di sviluppo del territorio rurale con le politiche di parità e pari opportunità è da leggere come uno dei pilastri dello sviluppo equilibrato del territorio stesso quando si considera che la marginalità è proprio denominatore comune nella mappa dei rischi di esclusione dalle strategie di sviluppo tanto per la componente femminile, quanto per la componente rurale e agricola. Eppure, l'ambiente rurale, per i suoi valori estetici e culturali, viene ormai considerato dalla collettività, prima ancora che dal diritto, patrimonio pubblico, la cui tutela perciò supera e limita i diritti di proprietà privata. Del resto, proprio il territorio rurale insegna come la valorizzazione del patrimonio ambientale e culturale insieme possa promuovere l'occupazione ed avere influenze positive anche su settori diversi di attività in termini di qualità, risultando un importante fattore di attrazione insediativa per imprese e residenze, oltre che per lo sviluppo del turismo.

L'attenzione è essenziale per avere il quadro della situazione regionale e delle opportunità di sviluppo, **una politica di sviluppo rurale nella prospettiva del mainstreaming di genere** diviene dunque strumento atto a migliorare la qualità della vita delle donne e degli uomini, ricercando in particolare la valorizzazione e la promozione delle donne quali veicolo di diffusione di una cultura sostenibile che va **dal ruolo che le donne svolgono nell'educazione dei giovani e delle giovani e che è primo strumento di diffusione e mantenimento di una cultura rurale positiva, fino al ruolo d'attrici dello sviluppo economico del territorio rurale che le donne ricoprono con la loro professione e in particolare attraverso azioni imprenditoriali.**

-
In questa prospettiva, alcuni fattori di sviluppo del territorio rurale e in particolare del turismo che esso alimenta possono allora risultare di particolare rilevanza se abbinati ad un perseguimento effettivo di condizioni di uguaglianza di opportunità tra donne e uomini:

- la **rivitalizzazione di piccoli borghi** come territorio atto all'accoglienza di nuclei familiari che possano trovare un numero di servizi essenziali in loco, tali da supportare le attività legate alla gestione domestica e il lavoro di cura e da consentire la acquisizione di un tenore di vita socialmente e economicamente sostenibile e appagante;
- la **promozione di alcune azioni specifiche** a favore dei territori rurali, quali: la lotta allo spopolamento delle zone marginali, il mantenimento di una minima base produttiva agricola in termini di superficie utilizzata e di numero di addetti, la creazione di migliori condizioni di vita e di lavoro, l'agevolazione del ricambio generazionale, il miglioramento del livello qualitativo dei prodotti, della redditività e della competitività imprenditoriale;
- la **valorizzazione della cultura locale** e della cura verso quel tipo di territorio come occasione di trasferimento alle generazioni più giovani di una "**cultura positiva**" del territorio rurale, per contrastare la debolezza che esso sta rischiando sia dal punto di vista quantitativo di presenza abitata, sia dal punto di vista qualitativo di cura dell'ambiente in generale e in funzione di una valorizzazione di tipo turistico in tal senso;

- la promozione **del territorio rurale attraverso il consolidamento di iniziative imprenditoriali**, che si esprimono eminentemente nella valorizzazione e diffusione dei prodotti tipici e nella promozione di un turismo sportivo/naturalistico/gastronomico/culturale, ovvero che sappia porre nella giusta prospettiva tutti i diversi elementi caratterizzanti il territorio, in un insieme rispettoso dell'ambiente e dei suoi abitanti e, insieme, accogliente verso i non residenti;
- **l'assunzione di una logica di filiera** quale punto di forza dell'agricoltura, anche in considerazione del riconoscimento a livello comunitario del valore di alcuni prodotti tipici di nicchia, ai quali è stata data protezione giuridica della loro denominazione;
- il **perseguimento dello sviluppo turistico** quale elemento in grado di concorrere alla stabilizzazione socio-economica e demografica, purché diversificata e diffusa in forme adatte ai luoghi, radicandosi nelle aree rurali e perseguendo la valorizzazione conservativa delle risorse produttive, ambientali e culturali esistenti;
- **l'attenzione e il coinvolgimento attivo di tutte le componenti pubbliche e private e le categorie socioeconomiche** del territorio come soggetti in grado di apportare il proprio contributo personale alla individuazione e realizzazione di azioni mirate al miglioramento delle condizioni di vita e di fruibilità del territorio rurale.

E' questa una sfida che il progetto ha fatto propria facendo del mainstreaming di genere uno dei fattori essenziali dello sviluppo rurale e in particolare del turismo rurale: le donne non come categoria esclusa, ma come risorsa del territorio da valorizzare, come soggetto che partecipa con gli altri alla concertazione, come componente attiva del partenariato sociale.

A questo riguardo vanno ricordate le conclusioni del dibattito sulle Pari opportunità in ambiente rurale, tenutosi a Bruxelles il 27 maggio 2002 durante la sessione del Consiglio Agricoltura dell'U.E.. Tra le molte considerazioni di carattere generale, il Consiglio riconosceva: "(omissis)

- che le donne svolgono un ruolo chiave nella vita delle comunità rurali, che va oltre a quello legato all'attività economica (agraria o di altro tipo), che anzi partecipano, in generale più degli uomini, alla vita familiare e quella della loro comunità, dovendo conciliare la vita familiare e quella della loro comunità, dovendo conciliare la vita familiare e quella professionale;
- che il consolidamento di un protagonismo crescente delle donne rurali nella "società civile", nella sfera politica locale, nell'associazionismo di carattere civico e dei cittadini, nelle nuove fonti di posti di lavoro, nelle attività di diversificazione dell'attività agraria, nel ruolo plurifunzionale dell'agricoltura, nelle reti associative, ecc., in conclusione nel nuovo sistema rurale".

Il Consiglio riconosceva altresì che occorre continuare a promuovere l'integrazione femminile anche nei nuovi bacini occupazionali in ambito rurale, tra cui il turismo.

In conseguenza delle considerazioni generali, il Consiglio ha adottato una serie di decisioni, tra cui sollecitare la Commissione a promuovere nei confronti delle donne in ambito rurale l'imprenditorialità, il lavoro di qualità, la **formazione continua**, nonché incoraggiare gli Stati membri ad adottare politiche che rafforzino la capacità economica delle donne rurali imprenditrici, sostenendo forme associative, cooperative e la creazione di reti.

Conclusioni

Per concludere si è tentato di formulare e condividere l'identità del "turista rurale" che si riporta qui di seguito nel tentativo di inquadrare sia le nuove tendenze sia i suoi valori, i suoi gusti, le sue aspettative.

Il turista "rurale"

Il turismo in ambiente rurale è un fenomeno relativamente recente, ma di estrema importanza per la conoscenza e la rivalutazione di un patrimonio culturale e sociale ampiamente diffuso, seppur in diversa misura, in tutto il territorio italiano.

L'analisi della domanda, riguardo a questa tipologia turistica, va collocata nell'ambito della tendenza al recupero del territorio rurale, consolidatasi negli ultimi anni, determinata dalla ricerca di caratteristiche di salubrità, tipicità dei prodotti, soprattutto agroalimentari (anche se la domanda dei consumatori è rivolta anche a prodotti non alimentari considerati tipici, soprattutto artigianali, non derivanti da produzioni di massa, e considerati prodotti tradizionali, di qualità, collocabili, in alcuni casi, in segmenti di nicchia del mercato), con forti connotazioni ambientali sia del bene e servizio richiesto che del processo produttivo (in questo caso ci si riferisce alla domanda di prodotti biologici, di servizi ambientali - parchi, aree naturali ricreative, ecc. - e, più in generale, all'adozione di processi produttivi ecocompatibili).

Cercando di delineare un profilo, il più possibile esauriente del turista "rurale", è bene fare riferimento ad alcune considerazioni evidenziando l'estrema difficoltà di ricondurre ad unità la definizione stessa di turismo rurale, che per sua natura comprende specifiche classificazioni:

- **turismo culturale** - legato al patrimonio storico-artistico e alle tradizioni di un determinato territorio o località;
- **turismo da eventi** - attivato da persone che si spostano in occasione di particolari manifestazioni o eventi di richiamo ideati e organizzati sul territorio in questione;
- **turismo sociale anziani/giovani** - si riferisce nel primo caso all'organizzazione di vacanze per la terza età, nel secondo si differenzia per i componenti il flusso turistico che utilizzano strutture generalmente alternative; per non parlare dell'
- **agriturismo** - legato tra l'altro all'enogastronomia.

L'analisi, quindi, delle caratteristiche, delle esigenze e delle aspettative della clientela può risultare efficace per raggiungere il risultato concreto, cioè definire il più possibile la tipologia di turismo rurale o *nature-oriented*.

In prima analisi i benefici ricercati da questo tipo di turista sono principalmente:

- il contatto con la natura incontaminata,
- la ricerca di prodotti ed itinerari turistici tematici,
- il desiderio di esplorare territori poco conosciuti,
- il desiderio di partecipare a momenti culturali e collettivi tipici dell'area (mercati, fiere, feste paesane, ecc.),
- la possibilità di praticare attività collaterali ludico-ricreative divertenti ed insolite,
- la qualità enogastronomica,
- la ricerca di occasioni di degustazione e acquisto dei prodotti tipici dell'agricoltura e dell'artigianato locale,
- il desiderio di praticare una formula turistica diversa dalle forme di turismo tradizionale di massa.

In ogni caso il turismo rurale è collegato per sua natura all'agricoltura e all'agriturismo, intesa non solo come ospitalità e ristorazione in azienda agricola, ma soprattutto come coinvolgimento dell'ospite nella vita dell'azienda e della famiglia ospitante. E' proprio l'interazione con la struttura ospitante che connota il turismo rurale, laddove il visitatore cerca un servizio non standardizzato, ma l'accoglienza in ambienti che gli consentano di percepire l'essenza stessa del territorio visitato.

L'identikit del "turista rurale"

Volendo fornire alcuni dati specifici riguardo le caratteristiche di questo tipo di turista ci si deve riferire, al fine di offrirne un profilo attendibile, ad alcune indagini realizzate dalle maggiori associazioni agrituristiche affiliate alle associazioni di categoria che operano nel settore agricolo. Secondo l'Anagritur (il consorzio tra le associazioni nazionali dell'agriturismo) sono oltre 11mila le aziende agrituristiche, che ospitano 11,5 milioni di pernottamenti all'anno e un giro d'affari registrato nel 2001 di 700milioni di euro.

Da queste indagini emerge una voglia tutta nuova di intendere il tempo libero. Relax e tranquillità, ma anche curiosità verso la vita in campagna, per quei "valori rurali" legati alle tradizioni e alla semplicità che l'agriturismo sa esprimere nel migliore dei modi. Una vacanza vissuta in maniera attiva, scandita dal riposo e da numerose attività godute all'aria aperta.

L'agriturista è **giovane, sposato e ha dei bambini piccoli (nella sua vacanza ideale al terzo posto è segnalata la voce "servizio di baby sitting")**, visita l'agriturismo soprattutto a Pasqua e in agosto, ma la frequenza è ben diluita in quasi tutti i mesi dell'anno. Una volta in vacanza le attività preferite sono nell'ordine il **riposo, le visite alle città d'arte, gli eventi culturali, la gastronomia.**

E' giovane ed opera nel terziario

Nel 55% dei casi gli ospiti sono giovani: hanno tra i 18 e i 35 anni, mentre il resto del campione copre la fascia tra i 36 e i 55 anni. La provenienza socio economica del campione esaminato evidenzia che è il mondo del terziario il "vivaio" di questa tipologia di turista (50% impiegati, 19% professionisti, 10% di commercianti).

Ambiente e alimentazione le motivazioni della scelta

Quasi il 75% si orienta verso il settore per motivazioni connesse alla qualità ambientale ed enogastronomica, per il desiderio di contatto con la natura, il mondo rurale e la sua tranquillità ed il piacere delle cose genuine, mentre il 20% esprime il desiderio di praticare una nuova formula turistica, denunciando implicitamente la stanchezza per le formule di turismo tradizionale e di massa.

Le attese degli ospiti

- **accoglienza e qualità di rapporto calde**, familiari, assolutamente diverse da quelle che caratterizzano il tradizionale comparto alberghiero;
- **cibi genuini e piatti tipici** che lo liberino, sia pure temporaneamente, dalla omologazione e dalla standardizzazione dei sapori e dei cibi industriali;
- **pace e relax** che lo sollevino dallo stress della vita urbana;
- **rapporto con una natura** salvaguardata o incontaminata, anche attraverso l'esperienza e il contatto personale con il mondo rurale;
- **esplorazione e conoscenza di territori sconosciuti e "meno turistici"**, attraverso la partecipazione a momenti culturali e collettivi tipici dell'area.

E' il caso di osservare, ancora, che se la maggioranza degli ospiti riguarda il mercato interno (il 27% proviene da altre regioni, il 18% dalla stessa regione e il 13% dalla stessa provincia), una parte sempre più consistente proviene dai paesi europei (24% Europa del nord, 18% altri paesi). Per quanto riguarda il tempo di soggiorno, il 42% si ferma da una a due settimane, il 27% da uno a due giorni, mentre il 31% non supera la giornata di permanenza. Per finire un cenno ai mezzi di trasporto utilizzati. Il 37% usa l'auto propria, il 21% la moto, il 36% utilizza mezzi di trasporto collettivi (minibus a noleggio, aereo, pullman, treno).