

MIRIAM LAROCCA *

*Il turismo sociale e sostenibile nel Regno Unito ***

Sommario: 1. Considerazioni introduttive. - 2. La situazione europea. - 3. La realtà sociale nel regno unito e il turismo sociale e sostenibile. - 4. Il lavoro svolto dall'*All party parliament group on social e sustainable tourism*. - 5. Criticità del *Giving Britain a break. Inquiry into the social and economic benefit of social tourism*. - 6. I benefici del turismo sociale e sostenibile. - 7. Conclusioni.

1. *Considerazioni introduttive*

Sin dalla sua nascita il fenomeno del turismo sociale è considerato canale privilegiato per un proficuo e culturalmente soddisfacente utilizzo del proprio tempo libero.

Tale fenomeno ha avuto modo di espandersi anche grazie alla contestuale crescita di nuove tecnologie (soprattutto nel settore dei trasporti), per mezzo delle quali lo spostamento dal proprio luogo di partenza alla meta turistica ambita è divenuto sempre più vantaggioso ed estremamente facilitato. Nel continuo processo evolutivo che ha visto il turismo divenire un vero e proprio fenomeno sociale, va certamente riconosciuto un ruolo fondamentale alla capacità degli operatori del settore di inglobare nelle loro attività, tanto nella fase preparatoria quanto in quella operativa, un sempre più ampio ventaglio di destinatari, prescindendo dal loro *status* o dalla loro capacità economica.

Quanto più diventa ampio il fenomeno di massa del turismo, tanto più vi rientrano gli interessi di categorie economicamente svantaggiate; basti pensare, a solo titolo esemplificativo, agli studenti, ai pensionati ma anche ai lavoratori dipendenti e alle famiglie numerose¹.

* *Ph.D. Candidate, Università degli Studi di Camerino - Dottorato di ricerca in "Civil law and Constitutional legality" – ciclo XXXI.*

** *Contributo sottoposto positivamente al referaggio secondo le regole del double blind peer-review.*

Allo stesso passo svelto del processo evolutivo tecnologico e al maestoso progredire del fenomeno della digitalizzazione, si è altresì mossa la macchina organizzativa trainata dagli operatori del settore. Percorso, il loro, segnato da una sempre maggiore tutela degli elementi peculiari e caratterizzanti le diverse realtà sociali ed improntato ad offrire un sempre maggiore supporto agli aspetti valorizzanti popolazioni, paesaggi e luoghi.

Occorre prima di tutto ricordare che all'interno degli Stati membri dell'Unione europea il turismo rappresenta ben oltre il 20% del PIL nazionale². Tale dato, che dimostra l'elevata domanda di servizi di viaggio e turismo, non trova però soddisfacenti risposte nella fase attuativa, in particolar modo a causa della reticenza di molti operatori turistici a definirsi "operatori sociali".

Mentre il legislatore di molti Paesi del vecchio continente ha saputo accettare la sfida di creare un apparato normativo capace di soddisfare le esigenze del turista sociale e attento alla sostenibilità ambientale, così non è stato per il Regno Unito.

Se è vero che il turismo ha come valore assoluto quello di tutelare luoghi e paesaggi caratteristici e permettere ai più di scoprire tali peculiarità, allora è altrettanto vero che tale attività non può non vedere coinvolta la pubblica amministrazione, posto che il principale obiettivo del turismo (sociale e sostenibile) è quello di creare momenti aggregativi fondamentali all'intero tessuto sociale. Ebbene, il turismo così inteso incontra non poche difficoltà ad affermarsi al centro delle politiche sociali.

Ancor prima di intraprendere l'analisi della situazione turistica e al fine di offrire maggiore chiarezza nella trattazione, occorre preliminarmente specificare che il riferimento al Regno Unito e agli Stati che lo compongono ingenera facilmente confusione nel lettore che non ha

¹ E. ABATE, *Turismo sociale: un nuovo impegno per l'amministrazione pubblica locale*, in *Nuova rassegna di legislazione, dottrina e giurisprudenza*, 1975, fascicoli nn. 23-24 p. 2375 ss.

² L'importanza economica del turismo internazionale può essere misurata analizzando il rapporto fra i proventi dei viaggi all'estero e il PIL. Questi dati, ricavati dalle statistiche della bilancia dei pagamenti, si riferiscono ai viaggi tanto d'affari quanto di piacere. Nel 2016 il rapporto più alto fra i proventi dei viaggi all'estero e il PIL si è registrato in Croazia (18,6%), in Cipro (13,7%) e a Malta (13,2%). Tali dati confermano l'importanza del turismo per l'economia nazionale. Nel 2016 i proventi più elevati dei viaggi all'estero sono stati registrati da Spagna (54,7 miliardi di euro), Francia (38,3 miliardi di euro) e Regno Unito (37,4 miliardi di euro), seguiti da Italia (36,4 miliardi di euro) e Germania (33,8 miliardi di euro). Sempre nello stesso anno il livello più alto di spesa per viaggi all'estero, (circa 72,1 miliardi di euro), è stato registrato dalla Germania, seguita dal Regno Unito (58,4 miliardi di euro) e dalla Francia (36,5 miliardi di euro). La Spagna è lo stato membro dell'UE che nel 2016 ha registrato il livello più alto di proventi netti dai viaggi (37,2 miliardi di euro), mentre la Germania ha registrato il disavanzo più elevato (-38,3 miliardi di euro). Dati raccolti attraverso la scheda *Eurostat- statistic explainer*, 2017 consultabili al sito http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=tourism_statistics/it.

particolare familiarità con questo "stato unitario composto". Il raggio d'azione della politica governativa non si estende *tout court* al Paese nella sua interezza, ovvero all'intero Regno Unito, per cui tanto alla Gran Bretagna quanto all'Irlanda del Nord. Va fatta tuttavia un'eccezione in materia di legislazione del turismo, le cui norme sono applicabili alla Gran Bretagna tutta, che comprende Inghilterra, Scozia e Galles³.

2. *La situazione europea*

Il tema del turismo è un importante *focus* sul quale il legislatore europeo ha concentrato e concentra spesso la sua attenzione, vista anche la sua appropriatezza a rappresentare un utile momento di confronto costruttivo tra i Paesi membri e le loro differenti politiche sociali. Come già avvenuto in altri settori capaci di catalizzare l'attenzione dei differenti impianti normativi dell'Unione Europea, anche il turismo si è affermato al centro delle politiche comuni in considerazione dei suoi evidenti risvolti in campo economico e sociale. Il turismo viene generalmente definito⁴ come un vero e proprio bisogno sociale capace di riflettersi su aspetti indissolubilmente legati ad alcuni diritti sociali; in tale ottica dunque, funge da strumento attraverso il quale si può ben soddisfare la tutela del benessere comune.

Il peso specifico che il turismo oggi assume nel sistema normativo dell'Unione non riguarda esclusivamente gli aspetti economici, ma contribuisce allo sviluppo di altre politiche sulle quali si è particolarmente soffermato il legislatore europeo: si pensi allo scambio culturale, alla libera circolazione delle persone e più in generale alla cooperazione tra i diversi Paesi coinvolti. Nonostante il rilievo assunto nell'ambito delle politiche europee, l'attenzione nei confronti del turismo da parte delle istituzioni è, a ben vedere, nata in tempi piuttosto recenti.

Nei primi Trattati, infatti, è presente soltanto un generico richiamo all'argomento di cui si sta trattando, non risultando in nessuna delle competenze espressamente attribuite all'Unione⁵.

³In riferimento a ciò, si deve notare come l'analisi condotta dall'autore nel corso della trattazione si sofferma numerose volte sulla composizione geografica del regno unito e sulla sua natura di stato unitario composto. Tale approfondimento è particolarmente utile, soprattutto qualora di dovesse valutare se le linee guida tracciate dall'apparato amministrativo centrale non fossero rispettate dal governo locale e, in tale occasione, valutare in quale misura l'amministratore locale è chiamato a rispondere di tali inadempimenti. V. *Amplius* D. JEFFRIES, *Government and tourist*, London, 2011, p. 246 ss.

⁴Tra chi ha provveduto ad offrire una definizione di turismo, V. M. MALO e C. COLALUCA, *Il turismo in costituzione*, in *Manuale di diritto del turismo*, Torino, 2013, p. 12 ss.

⁵Si noti che, nel trattato di Roma del 1957 istitutivo della comunità economica europea, manca un espresso riferimento alla possibilità che la CEE possa guidare una propria politica turistica. In realtà la comunità europea ha co-

Invero, tale considerazione non genera stupore se si considera che il “canale turismo” è stato aperto soltanto verso la metà degli anni ‘80 e per giunta grazie alla lungimiranza delle Nazioni Unite⁶. Da tale significativo momento si sono man mano sviluppate e susseguite numerose iniziative aventi carattere promozionale che hanno visto il coinvolgimento del Consiglio, del Parlamento e di altre istituzioni dell’UE. L’interesse dell’Unione Europea nei confronti della promozione del turismo rispecchia a pieno la necessità sociale di provvedere quanto prima alla creazione di canali promozionali dello stesso in modo tale da offrire concrete risposte al cittadino-turista. Le risultanze delle statistiche offerte dall’UE rispecchiano a pieno l’importanza che il turista associa ai vantaggi socio-culturali che derivano dal viaggio in sé e che certamente assumono risvolti anche di carattere psicologico⁷. Probabilmente, anche grazie all’impegno dell’Unione Europea, la domanda turistica del Regno Unito è in forte aumento, tanto che l’Organizzazione mondiale del Turismo⁸ in collaborazione con il *World Travel & Tourism Council*⁹

munque agito in direzione differente estendendo le proprie competenze anche al di là di quelle espressamente menzionate, in virtù del c.d. “principio dei poteri impliciti” di cui all’art. 235 dello stesso trattato.

Nel trattato di Maastricht del 1992 invece, sono presenti alcuni blandi riferimenti allorché si parla di adozione di “Misure in tema di energia, protezione civile e turismo”. Tali riferimenti più che significare una attribuzione di competenze, si dispiegano nella sola attività di adozione di misure di sviluppo dei settori indicati.

⁶ Per un maggiore approfondimento si veda la Dichiarazione di Manila resa al Congresso mondiale del turismo del 1980. In questa occasione infatti, per la prima volta il turismo deve essere inteso come un’attività essenziale per la vita delle nazioni, in ragione dei suoi effetti diretti nei settori sociali, educativi ed economici delle società nazionali e sulle relazioni internazionali in tutto il mondo.

⁷ JOHN L. CROMPTON, *Motivations for pleasure vacations*, in *Annals of tourism research*, october/december, 1979, p. 412.

⁸ Questa organizzazione era dapprima conosciuta con l’acronimo “BITS” (*Bureau International du Tourisme Social*), oggi è denominata “UNWTO - United Nations World Tourism Organization”. È una agenzia specializzata delle nazioni unite con sede a Madrid che si occupa del coordinamento delle politiche turistiche e promuove lo sviluppo di un turismo responsabile, sostenibile e sociale. Al 2016 partecipano a tale organizzazione 157 stati membri, 6 membri associati e più di 480 membri affiliati in rappresentanza del settore privato, del turismo scolastico e educativo, delle istituzioni locali di promozione turistica. La sua nascita è precedente al 1934, data in occasione della quale venne fondata l’ “Unione Internazionale Delle Organizzazioni Turistiche Ufficiali Di Propaganda” (IUOTPO, dall’inglese *International Union of Official Tourist Propaganda Organizations*), mentre al termine del secondo conflitto mondiale, nel 1947, l’organizzazione si è trasformata nell’ “unione internazionale delle organizzazioni ufficiali di viaggio” (IUOTO, dall’inglese *International Union of Official Travel Organizations*), la cui prima assemblea costitutiva si tenne a l’Aia mentre il quartier generale dell’organizzazione fu temporaneamente stabilito a Londra fino a quando non ottenne, nell’anno successivo, lo statuto consultivo dell’ONU. Negli anni 70, in occasione di un’assemblea generale straordinaria della “IUOTO” riunita a Città del Messico, fu adottato dall’organizzazione mondiale del turismo il quale si riunisce per la prima volta a Madrid nel 1975. Nel 2003 viene approvata la trasformazione dell’organizzazione in un’agenzia specializzata delle nazioni unite. In seguito a tale decisione, la sigla dell’organizzazione viene cambiata nel 2005 in UNWTO. Per un maggior confronto si veda anche: <http://www2.unwto.org>.

⁹ Il *World Travel & Tourism Council* (WTTC) è l’organismo che rappresenta il settore privato di Travel & Tourism a livello globale. Il loro *board* è composto da amministratori delegati delle società di viaggi e turismo di tutto il mondo e da organizzazioni industriali impegnate nel settore. Le priorità del WTTC sono: Sicurezza, *Travel Facilitation*, *Crisis Preparedness & Management* e *Sustainable Growth*. Il WTTC lavora per sensibilizzare lo sviluppo di uno dei maggiori set-

prevede che nel 2020 gli arrivi raggiungeranno oltre i 60 milioni¹⁰; tuttavia a fronte di tale incremento della domanda, le strutture organizzative non sembrano sufficientemente attrezzate ad offrire concrete e soddisfacenti soluzioni per chi intenda viaggiare attraverso il particolare canale del turismo sociale e sostenibile.

Per comprendere le carenze normative in materia di turismo sociale e sostenibile nel Regno Unito, appare opportuno effettuare un raffronto con altri Paesi dell'UE che invece hanno saputo cogliere la sfida di investire in tale forma di turismo. Tra questi è da tenere in particolare considerazione la Spagna, Stato capace di promuovere tipologie di turismo, per così dire, non convenzionale. La capacità della Spagna di affermarsi tra i riferimenti turistici più importanti, non soltanto in Europa, è frutto tanto della qualità dei servizi offerti, quanto delle sue peculiarità artistiche e architettoniche, del clima e della sua posizione geografica. A ciò corrisponde un'elevata domanda turistica che fa sì che il settore in questione (e tutto ciò che intorno ad esso gravita) costituisca uno dei caposaldi dell'economia spagnola. Il fondamentale ruolo del turismo in Spagna è dimostrato dai dati diffusi dal Ministero dell'Energia, del Turismo e dell'Agenda digitale, i quali dimostrano come nello scorso anno la Spagna ha ricevuto 75,3 milioni di turisti¹¹.

Il sistema spagnolo infatti, immediatamente dopo l'entrata in vigore del Trattato di Lisbona del 2009, ha colto gli *input* dell'Unione Europea puntando all'implemento di strutture sempre più rispondenti ai canoni della socialità e della sostenibilità. Nel modello spagnolo, questa particolare declinazione di turismo è spesso organizzata da cooperative ovvero da imprese di economia sociale, definite come “un'associazione autonoma di persone che hanno aderito volontariamente per soddisfare le loro esigenze economiche, sociali e culturali in comune attraverso una società di proprietà comune e una gestione democratica”¹². Il sistema cooperativista

tori economici del mondo, generando quasi il 10,4% del PIL mondiale. Per un maggior approfondimento si consulti la pagina <https://www.wtitc.org>.

¹⁰ Tra i primi 10 Paesi più visitati che saranno in grado di generare flussi aggiuntivi per oltre 70 milioni di arrivi rispetto ai volumi creati nel 2016, rientra, al 5° posto l'Italia. Nel dettaglio: la Francia, al primo posto con 82 milioni di visitatori nel 2016, si stima arriverà nel 2020 a registrare 89 milioni di turisti; gli Usa, secondi in graduatoria, passeranno dagli attuali 76 milioni a 81; la Spagna arriverà a 84 milioni dai 76 del 2016 mentre la Cina toccherà quota 76 milioni contro gli attuali 59; l'Italia riporterà 59 milioni di turisti a fronte dei 53 del 2016. Seguono la Gran Bretagna, la Germania, il Messico, la Thailandia e la Russia, mentre le restanti destinazioni che completano le prime venti posizioni registreranno flussi aggiuntivi per circa 51 milioni di arrivi.

¹¹ Dati consultabili sulla pagina istituzionale del ministero <http://www.mincotur.gob.es/en-us/paginas/index.aspx>

¹² Questa definizione è offerta dalla dichiarazione ACI - *Alianza Cooperativa Internacional* - del 1995 di Manchester, inclusa altresì nel considerando n. 7 del regolamento ce n. 1435/2003 del Consiglio del 22 luglio 2003, relativo allo

spagnolo è stato in grado di affermarsi al centro delle dinamiche turistiche nazionali tanto da rivestire un ruolo fondamentale nello scenario dell'offerta turistica. In altre parole l'importanza economica e il significato sociale del movimento cooperativo, è indiscutibile anche in relazione alla sostenibilità. E, come la sostenibilità, il cooperativismo e l'economia sociale sono un fenomeno ancor prima che globale¹³ nazionale tanto da assumere rilievo costituzionale. Basti pensare a quanto previsto nella Costituzione spagnola, nello specifico all'art. 129, comma 2, ove è espressamente riconosciuto che *los poderes públicos promoverán eficazmente las diversas formas de participación en la empresa y fomentarán, mediante una legislación adecuada, las sociedades cooperativas*¹⁴ (...).

In effetti, la sostenibilità si pone come uno dei cinque pilastri del progetto *Cooperative Decade* della *International Cooperative Alliance (ACI)*¹⁵, che considera le cooperative come costruttori di sostenibilità economica, sociale e ambientale¹⁶. Sono le cooperative, infatti, le prime a schierarsi a favore di una maggiore partecipazione al fenomeno turismo in chiave sostenibile e sociale, preoccupandosi per l'ambiente dei propri consociati, non già con il semplice scopo di spingere la società a muoversi in tale direzione ma anche e soprattutto perché, investendo su questo tipo di turismo, si riesce a creare un vero e proprio cambiamento culturale sempre più proiettato all'attenzione verso la sostenibilità e la partecipazione dei più al momento ricreativo offerto dal viaggiare¹⁷. Attraverso il cooperativismo, il quale presuppone per sua natura una interazione

statuto della società cooperativa europea (SCE) (si veda in tal senso gazzetta ufficiale n. L 207 del 18/08/2003 pag. 0001 - 0024), nonché la raccomandazione 193 sulla promozione delle cooperative, Ginevra, (2002).

¹³Sul punto, M.I. FELIU REY e M.D. SANCHEZ GALERA, *La cooperativa como motor de sostenibilidad en el ámbito del turismo*, in *turismo y sostenibilidad*, L. MEZZASOMA e M.J. REYES LOPEZ (a cura di), Cizum Menor (Navarra), 2018 p. 56.

¹⁴ "Le autorità pubbliche promuoveranno efficacemente le varie forme di partecipazione alla società e promuoveranno, attraverso un'adeguata legislazione, le società cooperative".

¹⁵L'*International Cooperative Alliance (ACI)* è un'organizzazione non governativa indipendente, fondata nel 1895 a Londra, la cui missione consiste nel promuovere e salvaguardare valori e principi cooperativi. In occasione del centenario della sua creazione si è svolto a Manchester il congresso ICA in occasione del quale sono stati delineati i principi delle attività cooperative insieme ad un elenco di valori operativi ed etici del movimento cooperativo. Ogni anno l'ACI pubblica la sua relazione di attività insieme ad una rivista di cooperazione internazionale con articoli di particolare interesse sul movimento cooperativo. Pubblica altresì contenuti mensili preziosi per gli operatori del settore su riviste informative e newsletter che favoriscono lo scambio di informazioni e opinioni in questo campo

¹⁶ M.I. FELIU REY e M.D. SANCHEZ GALERA, *La cooperativa como motor de sostenibilidad en el ámbito del turismo*, in *turismo y sostenibilidad*, L. MEZZASOMA e M.J. REYES LOPEZ (a cura di) *op. cit.* p. 56.

¹⁷ Il cooperativismo (il movimento cooperativo) è una conseguenza della concomitanza di fattori politici, sociali, economici e delle esigenze specifiche dei suoi protagonisti e costituisce una risposta efficace alla lotta alle disuguaglianze tra le classi sociali e alle difficoltà di approvvigionamento incontrate dai più svantaggiati. In tal senso si veda quanto scritto da Angel Petriella, il quale ritiene che attraverso il cooperativismo si riesce a creare un profondo e radicale cambiamento sociale. Lo stesso autore infatti afferma "una ricca umanità che rende poveri...non si tratta di combattere la povertà ma la perversa distribuzione della ricchezza" v. *Amplius* A. PETRIELLA, *Lo cooperativo como herramienta de transformación social*, in *Revista idelcoop*, n. 211, 2013, p.114.

con il mondo, può raggiungersi quel processo di ampliamento di nuovi e proficui canali turistici, dedicati alla riscoperta di zone peculiari spesso non abbastanza valorizzate. Tuttavia tale nuovo sistema di far turismo implica un necessario processo di revisione di alcuni principi. Ci si riferisce in prima battuta a quanto previsto nella “Dichiarazione dei Motivi della Legge” sulle cooperative spagnole del 1990, in occasione della quale è stato ribadito che la cooperativa, in quanto istituzione socioeconomica, subisce l'effetto delle trasformazioni del tessuto sociale ove opera e dunque i principi che la regolamentano devono necessariamente adeguarsi al continuo mutare della società¹⁸.

Altro modello in linea con le iniziative delle istituzioni europee in materia di turismo, in particolare “sociale”, è quello italiano, pur non risultando particolarmente all'avanguardia in materia di turismo sostenibile¹⁹.

Dal punto di vista di chi “fa turismo” (vale a dire il turista), il fenomeno è stato classificato anche sotto il profilo costituzionale in relazione a diversi articoli della Carta. Innanzitutto come manifestazione della libertà di circolazione²⁰ (art. 16 Cost.) laddove, attraverso la pratica

¹⁸ M.I. FELIU REY e M.D. SANCHEZ GALERA, *La cooperativa como motor de sostenibilidad en el ámbito del turismo*, in *turismo y sostenibilidad*, L. MEZZASOMA e M.J. REYES LOPEZ (a cura di) *op. cit.* p. 59.

¹⁹ Secondo i dati raccolti dalla piattaforma “EPALE” della Commissione Europea nel 2016 il turismo ha prodotto un giro d'affari internazionale di 1.260 miliardi di dollari e il numero dei viaggiatori ha toccato il 1 miliardo e duecento mila persone secondo quanto riportato dall'UNWTO, l'Organizzazione mondiale delle Nazioni Unite per il turismo. Una risorsa per l'economia, ma anche un fenomeno complesso, le cui conseguenze in termini di impatto ambientale, culturale, sociale ed economico non possono essere ignorate. Per trasformare quello che potrebbe essere solo un impatto devastante, soprattutto in paesi del sud del mondo, dove la contaminazione culturale non è compensata da un'adeguata redistribuzione del reddito generato, o in luoghi ad alto valore naturalistico dove sono necessari interventi di protezione che hanno un costo, sono state indicate, supportate e promosse a livello globale nuove forme di viaggio, quali il turismo ambientale o sostenibile. Il turismo sostenibile coinvolge in una visione più ampia le culture e il territorio. Sempre secondo il UNWTO “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”. Rifacendosi ai principi dello sviluppo sostenibile, sanciti nell'Agenda 21 per il settore dei viaggi e del turismo del 1996, il turismo sostenibile deve essere: tollerabile a lungo termine dal punto di vista ecologico (sostenibilità ambientale), realizzabile sul piano economico (sostenibilità economica), equo sul piano economico e sociale per le popolazioni locali (sostenibilità sociale). Anche in Italia sta crescendo l'interesse per il viaggio rispettoso del pianeta. Gli italiani che dichiarano di praticare un turismo sostenibile sono circa il 16% secondo quanto affermato dal sesto rapporto “Italiani, turismo sostenibile ed ecoturismo”, pubblicato lo scorso febbraio, a cura di IPR Marketing e Fondazione Univerde. L'Italia è ancora indietro nel diventare destinazione rispettosa dell'ambiente. Secondo l'*Environmental Performance Index* (EPI) sui 180 presi in esame nel 2016, i 10 più rispettosi dell'ambiente sono risultati, nell'ordine, Finlandia, Islanda, Svezia, Danimarca, Slovenia, Spagna, Portogallo, Estonia, Malta e Francia (l'Italia è solo 29esima). Per un maggior approfondimento si veda <https://ec.europa.eu/epale/it/node/26472>

²⁰ Per un maggiore approfondimento cfr. F.S. MARINI e D. MORANA, *Appunti di diritto pubblico del turismo*, Napoli 2007, p. 24 ss.

del turismo, si da voce alla sua più comune forma, ovvero la circolazione delle persone e dei mezzi. Se invece lo si vuole considerare nella sua veste contrattualistica, e cioè, in relazione ai rapporti con le imprese turistiche, occorre valutarlo alla luce delle disposizioni in materia di protezione del consumatore, le quali possono implicitamente trarsi dall'art. 41, 2° comma, Cost., mentre sono chiaramente espresse nel Trattato sul funzionamento dell'Unione europea²¹. In quest'ottica appare evidente che il turismo ruota intorno a diversi valori costituzionali, valutabili a seconda di un diverso punto di vista se ad osservare il fenomeno è l'operatore del settore ovvero il turista: infatti, “nella prospettiva dell'imprenditore (e dello sviluppo economico del Paese) è la libertà d'impresa ad emergere; nella prospettiva delle principali mete turistiche, è l'interesse pubblico alla conservazione (e valorizzazione) dei beni culturali ed ambientali che si erge; nella prospettiva del turista, sono almeno la libertà di circolazione e la protezione nel rapporto contrattuale, i valori di riferimento, ma altri potrebbero essere evidenziati. Sempre nella prospettiva del turista, emerge altresì l'interesse pubblico alla fruizione del patrimonio culturale: ciò significa, ad esempio, garanzia minima di accesso ai musei, apertura al pubblico dei siti, accessibilità e godibilità degli stessi”²².

È evidente come, da tale breve confronto, a differenza di altri Paesi, il Regno Unito non sembra aver investito nella promozione del turismo sociale e sostenibile, nonostante le iniziative promozionali dell'Unione Europea.

3. *La realtà sociale nel regno unito e il turismo sociale e sostenibile*

La *Development of tourism act* del 1969 è ancora oggi l'unica fonte normativa che regola il turismo nel regno Unito; essa prevede la creazione di un'Autorità turistica britannica e di comitati turistici per l'Inghilterra, la Scozia e il Galles con l'intento di promuovere lo sviluppo del turismo verso e all'interno della Gran Bretagna, prevedere la fornitura di assistenza finanziaria da fondi pubblici per la costruzione di nuove strutture ricettive nonché il miglioramento degli alberghi già esistenti, implementare le possibilità lavorative e garantire che i prezzi praticati siano equi e ben conosciuti. La legge si compone di 51 articoli (c.d. *parts*) e in apertura è ben evidenziata la sua *ratio*. Nella sezione I rubricata “*The Tourist Authority and the Tourist Boards*” il primo

²¹ Tra gli autori che hanno trattato l'argomento si v. V. FRANCESCHELLI e F. MORANDI, *Manuale di diritto del turismo*, Torino 2013, p. 5 ss.

²² V. FRANCESCHELLI e F. MORANDI, *op. cit.* p. 7 ss.

articolo enuncia: *Establishment of British Tourist Authority, English Tourist Board, Scottish Tourist Board and Wales Tourist Board and Scottish Tourist Board: (1) For the purposes of this Act there shall be established three bodies to be known respectively as the British Tourist Authority, the English Tourist Board, VisitScotland and the Wales Tourist Board. (2) The British Tourist Authority shall consist of (a) a chairman and not more than five other members appointed by the Secretary of State for Trade; and (b) the chairman of the English Tourist Board, the chairman of VisitScotland and the chairman of the Wales Tourist Board, a person appointed by the National Assembly for Wales; (3) The English Tourist Board shall consist of a chairman and not more than six other members appointed by the Secretary of State for Trade and VisitScotland shall consist of a chairman and not more than six other members appointed by the Secretary of State for Scotland and the Wales Tourist Board shall consist of a chairman and not more than other members appointed by the Secretary of State for Wales*²³.

In forza dei protocolli d'intesa stipulati con l'Ente per il turismo dell'Irlanda del Nord e le isole *offshore* di *Guernsey, Jersey* e Isola di Man, *VisitBritain* ospita altresì informazioni circa tali territori sul proprio sito *web*. Il portale per la navigazione dell'Ente nazionale Britannico per il turismo è stato creato nell'aprile 2003 per promuovere la Gran Bretagna e per incentivare il flusso dei visitatori in e verso l'Inghilterra e nasce dalla fusione tra la *British Tourist Authority* e l'*English Tourism Council* il quale era un ente pubblico del Dipartimento per la cultura, i media e lo sport²⁴. Nonostante il formale impegno del governo nell'attività di promozione e valorizzazione del turismo, dai dati *Eurostat* dell'anno 2016, emerge che nel Regno Unito soltanto il 40% della popolazione ha dichiarato di andare in vacanza almeno una volta all'anno. Probabilmente parte di questa popolazione decide spontaneamente di non viaggiare o di non voler godere di una va-

²³ Istituzione di Autorità turistica britannica, Ente per il turismo inglese, Scottish Tourist Board e Wales Tourist Board e Scottish Tourist Board: L“(1) Istituzione del *British tourist Authority*, ente per il turismo inglese: ai fini della presente legge, si devono stabilire [tre] organismi che devono essere conosciuti rispettivamente come autorità turistica britannica, ente per il turismo inglese e l'ente per il turismo del Galles. (2) l'ente turistico britannico si compone di: (a) un presidente e non più di altri cinque membri nominati dalla commissione per il commercio; (b) il Presidente dell'*English Tourist Board*, il presidente di “*VisitScotland*” e una persona nominata dall'assemblea nazionale per il Galles”. Attraverso la creazione di tale struttura organizzativa composta dall'autorità turistica britannica e dalle commissioni turistiche per l'Inghilterra, Scozia e Galles, l'*Act* del 1969 riesce a coordinare tutte le organizzazioni che compongono il settore turistico con voce (una volta per tutte) unanime tra i diversi stati componenti il Regno Unito. La legge ha altresì istituzionalizzato la creazione di commissioni turistiche per l'Inghilterra, la Scozia e il Galles, rispettivamente denominate: *VisitBritain*, *VisitScotland* e *VisitWales*”. Si badi bene che in qualità di agenzia nazionale per il turismo - ente pubblico non dipartimentale finanziato dal dipartimento per il digitale, la cultura, i media e lo sport , “*VisitBritain / VisitEngland*” svolge un ruolo unico nella costruzione del prodotto turistico inglese, aumentando l'attrattiva del profilo turistico della Gran Bretagna in tutto il mondo incrementando il volume e valore delle esportazioni turistiche e partecipando allo sviluppo dell'economia turistica dell'Inghilterra e della Gran Bretagna.

²⁴ Per un maggiore approfondimento si consulti il sito istituzionale: <https://www.visitbritain.com/it/it>.

canza; altra parte invece è costretta a non partecipare al momento ricreativo e rigenerativo che la vacanza certamente costituisce a causa di differenti motivazioni. Tali ragioni sono rappresentate da problemi economici e dalla scarsa partecipazione delle istituzioni alla fase organizzativa di soluzioni a carattere sociale²⁵.

Tuttavia, è proprio per le categorie più svantaggiate, come ad esempio le fasce sociali con redditi modesti, che il turismo sociale deve svolgere la sua essenziale funzione: lo scopo di tale declinazione del turismo sta, per l'appunto, nella promozione del principio di accesso a condizioni economicamente sostenibili per i più, nonché nell'opportunità di svago, proprio come definito dall'allora "BITS"²⁶, che trova la sua massima espressione nel prevedere vantaggi di tipo socio-ricreativi per chi vi partecipa, con conseguente ed ulteriore risvolto positivo sul capitale sociale e familiare, oltre che sul benessere soggettivo del turista.

Si deve altresì ricordare che, come più volte sottolineato dalla stessa Unione Europea, la pratica del turismo sociale, laddove correttamente compiuta, deve considerarsi quale catalizzatore di occupazione capace di offrire un importante contributo alla crescita economica delle comunità ospitanti, alle quali viene così garantita la possibilità di promuovere le loro peculiarità modulate, certamente, sulle offerte stagionali.

Nonostante il termine "sociale" ricordi un tipo di attività con accezione fortemente filantropica, tale coniugazione di turismo non differisce da quella comunemente intesa anche in termini di benefici per gli individui e per l'economia. È per tali ragioni che si può supporre che il turismo sociale sia capace di colmare le lacune del turismo generalmente inteso, vale a dire la sua inadeguatezza a valorizzare e promuovere le aree trascurate e le popolazioni che vi risiedono. Questo tipo di attività di promozione, che rappresenta una delle tante sfaccettature con le quali il turismo viene recepito, è stata accolta da molti Paesi europei²⁷ dove il turismo sociale è valorizzato ed ha trovato una propria identità normativa, tanto da costituire nucleo forte delle

²⁵ Cfr. E. ISO-AHOLA, *Towards a social psychology theory of tourism motivation: a rejoinder*, in *Annals of tourism research*, 1982, p. 256 ss.

²⁶ Con la dichiarazione di Montreal, "Per una visione umanistica e sociale del turismo" (adottata dal BITS nell'ambito dell'assemblea generale del 1996), i contenuti del turismo sociale vengono riattualizzati secondo una nuova prospettiva di sviluppo. Con essa, infatti, il turismo sociale apre a nuovi campi di applicazione cessando di essere "quell'insieme di rapporti e di fenomeni risultanti dalla partecipazione delle categorie sociali economicamente deboli al turismo", così come definito all'interno dello statuto del BITS.

²⁷ Tra chi ha operato una attenta comparazione con altri paesi europei dove il turismo sociale è ben normativizzato si può citare P. WRIGHT, "Regenerating seaside resorts: learning from spanish practice", *Tourism, issue 101, Winter, tourism society*, London, 2000, p. 122 ss.

politiche sociali nazionali, al contrario di quanto avviene in altri Paesi nei quali è del tutto affidato ad iniziative private. Il regno Unito fa parte di quest'ultima categoria, dato che per lo Stato il potenziale del turismo sociale rimane ancora molto fiavole. A nulla sono servite le dimostrazioni fornite dalle sempre più crescenti iniziative offerte sia dalla ricerca che dalla pratica sui benefici multidimensionali che il turismo sociale offre. Il concetto di questo tipo di turismo resta ancora interpretato in maniera non corretta e considerato quale “contentino” offerto dalle “charity house” per nuclei familiari che rasentano la soglia della povertà²⁸.

Quanto appena accennato si riflette a pieno nella realtà sociale dove il turismo continua ad essere considerato quale momento di benessere e lusso e dunque non necessario. A ciò si deve aggiungere che, dato l'aiuto fornito dallo Stato ai gruppi svantaggiati attraverso altre politiche e programmi, con altri benefici sociali, l'istituzione di un canale sociale del turismo appare superfluo, inopportuno e non realizzabile nell'attuale clima economico - politico.

4. *Il lavoro svolto dall' All party parliament group on social e sustainable tourism.*

Una interessante quanto autentica fotografia della situazione del turismo e del suo scarso impatto nel tessuto sociale nel Regno Unito, caratterizzata da molte ombre e poca luce, è offerta dall'indagine svolta dal *All-Party Parliamentary Group on Social Tourism*²⁹ il quale nel 2011 ha dato vita ad una approfondita riflessione sul fenomeno, analizzandone attentamente tutti gli aspetti ed evidenziando i significativi *gap* presenti nell'assetto legislativo in materia di turismo sociale.

In proposito, appare anzitutto doveroso chiarire che tale studio, di cui si analizzeranno i risultati, è stato guidato dai parlamentari Paul Maynard, Bob Russell, Tony Baldry, Anne Marie Morris, con i quali ha collaborato John McDonald, direttore della *Family Holiday Association*³⁰, il

²⁸Sul punto, C. RYAN, *Motives, behaviors, body and mind in the tourist experience*, 92nd ed., London, p. 148.

²⁹Tale gruppo di lavoro è stato formato alla fine del 2010, ed è composto da parlamentari di tutti i partiti. È un informale gruppo trasversale ad entrambe le *chambers* del parlamento inglese ed il suo obiettivo è quello di indagare e promuovere i benefici sociali ed economici che il turismo sociale sa offrire. I rappresentanti dei partiti non hanno uno *status* ufficiale all'interno parlamento e nessun potere formale, è invece da considerarsi quale opportunità per gli stessi parlamentari di discutere, esplorare e promuovere il loro comune interesse in questioni politiche-sociali specifiche.

³⁰*The family holiday association* è l'unico ente di beneficenza nazionale inglese dedicato a fornire vacanze al mare e gite giornaliere per famiglie alle prese con alcune delle sfide più difficili che la vita possa offrire. Da oltre 40 anni, questa associazione ha offerto e offre pause ricreative alle famiglie del regno unito alle prese con problemi come disabilità, malattie gravi e improvvise, lutti, problemi di salute mentale e violenza domestica. La “FHA” è fondata sulla con-

quale, in considerazione del rilievo sociale che ha l'associazione nel Paese, ha anche partecipato ad alcune sessioni di discussione in aula in veste di consulente speciale.

Il lavoro³¹ di tale gruppo di inchiesta, il cui scopo è quello di stimolare un proficuo ed attento dibattito sul futuro del turismo sociale nel Regno Unito, era inizialmente proiettato a favorire una cooperazione con altre parti interessate al processo di mappatura delle esigenze turistiche al fine di raccoglierne opinioni ed esperienze. Sin dalle prime battute i lavori sono stati accolti da positivi *feedback* da parte dei diversi interlocutori chiamati a collaborare al progetto, tanto da raccogliere numerose testimonianze offerte da molte organizzazioni del settore pubblico, privato e del volontariato inglese, oltre che da altri Paesi europei che hanno già attuato politiche sociali volte alla promozione di tale tipologia di turismo. Nel prosieguo dei lavori di analisi, poi, i responsabili del progetto hanno partecipato ad alcune sessioni di dibattito alla Camera dei Comuni, in occasione delle quali sono state approfonditamente analizzate le varie opinioni (talvolta tra loro contrastanti) sulla definizione di turismo sociale, sulla sua pratica nel Regno Unito e in Europa e sui benefici sociali ed economici che da esso si possono trarre; è stato, inoltre, affrontato il problema relativo al ruolo che governi locali e nazionale possono e devono svolgere nello sviluppo di questa particolare pratica di turismo.

L'inchiesta dell'*All-Party Parliamentary Group on Social Tourism* si è conclusa con una serie di raccomandazioni-chiave al fine di poter compiutamente attuare la pratica del turismo sociale nel quadro della politica pubblica del Regno Unito.

La premurosa quanto attenta attività svolta dal trasversale gruppo parlamentare che ha condotto tale studio ha evidenziato che, in considerazione del fondamentale ruolo del turismo

vinzione che le vacanze siano un'ancora di salvezza, non un lusso. La maggior parte dei destinatari a cui l'associazione si rivolge non ha mai goduto dei benefici di una vacanza in famiglia. I dati da loro forniti (www.familyholidayassociation.org.uk) dimostrano chiaramente che trascorrere del tempo in vacanza con la famiglia e lontano dalle lotte quotidiane può cambiare il modo di affrontare le battaglie giornaliere che le famiglie a cui l'associazione si rivolge, combattono. Le mete in cui tale associazione è specializzata riguardano soprattutto brevi soggiorni al mare; permettono inoltre di fare escursioni di un giorno - come una semplice giornata al mare o un'attrazione turistica locale o un museo - e occasionalmente altri tipi di pause, come viaggi di gruppo. Non offrono viaggi all'estero. Tutte le famiglie che supportano vengono a loro indirizzate da professionisti operanti nelle comunità locali. La loro rete di "*referral*" comprende insegnanti, assistenti sociali, operatori sanitari e altri enti di beneficenza. *The family holiday association* non riceve finanziamenti governativi, quindi il suo operato dipende interamente dalla generosità dei donatori, *fundraiser* e altri sostenitori.

³¹ *All-party parliamentary group on social tourism*, reportage *Giving Britain a break. Inquiry into the social and economic benefit of social tourism*, 2011.

nella politica di *welfare* e della necessità di attuare tali politiche sociali, le misure volte ad implementare questa così sfuggente categoria di turismo sono ormai da considerare necessarie.

È evidente, in considerazione dei risultati dello studio, l'opportunità di iniziare ad investire sullo sviluppo del turismo sociale, il quale non va più considerato come quell'attività che fornisce vacanze gratuite o sovvenzionate a coloro che non possono permetterselo, ma che invece riconosce nel tempo dedicato alla vacanza rigenerativa e all'utilizzo ricreativo del proprio tempo libero un importante impatto positivo sul benessere delle famiglie e sull'economia in generale.

5. Criticità del “*Giving Britain a break – inquiry into the social and economic benefit of social tourism*”

Alcune problematiche legate a questa tipologia di turismo sono rappresentate dal fatto che il "turismo sociale" è inteso in una varietà di modi, i quali, piuttosto che distinguere tale sfaccettatura dal turismo generalmente inteso – ammesso che debba esser distinto – e darne un significato peculiare, creano confusione contribuendo a non fornirne una precisa definizione. La mancanza di una definizione unanimemente condivisa, infatti, è oltremodo dannosa ad un necessario quanto augurabile sviluppo positivo del turismo sociale che, ad oggi, procede a passo estremamente lento.

È evidente che l'espressione "turismo sociale" non è capace di far emergere adeguatamente il significato del fenomeno e appare fortemente inadatta a dimostrarne il potenziale ed i benefici, al punto da preferire l'utilizzo di differenti termini; percezione questa, che appare ragionevole se si considerano le connotazioni che accompagnano la parola "sociale" nella lingua inglese³². A ciò si deve aggiungere che la promozione del turismo sociale nel Regno Unito è attualmente strettamente ancorata alla sua natura e al suo carattere filantropico e non già ad un momento necessario alla contribuzione del benessere del singolo.

Che il turismo sia maggiormente conosciuto nella veste di attività economica è una verità lapallissiana, ma non per questo la sua natura deve assumere tale esclusiva connotazione. È evidente, infatti, quanto il turismo sociale sia capace di offrire molteplici benefici per la società e

³² Nel lessico inglese spesso i termini “sociale” e “caritatevole” assumono, nel linguaggio parlato, lo stesso significato. Con il termine “*charity*” infatti si intende un sistema organizzato da associazioni pubbliche o private con l'intento di offrire denaro, cibo o assistenza gratuiti a coloro i quali si trovano in situazioni di indigenza (anche temporanea) poiché malati o non abbienti. Allo stesso modo, con il termine “*social*” si suole indicare l'attività compiuta proprio dalle organizzazioni che operano nel settore della beneficenza.

per gli individui: si fa riferimento in proposito alla promozione della pace, alla conoscenza e alla comprensione reciproca di diverse realtà, agli incrementi dell'attività lavorativa delle comunità ospitanti, alla promozione dello sviluppo, del progresso sociale ed individuale ed infine all'impatto positivo sulla salute fisica e mentale delle persone³³: è pertanto da condividere pienamente l'opinione di chi ha sostenuto che il turismo va al di là dei semplici profitti per le imprese³⁴.

Si può osservare infatti che il primario obiettivo del turismo ha carattere psicologico e da esso non si differenzia il turismo sociale, dal quale deriva una specifica domanda turistica ma non per questo differenti benefici finanziari. L'insieme di tutti questi vantaggi però non può non essere valutato anche sotto l'aspetto socio-psicologico poiché il turismo incentiva le persone a viaggiare nonché: "i benefici psicologici del tempo libero e dell'esperienza turistica derivano dall'interazione di due forze motivazionali: uscire dagli ambienti di routine e stressanti e cercare opportunità ricreative³⁵".

Nell'ampio scenario della letteratura dedicata al turismo, ha assunto un ruolo di analogo rilievo anche il turismo c.d. sostenibile³⁶, il quale, al pari di quello sociale, si è da poco affacciato nel panorama delle diverse declinazioni di far turismo, ma non per questo non ha, sin dalla sua nascita, saputo catturare l'attenzione degli operatori del settore. Sin dall'entrata in vigore della "Disability Discrimination Act del 1995³⁷", gli operatori nell'ambito del turismo hanno immediatamente colto la sfida di conglobare le esigenze del turista con mobilità ridotta a quelle del comu-

³³ Dati offerti dall'organizzazione mondiale del turismo delle nazioni unite (UNWTO) nel 1980 e dal Comitato economico e sociale europeo nel 2006. Si veda altresì: <http://www2.unwto.org/>

³⁴F. HIGGINS-DESBIOLLES, *More than an industry: the forgotten power of tourism as a social force* in *Journal tourism management* volume 27 issue 6, Pergamon, 2006, p. 1192 ss.

³⁵ Tra gli altri R.C. MANNELL, E. ISO-AHOLA, *Psychological nature of leisure and tourism experience* in "Annals of tourism research", volume 14, issue 3, 1987, p. 314 ss.

³⁶ H. XIAO; S.L.J. SMITH, *The maturation of tourism research: Evidence from a content analysis* in "Tourism analysis", volume 10, number 4, 2006, p. 10 ss.

³⁷ La legge sulla discriminazione dei disabili del 1995 è un provvedimento del Parlamento del Regno Unito successivamente abrogato e sostituito dall' *Equality Act* del 2010, (tranne che in Irlanda del Nord dove la legge del 95 è tutt'ora in vigore), ha definitivamente reso illegittimo qualsivoglia comportamento discriminatorio nei confronti di soggetti con disabilità in relazione all'occupazione, alla fornitura di beni e servizi, all'istruzione e ai trasporti; tale *act* è stato fortemente voluto dalla "Commissione per l'uguaglianza e i diritti umani", protagonista di numerose battaglie contro la discriminazione. Nell'Irlanda del Nord esiste una legislazione equivalente, la cui applicazione è tutelata dalla "Commissione per l'uguaglianza dell'Irlanda del Nord". La legge in esame rappresenta l'epilogo di una imponente campagna pubblica alla quale hanno partecipato oltre 100.000 persone; essa si è distinta soprattutto per l'ingente numero di manifestazioni pubbliche volte a costringere il governo a porre fine alla discriminazione statale e commerciale contro le persone disabili come già il *Race Relations Act* del 1976 e il *Sex Discrimination Act* del 1975 avevano fatto in materia di garanzia di parità di trattamento e divieto di discriminazione in base alla razza o al sesso.

ne viaggiatore. Da tale figura, che successivamente ha assunto la denominazione di turismo “accessibile”, si è sviluppato il turismo c.d. sostenibile il quale si occupa dei risvolti che la pratica del turismo ha sull’aspetto ambientale dei luoghi visitati³⁸.

Non v’è dubbio che le due declinazioni di turismo, sociale e sostenibile, assumono fondamentale rilievo in considerazione del potenziale ventaglio di diverse implicazioni di ordine pratico. La protezione dell’ambiente è solo un aspetto della sostenibilità, che se analizzato singolarmente non sembra capace di soddisfare da sé né i bisogni attuali né tanto meno i bisogni delle future generazioni. Potrebbe farlo, invero, soltanto laddove opportunamente modulato ad altre esigenze sociali (ad esempio la necessità di un lavoro retribuito, di una prospettiva nella propria vita e di uno sviluppo personale) e soprattutto laddove queste fossero già state raggiunte.

Non si può dunque parlare di categorie nettamente distinte. Infatti, il concetto stesso di turismo sociale, nonostante si sia connotato come quel turismo atto a consentire il riposo e il divertimento ad ampie fasce di lavoratori, nel corso del tempo si è venuto caratterizzando come un turismo aperto anche alle famiglie, ai giovani, agli anziani e a persone con diverse forme di disagi sociali e fisici, una pratica che rientra a pieno titolo nella più ampia definizione di turismo sostenibile³⁹; esso, proprio per le sue caratteristiche connesse alla socialità, alla crescita personale, al rispetto delle culture ospitanti, può costituire una forma di turismo sostenibile nel momento in cui pone l’attenzione oltre che sugli aspetti sociali anche sulle tematiche ambientali ed economiche.

Così come presentato, allora, il concetto di sostenibilità appare gravemente insufficiente a contribuire allo sviluppo del turismo sostenibile. Si deve tener conto che, relativamente alle garanzie statali in materia di accessibilità al turismo, la disabilità o la malattia non rappresentano i più frequenti ostacoli alla partecipazione turistica⁴⁰. Nel *mare magnum* di limiti alla partecipazione

³⁸ Sul punto G. SHAW, T. COLES, *Disability, holiday making and the tourism industry in the UK: a preliminary survey* in “*Tourist management*” volume 25 issue 3, 2004, p. 400.

³⁹ Secondo le schede *Eurostat*, nel 2012 ben il 46% di coloro i quali hanno deciso di non viaggiare, lo hanno fatto per ragioni economiche. Nel Regno Unito, l’inaccessibilità al turismo per ragioni economiche è stata la principale motivazione che ha spinto il cittadino a rinunciare a viaggiare il 30% della popolazione, infatti, ha dichiarato di non potersi permettere una settimana di vacanza all’anno causa motivi economici.

⁴⁰ In tal senso K. HUGHES, *Tourism satisfaction: a guided cultural tour in North Queensland* in *Australian psychologist*, volume 26 issues n. 3, p. 166 ss.

al turismo, i problemi di ordine economico rappresentano la ragione principale⁴¹. Tale esclusione non rappresenta forse una ancor più grave e ampia esclusione sociale a scapito di nuclei familiari fortemente svantaggiati? Così delineato infatti, il turismo nell'era della globalizzazione, della modernizzazione e della digitalizzazione non è più un fenomeno di massa liberamente disponibile, ma resta vincolato alla capacità economica e alla posizione sociale del singolo, per cui l'esigenza di trascorrere un periodo rigenerativo al di fuori della “*day by day routine*” appare non più come un diritto per tutti ma come una prerogativa per pochi⁴². Questa significativa percentuale di persone che non viaggiano a causa di vincoli di natura economica, è indice di poca attenzione rivolta all'assistenza sociale per determinate categorie di cittadini svantaggiati⁴³. Va da sé chiedersi se la responsabilità di tali disagi sia ascrivibile ad una cattiva gestione degli apparati governati dell'enorme potenziale del turismo ovvero intervengano altri fattori.

Se è vero però che le politiche sociali hanno l'obiettivo di offrire aiuto e supporto attraverso interventi pubblici con scopi ed effetti sociali variabili che comprendono anche una più equa distribuzione di risorse e opportunità per la promozione del benessere e della qualità della vita, e se è altrettanto vero che il turismo è uno degli strumenti con cui è possibile operare in tal senso, ci si interroga sul perché l'amministrazione pubblica non decida di investire in attività turistiche sociali rivolte agli stessi destinatari delle politiche sociali e cioè categorie di soggetti che più di altri hanno bisogno di momenti di svago dalle difficoltà che quotidianamente devono affrontare⁴⁴.

La risposta a questo interrogativo è forse da rinvenire nella diffusa opinione che il turismo in quanto tale è semplicemente un prodotto di consumo di lusso per cui fruibile soltanto da chi può permetterselo. Se così fosse verrebbero definitivamente depennati i benefici del turismo sociale, i miglioramenti nella salute fisica e mentale delle persone e delle famiglie, nonché più in generale i vantaggi educativi, culturali e comunitari fondamentali in un'ottica di maggiore

⁴¹ Dati raccolti attraverso la scheda *Eurostat- statistic explainer* 2018, consultabili al sito http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=tourism_statistics/it.

⁴² Non sono molto incoraggianti neppure i dati offerti dai *reports* della Commissione europea nell'anno 2009: secondo tali stime infatti il 74% della popolazione europea con un grado di istruzione medio-alta è in grado di permettersi una vacanza, mentre circa la metà dei lavoratori manuali (52%) non ha la possibilità di ritagliarsi un spazio ricreativo o di vacanza durante l'anno.

⁴³ Cfr. C. COOPER, J. FLETCHER, D. GILBERT, S. WANHILL, *Tourism: principles and practice*, Pitman publishing, London, 1993, p. 235 ss.

⁴⁴ v. *Amplius* World Tourism Organization, *Tourism development and the responsibility of the State*, WTO, 2000, Madrid, p. 31 ss.

integrazione culturale. La vacanza ha il potenziale necessario per affrontare l'esclusione sociale, la solitudine e l'isolamento, aiutando le famiglie a sentirsi tali. Chi poi dall'attuazione di tali politiche trarrebbe maggiori benefici sarebbero certamente bambini o fanciulli in tenera età. L'esperienza positiva della vacanza si riflette in maniera significativa sul comportamento dei bambini e sulla loro educazione, anche in via preventiva, con la possibilità di ridurre la necessità di interventi del settore pubblico in età successiva. È da qui allora che nasce l'esigenza di incorporare il turismo sociale nelle politiche di assistenza nazionale poiché il suo potenziale costituisce un efficiente deterrente di comportamenti antisociali oltre ad offrire maggiore integrazione nel tessuto sociale⁴⁵. Nonostante ciò però, non esiste una ricerca sul turismo che si concentri esclusivamente su gruppi socioeconomici così ampi e particolarmente vulnerabili.

Attualmente i disoccupati inglesi costituiscono un ingente sottogruppo di una più ampia fetta di popolazione con reddito basso⁴⁶ (dati questi in rapida crescita e simili in molti Paesi d'Europa): essi appartengono chiaramente al gruppo dei non partecipanti e sono, a ben vedere, doppiamente svantaggiati. Sono loro infatti a non godere dei requisiti di base del consumatore - lavoro regolare e reddito disponibile - e sono di fatto esclusi da uno stile di vita certamente più proficuo. Le loro attività ricreative vengono presto sacrificate a causa delle difficoltà economiche con le quali convivono e tendono così a trascorrere gran parte del proprio tempo libero tra le mura domestiche⁴⁷. Gli studi circa i legami tra disoccupazione e tempo libero dimostrano che l'attività di svago è capace di stemperare gli effetti psicologici negativi della disoccupazione⁴⁸. Come tale, è stato sostenuto che l'impatto positivo di attività di svago incidono significativamente sulla salute psicologica e contribuiscono a una migliore attività di ricerca di lavoro e maggiori possibilità di reimpiego⁴⁹.

⁴⁵United Nations, *Recommendations on tourism statistics*, UN, NEW YORK, 2010, consultabile al sito https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf.

⁴⁶Dati offerti dal *Department for work and pension* del Regno Unito. Consultabili all'indirizzo: <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-work-pensions>.

⁴⁷S. GLYPTIS, *Leisure & unemployment in Open University press*, 1989, p. 189 ss.

⁴⁸ *cf.* A. BRUNNER-SPERDIN, M. PETERS, A. STROBL, *It is all about emotional state: managing tourists experience* in "International journal of hospitality management" volume 31 issue 1, 2012, p. 27 ss.

⁴⁹ Studio condotto dalla *University of North London* "The economic and social impact of the national lottery", *research digest*, vol. 2, London, 2008 p. 58 ss.

6. *I benefici del turismo sociale e sostenibile*

I destinatari del turismo così praticato non sono certamente gli unici che possono trarre vantaggio dall'istituzione di politiche nazionali a loro rivolte; a loro, infatti, si affiancano gli operatori del settore turistico e del settore alberghiero. Il turismo sociale e sostenibile può aiutare ad alleviare problemi di tal ordine consentendo ai gruppi svantaggiati di accedere ad alloggi per le vacanze durante i c.d. "periodi di mezza stagione". Ciò porterebbe benefici non soltanto a chi svolge la propria attività nel settore accoglienza ma anche agli operatori nel settore trasporti, a chi si occupa di cultura, di vendita al dettaglio ecc. Sono molti, dunque, i protagonisti coinvolti che usufruirebbero dei vantaggi di un'auspicabile e significativa rigenerazione di destinazioni turistiche altrimenti dimenticate e che agirebbero oltremodo come stimolo per lo sviluppo economico regionale e locale; allo stesso modo un aumento di visitatori porterebbe a maggiori livelli di occupazione e di spesa "secondaria".

Come già accennato, i benefici del turismo sociale sono coerenti con i benefici che la partecipazione turistica ha per la popolazione in generale. Tuttavia, per le popolazioni economicamente e, di conseguenza, socialmente svantaggiate avere la possibilità di godere di una vacanza ha un valore aggiunto. Si è già detto come per i gruppi sociali con reddito basso, allontanarsi dall'ambiente domestico è particolarmente benefico sotto il profilo psicologico. A riprova di ciò è stato riscontrato che il 25% delle persone che vivono in una famiglia con basso reddito, spesso accusa sintomi tipici di forte stress mentale rispetto al 12% di coloro che invece hanno un reddito leggermente superiore alla media nazionale del Regno Unito⁵⁰. In altre parole, quelli esclusi dal turismo sono di solito quelli che ne trarrebbero maggiori benefici. Inoltre, sempre avendo riguardo ai benefici del turismo, questi non sono circoscritti al tempo trascorso in vacanza, ma continuano a riprodursi anche dopo, influenzando non solo il benessere psicofisico del singolo ma dell'intera comunità ospitante. Questi vantaggi sono stati evidenziati da chi ha contribuito a porre l'accento sull'esigenza di attuare nuove politiche sociali che comprendano anche la possibilità di andare in vacanza⁵¹. A tal proposito appare opportuno ricordare che, indipendentemente da ciò che causa la massiccia perdita di posti di lavoro, nell'attuale situazione economica la disoccupazione ha assunto dimensioni allarmanti.

⁵⁰ M. PAYNE *What is professional social work, policy press university of Bristol*, 2006, p. 105 ss.

⁵¹ Sul punto si veda L. MINNAERT, *Tourism as a form of social intervention: the holiday participation centre in Flanders in Journal of social intervention: theory and practice*, volume 18, issue 3, 2009, p. 42 ss.

7. *Conclusioni*

A differenza di altre forme di svago, il turismo sociale ha un profilo multidimensionale che si estende oltre i confini del proprio spazio vitale, fornendo esperienze nuove e appaganti al di là della dimensione di vita quotidiana e ordinaria⁵². Siffatto tipo di turismo, perciò, rappresenta un atto di esplorazione che offre agli individui l'opportunità di sperimentare contemporaneamente nuovi luoghi e culture, di partecipare a diverse attività e di allargare i propri orizzonti⁵³: è evidente che non può essere appannaggio esclusivo di pochi.

È per questo che tale tipologia di turismo deve essere considerata come quell'esperienza disponibile là fuori, che rende il viaggio utile⁵⁴, oltre ad essere uno strumento indispensabile allo sviluppo della persona e per ciò deve potersi rivolgere a tutte le categorie sociali, così da trasformare un semplice viaggio che permette di allontanarsi dal solito *habitat*, in uno stato mentale⁵⁵.

Camerino, agosto 2018.

⁵² E. COHEN, *The sociology of tourism: approaches, issues, and findings in annual review of sociology*, vol. 10, 1984; P.L. PEARCE, *Tourist behaviour, themes and conceptual schemes*, 2005 p. 80 ss.

⁵³ cfr. J. URRY, *The tourist gaze*, sage, 2002, p. 84 ss.

⁵⁴ v. *Amplius* E. COHEN, *op. cit.* p. 182.

⁵⁵ si veda J. JAFARI, *Tourist models: the sociocultural aspects in tourist management* vol. 8, issue 2, 1987.