

PREMESSA

Questo manuale non ha la pretesa di essere un trattato completo ed esauriente sul tema, bensì, più modestamente, uno strumento di consultazione e di lavoro per chi, in Italia, intende avviare esperienze di turismo di comunità.

Pertanto, dopo una riflessione sul concetto e sulla natura di questo fenomeno turistico ed una panoramica sulle esperienze più significative che si sono affermate in alcuni paesi del mondo, il manuale si rivolgerà alla realtà del nostro paese, cercando di individuare i percorsi che possono condurre alla nascita di forme di turismo di comunità che possano conseguire risultati significativi e ottenere successo.

Non mancherà l'esame di casi significativi e di buone pratiche, che possono costituire un punto di riferimento in virtù della loro replicabilità, quanto meno sul piano del metodo.

IL CONCETTO DI TURISMO DI COMUNITA'

Esistono varie definizioni di turismo di comunità, che presentano fra di loro forti analogie e alcune differenze, che derivano verosimilmente da sensibilità diverse ed esperienze maturate in contesti particolari; ma si tratta tutto sommato di sfumature, di sottolineature più che di differenze di sostanza.

Partiamo dalla definizione che viene data da Tourism Concern, storica e prestigiosa organizzazione britannica impegnata nella critica al turismo e nella diffusione di idee di turismo responsabile (www.tourismconcern.org)

Tourism that benefits local people

Community tourism (sometimes called community-based tourism) is a form of tourism which aims to include and benefit local communities, particularly indigenous peoples and villagers in the rural South (i.e. 'developing world'). For instance, villagers might host tourists in their village, managing the scheme communally and sharing the profits. There are many types of community tourism project, including many in which the 'community' works with a commercial tour operator, but all community tourism projects should give local people a fair share of the benefits/profits and a say in deciding how incoming tourism is managed.

Community tourism should...

- *Be run with the involvement and consent of local communities. (Local people should participate in planning and managing the tour.)*
- *Give a fair share of profits back to the local community. (Ideally this will include community projects (health, schools, etc).)*

- *Involve communities rather than individuals. (Working with individuals can disrupt social structures.)*
- *Be environmentally sustainable. (Local people must be involved if conservation projects are to succeed.)*
- *Respect traditional culture and social structures.*
- *Have mechanisms to help communities cope with the impact of western tourists.*
- *Keep groups small to minimise cultural / environmental impact.*
- *Brief tourists before the trip on appropriate behaviour.*
- *Not make local people perform inappropriate ceremonies, etc.*
- *Leave communities alone if they don't want tourism. (People should have the right to say 'no' to tourism.)*

Come si vede da questa definizione gli aspetti salienti del turismo di comunità possono essere così riassunti:

1. Ruolo della comunità locale nel decidere la programmazione e la gestione del turismo; la comunità può anche decidere di non volere il turismo
2. Ricadute economiche eque sulla comunità, anche in termini di sostegno a progetti di interesse collettivo
3. Sostenibilità ambientale del turismo, anche attraverso l'accoglienza a piccoli gruppi
4. Rispetto della cultura tradizionale e delle strutture sociali
5. Difesa della comunità locale dagli impatti esterni, che possono essere ridotti anche attraverso un'adeguata preparazione dei turisti al viaggio
6. No alla folclorizzazione e banalizzazione della vita e della cultura locale

Vediamo ora la descrizione fornita da responsibletravel.com, un portale britannico molto affermato nel turismo responsabile (www.responsibletravel.com):

A community by definition implies individuals with some kind of collective responsibility, and the ability to make decisions by representative bodies.

Community based tourism is tourism in which local residents (often rural, poor and economically marginalised) invite tourists to visit their communities with the provision of overnight accommodation.

The residents earn income as land managers, entrepreneurs, service and produce providers, and employees. At least part of the tourist income is set aside for projects which provide benefits to the community as a whole.

Community based tourism enables the tourist to discover local habitats and wildlife,

and celebrates and respects traditional cultures, rituals and wisdom. The community will be aware of the commercial and social value placed on their natural and cultural heritage through tourism, and this will foster community based conservation of these resources.

The tourist accommodation and facilities will be of sufficient standard for Western visitors, albeit those expecting simple rural accommodation. The community will be required to have continuous access to a phone (which might be required for medical assistance) and daily access to email (which will be required by operators to confirm bookings).

The community may choose to partner with a private sector partner to provide capital, clients, marketing, tourist accommodation or other expertise. Subject to agreement to the ideals of supporting community development and conservation, and to planning the tourism development in partnership with the community, this partner may or may not own part of the tourism enterprise.

In questa descrizione si entra nel merito di alcuni aspetti aggiuntivi.

Viene menzionato uno degli effetti positivi del turismo di comunità: non soltanto la collettività riceve un beneficio dal turismo, ma acquista anche consapevolezza del valore sociale e anche commerciale del proprio patrimonio naturalistico e culturale ed è pertanto stimolata alla sua conservazione.

Si entra anche nel merito della qualità del servizio di ospitalità e di aspetti di natura organizzativa: standard adeguati ad ospiti che vengono, si dice, dall'Occidente (cioè da paesi ricchi), ancorché preparati ad una ospitalità rurale semplice, accesso al telefono, esistenza della posta elettronica.

Viene citata la possibilità di collaborazione commerciale con partner imprenditoriali anche esterni alla comunità, ma che si dichiarano d'accordo sull'obiettivo di sostenere lo sviluppo della comunità e di pianificare il turismo in partenariato con la comunità stessa. Dunque, esclusione di forme di imprenditorialità di rapina o speculative.

In letteratura esiste un'infinità di definizioni e di descrizioni, il loro esame sistematico e approfondito ci porterebbe ad una trattazione che va oltre gli obiettivi del presente manuale.

Concludiamo la rassegna con la descrizione fornita da Community Empowerment Network (www.endruralpoverty.org)

Many of the world's most beautiful resources exist in endangered habitats and vulnerable communities. Community-based ecotourism is a form of ecotourism that emphasizes the development of local communities and allows for local residents to have substantial control over, and involvement in, its development and management,

and a major proportion of the benefits remain within the community. Community-based ecotourism should foster sustainable use and collective responsibility, but it also embraces individual initiatives within the community. [1][2]

With this form of ecotourism, local residents share the environment and their way of life with visitors, while increasing local income and building local economies. By sharing activities such as festivals, homestays, and the production of artisan goods, community-based tourism allows communities to participate in the modern global economy while cultivating a sustainable source of income and maintaining their way of life. A successful model of community-based tourism works with existing community initiatives, utilizes community leaders, and seeks to employ local residents so that income generated from tourism stays in the community and maximizes local economic benefits.

Although ecotourism often promises community members improved livelihoods and a source of employment, irresponsible tourism practices can exhaust natural resources and exploit local communities. It is essential that approaches to community-based ecotourism projects be a part of a larger community development strategy and carefully planned with community members to ensure that desired outcomes are consistent with the community's culture and heritage. In many ways, participants are not employees, but managers. Community-based tourism initiatives decrease poverty not only by increasing income but also by providing residents of rural communities with the tools and knowledge necessary for long-term critical thinking and decision-making. Tourism is no panacea; community-based ecotourism and responsible tourism should be part of wider sustainable development strategies.

CEN's principles for community-based tourism

Identity: *Respect and preserve all the characteristics of the environment, help residents reclaim historical practices, revitalize productive activities, highlight the ethnic background of the population, and highlight the unique aspects of the locality, such as topography, climate, architecture, cuisine and handicrafts.*

Roots and Customs: *Highlight local cultural practices so that communities share their cultures and traditions with tourists with authenticity. Invaluable educational opportunities such as homestays and town-hall-style round of talks are encouraged so that tourists and local community members can mutually share cultural aspects such as food, music, folklore, and goods. Both visitor and community cultures will always be treated with appreciation and respect.*

Ecological Consciousness and Harmony: *Seek to conserve natural ecosystems and cultures by being a part of a larger development plan. All plans have a low impact on the local environment while highlighting the unique aspects of the locality, such as*

topography, climate, and architecture. The conservation of nature and rigorous concern with the environment influence the development of infrastructure for community-based ecotourism activities (i.e. building houses, roads, showers, etc.).

Local Control: *Local control of the community-based ecotourism industry. Local leadership leads plans and encourages clear and transparent decision-making. Community members actively make decisions on strategies and acceptable levels of tourism based upon the community's culture, heritage and vision. Strategies also equip local communities with the tools and knowledge necessary for decision-making, and to build effective structures to enable the community to influence, manage and benefit from ecotourism development and practice.*

Sustainable Economic Development: *Stimulate the local economy by generating income through the sustainable use of natural resources. All plans seek to ensure that the local population has an equitable share in benefits.*

La descrizione del turismo di comunità, considerato come una forma di ecoturismo, è in questo caso ampia e approfondita.

Vengono posti in evidenza alcuni aspetti particolarmente significativi: il turismo di comunità come componente e risultato di una strategia generale di sviluppo di un territorio; il suo impatto non solo economico ma anche strutturale e infrastrutturale (costruzione di edifici, strade, attivazione di servizi) ma pur sempre in un quadro di sovranità della popolazione nell'assumere le decisioni, di rispetto della cultura locale, di sostenibilità ambientale e di condivisione dei benefici generati dal turismo.

Viene anche posta in rilievo la possibilità offerta ai visitatori o ospiti di condividere con gli abitanti e componenti della comunità la vita culturale, le tradizioni, la cucina, la musica, in un contesto di rispetto reciproco.

Si potrebbe continuare nella rassegna, ma ci fermiamo qui, ci pare che il concetto sia sufficientemente delineato e che le descrizioni siano esaustive.

LA DIFFUSIONE DEL TURISMO DI COMUNITA'

Il turismo di comunità ha trovato occasioni di affermazione e di diffusione in paesi del Sud del Mondo, vale a dire in America Latina, Africa, Asia e, per lo più, in aree arretrate sotto il profilo economico e imprenditoriale, aree interne non ancora toccate dal turismo, aree montane o all'interno di foreste.

Si tratta in genere di luoghi dove vivono comunità piccole, con seri problemi di sviluppo economico, talvolta colpite da fenomeni o da rischi di emigrazione; luoghi

normalmente di non eccezionale attrattività turistica e per questo finora turisticamente non sviluppati.

Le comunità, spesso con la collaborazione di ONG, Organizzazioni Non Governative titolari di progetti di cooperazione, sono in grado di offrire ai visitatori territori di interesse naturalistico, ancorché ancora poco conosciuti; la cultura locale che possiede una propria identità, e che però può rischiare di essere stravolta o banalizzata; produzioni agricole, dell'allevamento o della caccia e pesca, e cucina tipica; artigianato autentico; tradizioni, credenze e stili di vita che discendono da consolidati sistemi valoriali e dalla storia locale; talvolta monumenti storici e bellezze artistiche di notevole pregio e interesse.

Non si creda che le esperienze di turismo di comunità siano sempre coronate da successo; in letteratura e nei convegni vengono purtroppo descritti i numerosi casi di fallimento dovuti a cause di varia natura: la non adeguata valutazione a priori delle reali potenzialità e condizioni oggettive; le rivalità e gelosie locali; errori commessi dalle ONG, a volte concentrate più sulla realizzazione formale del progetto che sui suoi effettivi risultati da conseguire; standard qualitativi dell'ospitalità non adeguati; l'assenza o la debolezza della strategia di marketing e di comunicazione. Il risultato è che i turisti non arrivano, o se arrivano, ripartono insoddisfatti; la comunità subisce la frustrazione dell'insuccesso e l'esperienza viene abbandonata, ovvero vengono richiesti ulteriori progetti producendo così una prassi ed una mentalità di dipendenza dai donors e dalle ONG, con tratti di assistenzialismo.

Esistono però anche numerose esperienze di successo, maturate in paesi diversi, dai Caraibi all'America Meridionale, da paesi africani sia francofoni che anglofoni, da paesi asiatici in via di sviluppo.

Negli ultimi anni in alcuni paesi si è ritenuto opportuno regolamentare il fenomeno, con l'obiettivo di sostenerlo e diffonderlo.

In Costa Rica è in vigore la Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario (CANTURURAL).

L'art. 2 fissa gli obiettivi e contiene tutti i principi fondamentali del turismo di comunità: il rispetto ambientale, il rispetto della comunità locale e delle sue tradizioni, la sostenibilità economica ed equità nelle ricadute e la creazione di opportunità di lavoro, la possibilità di creare servizi sociali per la comunità, la riduzione della povertà, la soddisfazione degli ospiti che accrescono la loro conoscenza e la loro consapevolezza rispetto ai problemi della sostenibilità. Si aggiunge anche l'obiettivo della tolleranza interculturale, che è un tema vivo nelle

comunità latinoamericane, soprattutto nelle aree interne dove convivono popolazioni autoctone, popolazioni di origine europea e, in alcuni paesi, popolazioni di origine africana.

ARTÍCULO 2.-Objetivos de esta Ley

Son objetivos de esta Ley los siguientes:

- a) Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- b) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivos, y sus valores tradicionales, así como contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- c) Asegurar actividades económicas viables a largo plazo que reporten beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos, así como servicios sociales para las comunidades anfitrionas, que contribuyan a reducir la pobreza.
- d) Promover que el turismo rural comunitario tenga un alto grado de satisfacción entre los turistas y que este represente para ellos una experiencia significativa, los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente prácticas turísticas sostenibles.

In Ecuador opera dal 2002 la legge che riconosce e sostiene l'associazione del turismo di comunità denominata Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, che conta un centinaio di esperienze nel paese.

In Bolivia è in vigore la Ley de turismo che prevede il “turismo de base comunitaria”

La “Red de turismo comunitario de America Latina”, RedTours, presenta nel suo sito l'elenco di 317 realtà di turismo comunitario distribuite in 14 paesi.

Il turismo di comunità è ormai presente in tantissimi paesi, una anche sommaria ricerca ci fa incontrare esperienze in Thailandia e Zimbabwe, in Senegal e Cambogia, in Gabon e Kyrgysztan, in Zambia e in tutti i paesi sudamericani.

I principi sono sostanzialmente sempre gli stessi, l'unica novità di rilievo è costituita, come abbiamo visto, dal fatto che parecchi paesi legiferano in materia, riconoscono e sostengono il turismo di comunità che viene considerato idoneo a combattere la povertà, a contribuire allo sviluppo economico, a produrre posti di lavoro, nel rispetto della natura e della cultura locali. Anche le agenzie internazionali, che fanno riferimento all'ONU, come l'Organizzazione Mondiale del Turismo, sostengono espressamente il turismo di comunità, in particolare attraverso i progetti ST-EP, Sustainable Tourism for Eliminating Poverty.

IL TURISMO DI COMUNITA' IN ITALIA

Come abbiamo avuto modo di vedere, il turismo di comunità si è sviluppato inizialmente in paesi del Sud del Mondo.

Tuttavia nei primi anni Novanta viene avviata in Italia una riflessione sul valore universale dei principi e dei valori del turismo responsabile, di cui il turismo di comunità rappresenta una delle forme possibili, forse la più autentica ed avanzata.

La riflessione parte da AITR, Associazione Italiana Turismo Responsabile, che nel 2002 approva una Carta chiamata "Bel Paese Buon Turismo" in cui i principi e le regole del turismo responsabile sono sottoposti ad una rilettura analitica e ad una declinazione adattata alla realtà di un paese con una lunga e consolidata storia di turismo.

La Carta propone un turismo il più possibile immune dalle cosiddette patologie riscontrate nei paesi del Sud del Mondo (assenza di un ruolo attivo delle popolazioni locali nelle decisioni, perdita di guadagno a favore di imprese estere, dissesto ambientale, banalizzazione della cultura locale, ingenerarsi di problemi sociali e umani gravissimi come la prostituzione anche minorile ecc.) e orientato decisamente alla valorizzazione del patrimonio culturale locale sia materiale che immateriale, alla ricerca di aspetti identitari nell'offerta turistica, alla interrelazione positiva fra turisti e residenti, all'affermazione della sovranità delle popolazioni locali nelle scelte relative allo sviluppo turistico, alla creazione in loco di occasioni di imprenditorialità, occupazione e reddito.

Se questi principi valgono a livello generale, per qualsiasi località e qualsiasi territorio, ancora di più vanno affermati per le aree del paese che appaiono più arretrate sotto il profilo economico e sociale; località, per lo più dell'entroterra, colpite da pesanti fenomeni di emigrazione, di invecchiamento, dove il tasso di

dipendenza si avvicina a soglie di non ritorno, dove una alla volta chiudono tutte le attività sociali ed economiche, sia pubbliche che private, la scuola, l'ufficio postale, i negozi, il bar....

In particolare il fenomeno riguarda la lunghissima fascia appenninica, che ha subito vistosi processi di emigrazione verso le città della pianura e di mare e verso paesi stranieri.

Per primo il GAL (Gruppo di Azione Locale) del Frignano e dell'Appennino Reggiano, costituito in forma cooperativa, avvia nel 2003 un'azione di sostegno ad eventuali esperienze di turismo di comunità, prevedendo forme di cofinanziamento alle varie iniziative finalizzate alla costruzione del prodotto e alla sua promozione.

Nel territorio esistono alcune precondizioni: area montana con popolazione in decrescita, alcune attività economiche ancora presenti, un tessuto storico di cooperazione che può favorire la collaborazione fra le persone, l'esistenza di alcune realtà (cooperative, associazioni, Pro Loco) già orientate al rilancio collettivo delle località in cui sono insediati.

Grazie all'azione del GAL, ispirata da AITR e dal movimento cooperativo, vengono avviate alcune esperienze, che meritano di essere sia pure sommariamente descritte.

La cooperativa Briganti di Cerreto

Nasce e si sviluppa a Cerreto Alpi, un antichissimo paesino del crinale appenninico in provincia di Reggio Emilia, al confine con la Toscana, passato dai circa mille abitanti negli anni Trenta del secolo scorso ad una settantina agli inizi del secolo attuale. Nel paese non è rimasta quasi nessuna attività produttiva e commerciale, i giovani sono pochissimi, e soltanto d'estate, con il rientro temporaneo degli emigrati, il paese si ripopola e si rivitalizza, per poi restare di nuovo abbandonato già a fine agosto.

Ma nasce la cooperativa animata e guidata da un gruppetto di giovani, seguita con interesse e consenso dall'intera popolazione. Con il sostegno del GAL, del Parco Nazionale dell'Appennino Tosco Emiliano e di altre istituzioni locali, viene avviata una serie di azioni che si rivelano efficaci. Recuperato l'antico mulino ad acqua, che mantiene una funzione museale che si accompagna con la realizzazione di posti letto al suo interno, in una posizione spettacolare. Recuperato il vecchio metato o essiccatoio delle castagne, che incoraggia la ripresa della coltivazione del frutto che per secoli costituì il principale alimento della popolazione; viene avviata la produzione di farina di castagne. Il parroco mette a disposizione la canonica ormai vuota, ma adatta per il soggiorno di gruppi. Riprende l'attività il ristorante. Alcuni abitanti si attrezzano per offrire ospitalità nelle loro case e appartamenti rimasti

vuoti. I cacciatori accompagnano i visitatori a osservare dalle altane gli animali che all'imbrunire escono dal bosco: cervi, cinghiali, caprioli. Vengono organizzate escursioni a piedi, con le ciaspole, a cavallo nonché la ricerca dei funghi e di altri prodotti del sottobosco. Grazie ad accordi con altri operatori dei dintorni le attività si allargano alla visita di caseifici (produzione del Parmigiano Reggiano), all'allevamento della trota, alle emergenze naturalistiche del Parco Nazionale.

Vengono organizzati eventi, come la Notta Oscura, la rievocazione della transumanza, il recupero di processioni religiose dimenticate.

Tutta la popolazione è coinvolta, e il reddito generato trova forme di distribuzione equa.

L'attività turistica si combina con altre attività svolte dalla cooperativa, come i lavori forestali e le opere di recupero e di manutenzione.

La cooperativa acquisisce degli immobili e ne avvia la ristrutturazione a fini turistici per aumentare la ricettività che si rivela troppo scarsa a fronte della crescita della domanda. Viene avviata anche la realizzazione di un campeggio nelle vicinanze.

Aumenta il valore immobiliare delle case e tutti i proprietari ne sono ovviamente soddisfatti.

A Cerreto arrivano di continuo studiosi, ricercatori, laureandi che stanno scrivendo la tesi, giornalisti, sindaci e amministratori pubblici che desiderano replicare l'esperienza nelle loro terre. La Commissione Europea inserisce l'esperienza di Cerreto fra le 20 giudicate più innovative.

La cooperativa Valle dei Cavalieri

Nata a Succiso, in comune di Ramiseto, provincia di Reggio Emilia, a seguito di una disastrosa frana che negli anni '70 aveva prodotto emigrazione e abbandono delle attività, la cooperativa Valle dei Cavalieri ha saputo reagire mettendo insieme le residue energie disponibili nel territorio.

Oggi la cooperativa gestisce un allevamento di pecore in cui produce formaggio pecorino e ricotta. Un affermato agriturismo, con camere e ristorante. Un bar che è divenuto punto di aggregazione per la popolazione locale e per gli avventori che vengono da fuori. Un negozio di generi alimentari. Ospita nei propri locali l'ufficio postale che rischiava la chiusura. Ospita un centro di informazioni del Parco Nazionale. Offre il noleggio di mountain bike. Gestisce un pullmino per portare i bambini a scuola.

Il paese si è rigenerato, la comunità intera trae vantaggio dall'esistenza della cooperativa.

Sono usciti articoli sulla stampa fortemente elogiativi, la cooperativa ha acquisito notorietà e sono giunte delegazioni dall'estero, persino da paesi asiatici.

Le due cooperative hanno storie differenti e svolgono attività diverse fra di loro, ma condividono tratti comuni, e cioè l'obiettivo di produrre uno sviluppo in controtendenza rispetto ad un destino, che sembrava irrimediabile, di declino e di abbandono definitivo. Il successo è stato netto e indiscutibile e le due esperienze hanno il grande pregio di essere replicabili in qualsiasi altro contesto che presenti analogie nei problemi e nelle criticità.

Altre esperienze sono state generate altrove, ci limitiamo a citarle brevemente, la finalità del manuale non è di fornire una rappresentazione completa, che per altro rischia di essere superata dopo poco tempo, bensì di delineare linee guida, metodologie, affrontare aspetti critici e problematici, fornire qualche risposta.

L'Innesto. La cooperativa nasce e si sviluppa in Val Cavallina, nelle Prealpi Bergamasche. Combina vari tipi di attività, sia di servizio agli enti pubblici locali che alla popolazione, con attività proprie, in particolare, di natura turistica. Ha una consistente base sociale ed un elevato numero di soci lavoratori e dipendenti. Attraverso un Progetto Integrato d'Area di cui è stata promotrice e protagonista, è stata capace di compiere ulteriori investimenti nella ricettività, nella ristorazione e nei servizi e oggi rappresenta il soggetto economico più dinamico dell'intera valle. Viene considerata uno degli esempi di maggior successo di cooperativa di comunità.

Cogecstre. Non si tratta di una singola cooperativa ma di un piccolo raggruppamento di cooperative consorziate che offrono a Penne, in Abruzzo, alloggio, ristorazione, servizi didattici, gestiscono un Centro visita e laboratori didattici, hanno una ricca attività editoriale nel campo naturalistico, una falegnameria, producono cereali e altri prodotti agroalimentari di pregio. Il loro insediamento territoriale è molto forte così come la reputazione di cui godono localmente. Il territorio circostante beneficia della loro presenza e nei dintorni sono nate altre attività turistiche.

A Parma. Grazie al diretto impegno della Provincia che ha messo a disposizione risorse finanziarie per lo start up e l'assistenza tecnica e grazie anche all'impegno delle locale Legacoop, sono nate due cooperative di comunità a Scurano, nel Comune di Neviano degli Arduini (coop Fusso.com) e a Bosco di Corniglio (coop. Cento Laghi): nate di recente, puntano sull'attività turistica.

Miglierina. Con la collaborazione di Legacoop Calabria e del Comune si è costituita la cooperativa Il Miglio, che gestisce un albergo diffuso e ha riattivata una tradizionale attività di produzione artigianale tessile.

LE CONDIZIONI

Questa pur breve e necessariamente incompleta rassegna di esperienze avviate ci permette di passare ad una seconda fase di trattazione della materia, quella dedicata all'analisi delle condizioni per poter procedere all'avvio di una iniziativa di turismo di comunità in Italia.

Si tratta di una materia complessa, che ha implicazioni di natura diversa, sociale, culturale, economica, giuridica e che pertanto non ha soluzioni univoche e imm modificabili. I percorsi che possono essere seguiti sono molto diversi fra di loro, con tante variabili e alternative.

Però possiamo delineare alcune piste.

Innanzitutto **l'esistenza di una comunità**, cioè di un nucleo di persone che vivono nello stesso luogo, affrontano più o meno gli stessi problemi e condividono un'idea, un progetto, degli obiettivi.

Dall'esterno possono pervenire dei rinforzi, ad esempio abbiamo verificato che gli emigrati, pur non facendo più parte, in senso stretto, della comunità locale, possono intervenire con un appoggio alle iniziative, rendendo ad esempio disponibili immobili di loro proprietà (si pensi al caso degli alberghi diffusi) o mettendo in campo delle risorse economiche. L'associazione culturale di Cerreto Alpi conta circa 500 iscritti a fronte di una popolazione di 70 abitanti.

La comunità locale è però quella costituita dagli **abitanti stabili**, da coloro che attraverso il turismo di comunità individuano degli obiettivi di comune interesse: rendere attraente il loro paese, valorizzarne la storia, i monumenti, le bellezze naturali, la cultura, i prodotti; organizzare insieme l'accoglienza e l'ospitalità; stabilire un rapporto cordiale e amichevole con gli ospiti; trarre dall'attività turistica dei benefici economici e di lavoro in forma il più possibile equa, e cioè, ben distribuita.

La **distribuzione equa delle ricadute economiche** appare molto importante per creare e mantenere consenso attorno all'iniziativa ed evitare e prevenire le possibili rivalità, gelosie, incomprensioni che si generano quando ci sono pochi che guadagnano e molti che restano a bocca asciutta. Sia ben chiaro, possono esserci persone che non intendono trarre vantaggi economici dall'iniziativa ma che sono soddisfatti per il fatto stesso di parteciparvi, e che pertanto operano in una logica di volontariato; ad esempio, persone molto anziane, che sono disponibili a raccontare agli ospiti vecchie storie del paese, a mostrare raccolte di foto o collezioni, ad accompagnare i turisti per le vie spiegando le insegne, i toponimi, mostrando le maestà, le fontane, il lavatoio, descrivendo la vita del passato, gli usi e i costumi....come fanno nelle città i greeters, che accompagnano gratuitamente i loro ospiti per qualche ora, mostrando la vita di tutti i giorni e le cose curiose che

sfuggono alle guide turistiche. Ci sono persone che preferiscono la gratuità anche per evitare complicazioni di natura fiscale, altre che non saprebbero come fare per farsi retribuire. Ma coloro che svolgono una attività di servizio nel progetto devono di norma essere regolarmente ed equamente retribuita.

LA VALORIZZAZIONE DELL'IDENTITÀ

Nell'ambito della comunità va compiuta una azione profonda di scouting per individuare chi è nelle condizioni di offrire qualcosa di interessante, partendo dall'assunto che **può risultare interessante per il turista o visitatore ciò che appare banale al residente**: ad esempio, un antico mestiere tradizionale, come lo scalpellino. Dunque, vanno tenute in grande considerazione le **botteghe artigiane**, se possibile offrendo all'ospite anche la possibilità di provare a realizzare un oggetto o di contribuirvi. Lo acquisterà poi molto volentieri, perché entrerà a far parte del cosiddetto bottino del viaggio cioè di tutti quegli oggetti (ma anche ricordi) che sono in qualche modo correlati al viaggio, possono essere riportati a casa e mostrati agli amici (fotografie, video, souvenir, prodotti tipici locali e dell'artigianato).

Anche le **produzioni agricole tradizionali** rivestono un grande interesse: piantagioni, orti, frutteti, vigne, allevamenti di ogni genere, caseifici, cantine, salumifici, acetaie, frantoi... La visita deve essere arricchita da idonee spiegazioni, assaggi, a volte dalla possibilità di partecipare alla lavorazione a titolo, ovviamente, dimostrativo ed esperienziale, fino all'acquisto dei prodotti.

A tutti piace produrre qualcosa, gli oggetti prodotti personalmente hanno un valore molto maggiore rispetto a quelli acquistati, pertanto è davvero importante, quando possibile, far partecipare il visitatore ad una fase lavorativa e produttiva.

Le **tradizioni culturali** possono certamente costituire una attrattiva. Sagre, fiere, processioni, feste, mercati, manifestazioni di culto vanno fatti conoscere, recuperati se nel corso degli anni sono stati abbandonati e forse anche dimenticati. Importante è mantenere l'autenticità, gli eventi non devono essere modificati, abbreviati, spostati di data per far piacere ai visitatori; bisogna ricordare che i visitatori devono adeguarsi alla vita delle località che visitano e non i residenti a loro. Ogni evento va adeguatamente spiegato in quanto si può apprezzare solo ciò di cui si comprende il significato.

Il turismo di comunità si rivolge in genere a persone di palato fine, di livello culturale elevato, persone che si accorgono immediatamente di ciò che è falso, artefatto, come si dice adesso, "taroccato".

La cultura locale pertanto non va banalizzata né resa un fatto di puro folklore, vanno respinte le azioni cosiddette di "staged authenticity", cioè l'autenticità rappresentata.

Ciò non esclude che nella valorizzazione e rappresentazione di un evento storico culturale si possa seguire un percorso di riscoperta, riappropriazione, rilettura con elementi anche evolutivi, tenendo presente che la cultura stessa è soggetta ad evoluzione e che ai rischi della banalizzazione, della folclorizzazione e dello stravolgimento si contrappone quello della musealizzazione, cioè di una presentazione fissa, senza vita e senza anima (e pertanto, di minore interesse e di scarsa capacità attrattiva).

L'ATTRATTIVITA'

A questo proposito va ricordato che stiamo parlando di turismo. Di comunità, ma turismo.

Il turismo si nutre di cultura, così come si nutre di natura, divertimento, sport, gioco ecc., ma non coincide con la cultura, ha obiettivi diversi.

Nel turismo deve assolutamente esserci attrattività.

In ogni destinazione turistica devono esistere degli elementi di attrattività, e di ciò devono tenere conto anche coloro che intendono avviare forme di turismo di comunità, se vogliono evitare delusioni. La vita del visitatore con la comunità e nella comunità deve presentare elementi attraenti, che diano emozioni, stimoli, sensazioni, sorprese. A Cerreto Alpi gli ospiti vedono all'imbrunire, dalle altane, i cinghiali, i cervi e i caprioli che escono dal bosco; dormono nell'antico mulino di fianco alle macine; assaggiano i piatti a base di farina di castagne, la farina prodotta nel metato dove vengono essiccate le castagne provenienti dai castagneti che circondano il paese; ascoltano il vecchio del paese che narra le storie di 60 anni fa; attraversano i boschi con le ciaspole nella neve; pescano le trote; provano l'emozione del wolf howling.

L'esplorazione degli elementi di attrattività va estesa ai **fatti storici** accaduti nel luogo, che possano destare interesse nei visitatori, sapendo però che il fatto storico in sé stesso non è particolarmente interessante se non permane in loco qualche suo segno visibile, come un luogo fisico identificabile, un documento d'archivio, un quadro d'epoca, una testimonianza (può trattarsi anche di un fatto relativamente recente, ad esempio, un fatto di cronaca).

Anche **attività illegali del passato** possono costituire elemento di attrattiva, dovuto al fascino che trasgressione e avventura esercitano su tutti noi; abbiamo visto riscoprire in certi luoghi dell'America Latina attività illegali o criminose del passato come la pirateria, il bracconaggio (per fame), il contrabbando. E' però opportuno che si tratti di attività collocate davvero nel lontano passato, altrimenti si rischia di essere accusati di apologia di reato.....

Le **persone illustri o famose**, nate o vissute nella località, costituiscono, se così ci si può esprimere, un elemento di attrattività, purché sia possibile vedere e incontrare i segni della loro vita o della loro attività. Personaggi politici, poeti, artisti, musicisti, scienziati, sportivi...vanno tutti bene, è importante che siano visibili i luoghi della loro nascita, vita e attività e, se ancora viventi, sia possibile, sia pure forse solo casualmente, incontrarli. A volte queste persone possono anche essere disponibili a incontri organizzati, e ciò può costituire una gradita sorpresa per i visitatori. Gli incontri e le visite che capitano al di fuori del programma possono costituire un arricchimento del soggiorno, gradito e apprezzato proprio perché inatteso. Così come provocano delusione e anche irritazione le cancellazioni di parti del programma, seppure non dovute alla responsabilità degli organizzatori, nello stesso modo provocano piacevole stupore e soddisfazione le aggiunte inaspettate.

Si tratta di opportunità (visite, incontri, partecipazione a momenti della vita locale, interrelazioni personali) che dipendono in larga misura dalle scelte che la comunità compie in relazione al grado di profondità cui intende pervenire nel rapporto con i visitatori, gli ospiti.

LE ATTRAZIONI ARTIFICIALI

Si tratta di un tema delicato, su cui è lecito aspettarsi opinioni diverse, derivanti da sensibilità e approcci personali che hanno tutti una loro rispettabilità.

Oggi hanno un grande successo nel turismo, in particolare montano, iniziative imprenditoriali e attività all'aria aperta che una decina di anni fa non esistevano o erano agli albori: i parchi avventura, il canyoning o torrentismo, il canopy; sono attività che non hanno nulla in comune con la storia dei luoghi, con le tradizioni, con la cultura locale. Sono compatibili con il turismo di comunità? O ne costituiscono uno stravolgimento? Rappresentano la negazione dei fondamenti concettuali del turismo di comunità o costituiscono un prezioso e attraente arricchimento dell'offerta turistica?

Non è facile rispondere a questa domanda. I Briganti di Cerreto hanno optato per la tesi della compatibilità.

Collaborano intensamente con il vicino Parco Cerwood, uno dei primi parchi avventura ad essere nato in Italia e uno dei più grandi e affermati (e che svolge anche un'attività di educazione ambientale per le scuole), e collaborano con le guide alpine che propongono il canyoning nella spettacolare gola del torrente che scorre vicino al Mulino.

La scelta ha prodotto ricadute importanti in termini di arrivi, di presenze, di indotto economico.

Optare per una scelta favorevole richiede però l'adozione di misure e accorgimenti appropriati.

Innanzitutto, ci si può aprire a nuove forme di fruizione del territorio se queste sono rispettose dell'ambiente; no al motocross e ai quad, ad esempio.

Secondo, le nuove attività vanno il più possibile inserite in un contesto di soggiorno che mantiene i tratti caratteristici del turismo di comunità.

Terzo, non devono costituire un'iniziativa del tutto avulsa e indipendente dalla gestione cooperativa dell'offerta turistica.

In conclusione, le attività all'aria aperta emergenti e innovative, che riscuotono ormai un successo strepitoso (circa 150 Parchi Avventura in Italia...), possono entrare a far parte dell'offerta di turismo di comunità non solo perché accrescono l'attrattiva del territorio e producono preziose occasioni di lavoro aggiuntivo, ma anche perché sono decise dalla cooperativa, non producono un pesante impatto ambientale, entrano a far parte di un programma di soggiorno che resta ancorato prioritariamente ai valori e ai principi del turismo di comunità.

TURISMO PER, CON, NELLA COMUNITA'

Il turismo di comunità può essere proposto a diversi livelli di intensità e di profondità nel rapporto fra comunità locale e suoi ospiti.

Vi può infatti essere un primo livello, in cui l'aspettativa degli abitanti è che il turismo operi e sia organizzato **per** la comunità. A questo livello le aspettative sono per lo più di ordine economico: il turismo deve generare ricadute economiche che vadano a vantaggio della comunità; deve favorire la nascita di attività imprenditoriali, offrire opportunità di lavoro; contribuire ad arrestare fenomeni di declino e di abbandono; costituire l'occasione per ottenere finanziamenti per recuperi e ristrutturazioni di beni storici e artistici; migliorare la vita culturale, i servizi pubblici, la gestione del territorio.

Un livello più elevato viene raggiunto quando i visitatori partecipano ad attività della comunità locale, e allora si può parlare di turismo **con** la comunità. I visitatori assistono agli eventi più importanti della vita culturale del luogo assieme agli abitanti; partecipano alle feste religiose, visitano le aziende agricole e le botteghe artigiane, partecipano alle battute di pesca assieme ai pescatori, in una parola, partecipano, ma da esterni, alla vita della comunità locale.

Il livello più elevato può essere definito turismo **nella** comunità. Il visitatore, percepito come un abitante temporaneo della località in cui si trova, partecipa

integralmente a tutti i momenti della vita della comunità, vive in genere nella casa di una famiglia locale, va con loro a fare la spesa, con loro consuma i pasti o va in chiesa, viene invitato ad un matrimonio o ad un funerale, si iscrive all'associazione culturale con cui manterrà dei rapporti, condivide con i residenti la vita di tutti i giorni.

Ogni comunità decide in piena autonomia a quale livello di interrelazione con i visitatori vuole pervenire; i visitatori ne prenderanno atto e lo accetteranno perché la sovranità nelle decisioni, nell'adozione di "regole di ingaggio" spetta alla comunità e non ai suoi ospiti.

LA FORMA COOPERATIVA

Esistono storicamente soggetti collettivi che si occupano con impegno e con risultati spesso estremamente positivi della valorizzazione dei luoghi, come le associazioni culturali o, in Italia, le Pro Loco. Si tratta di soggetti che hanno come missione la scoperta, lo studio, la promozione della storia, della cultura, delle manifestazioni, dei prodotti locali. Organizzano iniziative pubbliche, convegni, compiono studi e ricerche, danno vita ad eventi di natura culturale, artistica, musicale, feste, rievocazioni storiche; curano l'uscita di pubblicazioni, dialogano con gli enti locali, spesso si incaricano anche di attività promozionali verso l'esterno, invitano giornalisti, partecipano a borse turistiche.

Anche gli enti locali più dinamici e più impegnati sui temi della qualità e, ormai da qualche tempo, sulla sostenibilità, si organizzano in associazioni, come ad esempio Borghi Autentici d'Italia, Borghi Più Belli d'Italia, Città Slow, e poi in tutte le aggregazioni tematiche quali le Città del Vino, dell'Olio, del Pane.....ed esiste anche una aggregazione nazionale di secondo livello, Res Tipica, che le associa tutte.

Questi soggetti, di natura pubblica o privata, svolgono una funzione preziosa e molto meritevole, legata alla valorizzazione dell'immenso patrimonio di cultura materiale e immateriale esistente, che viene riscoperto, organizzato, comunicato, fruito.

Ma il turismo di comunità richiede un passo ulteriore, e cioè l'acquisizione di una dimensione economica e di una forma gestionale di natura imprenditoriale.

Il turismo è attività economica, è offerta di alloggio, di ristorazione, di trasporto, di servizi di guida e di accompagnamento, shopping, attività che prevedono forme di pagamento. Si tratta di attività che non sono compatibili con una eventuale natura pubblica o associativa non profit di chi le eroga.

Nell'avvio di esperienze di turismo di comunità può svolgere un ruolo promotore un Comune ovvero una Pro Loco o associazione culturale, ma ben presto emergeranno

problemi di natura amministrativa, commerciale, fiscale che richiederanno la costituzione di una forma giuridica societaria.

Considerati i valori propri e peculiari del turismo di comunità, vale a dire la partecipazione potenziale di tutta la popolazione interessata e disponibile, l'esigenza di favorire una equa redistribuzione delle ricadute economiche, la consapevolezza diffusa e condivisa dei valori che il territorio esprime, il carattere fortemente sociale dell'iniziativa, appare chiaro che si rende necessario ricorrere ad una forma societaria che enfatizzi la democrazia, la partecipazione, la solidarietà fra i soci, la porta aperta ad adesioni successive, la destinazione degli utili ad azioni di interesse collettivo, in una parola appare chiaro che la forma più adeguata è quella della **cooperativa di lavoro**.

Altre forme non sono da escludere a priori.

Le cooperative di comunità, ad esempio, quando sono orientate alla erogazione collettiva di servizi alla cittadinanza (ad esempio nella gestione dell'acqua o dell'energia) possono costituirsi nella forma di **cooperativa di utenza**, in cui i soci sono i cittadini che ricevono i servizi dalla loro cooperativa.

Ovvero si può ipotizzare anche la **cooperativa di supporto**, se tutti gli operatori turistici e commerciali si associano in una cooperativa o in un consorzio per svolgere insieme alcune attività (gli acquisti collettivi, la promozione, la commercializzazione), ma in questo caso le attività turistiche principali vengono svolte privatamente da ognuno dei soci (l'albergatore, il ristoratore, il trasportatore), si diluisce l'aspetto collettivo e si rischia di mettere in discussione alcuni aspetti salienti del turismo di comunità, vale a dire la partecipazione dell'intera comunità e l'equità.

Si può ipotizzare anche la forma della **cooperativa sociale**, se fra gli obiettivi del turismo di comunità si aggiunge l'inclusione lavorativa e sociale delle categorie svantaggiate, cioè il coinvolgimento e l'inclusione dei componenti più deboli ed emarginati della comunità locale. Va notato per altro che esistono tanti esempi di cooperative sociali di tipo B che gestiscono, anche con buon successo, attività turistiche, in particolare nella ricettività (ostelli, piccoli alberghi) e nella ristorazione. Il turismo favorisce spesso relazioni sociali fra i lavoratori del settore e gli ospiti, e ciò costituisce un'importante opportunità di cui va tenuto conto.

Dunque la forma della cooperativa di lavoro e della cooperativa sociale appaiono le più adeguate ad avviare e gestire il turismo di comunità, appaiono cioè le forme maggiormente in sintonia con il sistema di valori che caratterizzano il turismo di comunità, la democrazia interna, la partecipazione attiva, la pariteticità dei soci, l'equità, il rapporto con il territorio, la solidarietà fra i soci, l'inclusione sociale, la cura dell'interesse collettivo.

Non a caso, finora, tutte le esperienze che si sono sviluppate in Italia hanno assunto la forma giuridica della cooperativa, dunque si può affermare che il dato storico conferma la fondatezza della riflessione teorica.

La cooperativa deve però evitare l'isolamento e stabilire da subito una rete di relazioni con l'intero territorio. Se nella località esistono associazioni culturali e Pro Loco, deve immediatamente stabilire rapporti corretti con esse; se lo statuto lo consente, deve chiedere la loro adesione alla cooperativa; in ogni caso, deve riconoscere il loro ruolo, non invadere il loro campo di azione, stabilire rapporti di forte e intensa collaborazione basati sulla condivisione degli obiettivi, cioè il vantaggio per il territorio ove operano.

L'amministrazione comunale va coinvolta fin dall'inizio, anche nella fase costitutiva, ma nella chiarezza dei ruoli, che devono restare distinti. In alcuni casi si è assistito a forme di ingerenza che possono produrre confusione di ruoli e sovrapposizioni, o addirittura possono condurre al rischio che la cooperativa finisca per diventare un semplice braccio operativo, una emanazione dell'amministrazione pubblica, priva di autonomia, destinata ad un ruolo puramente esecutivo.

La cooperativa è costituita dai operatori, che devono mantenere una loro autonomia, la piena capacità decisionale ed evitare derive di eterodirezione.

Le relazioni vanno estese anche ad un territorio più ampio. Nel caso del turismo di comunità promosso dal GAL Antico Frignano e Appennino Reggiano, cui abbiamo già accennato, si pervenne alla stipula del cosiddetto **"micropatto"**, un accordo fra la cooperativa e tanti altri soggetti operanti nei dintorni, con proprie attività. Questo accordo, di natura più sostanziale che formale, consente di allargare di molto la varietà dell'offerta, di arricchire il prodotto, di aggiungere elementi di attrattività; nello stesso tempo produce vantaggi ad un'area più ampia di operatori e di piccole imprese, accrescendo il consenso sociale per l'iniziativa e aprendo interessanti prospettive di sviluppo per l'intero territorio montano. L'iniziativa di turismo di comunità esce dai ristretti confini di un piccolo villaggio o di una frazione e coinvolge altre località, assumendo importanza e visibilità a livello provinciale e regionale. Il dialogo e la collaborazione si allargano agli enti pubblici sovracomunali, all'amministrazione dei Parchi, alle Camere di Commercio che apprezzano la possibilità di confrontarsi con soggetti il più possibile rappresentativi, con reti locali, con aggregati vasti e affidabili.

Le esperienze trovano forme di sostegno politico e finanziario, entrano a far parte di progetti su scala più ampia, vengono conosciute anche a livello nazionale e internazionale, se ne scopre la replicabilità, che stimola interesse e desiderio di emulazione.

Ne possono derivare progetti che hanno il fine di accrescere la conoscenza del turismo di comunità, di diffonderne i principi e le regole, di mettere a confronto le esperienze e di scambiare le buone pratiche, creare reti, collaborare nella promozione. La ricerca dei necessari finanziamenti, data la natura delle cooperative che gestiscono turismo di comunità, non va limitata al settore turismo, sempre scarso di risorse, ma si estende ad altre linee e programmi (comunitari, nazionali, regionali ecc.): all'agricoltura che prevede il sostegno alla diversificazione e alla pluriattività; all'ambiente; all'occupazione giovanile e femminile; la cultura; l'innovazione; lo start up di impresa; la formazione; la promozione delle aree interne...in altre parole, la natura composita delle cooperative, il mix delle loro attività, il loro radicamento in aree interne e spesso in difficoltà economica e sociale favoriscono l'accesso a finanziamenti allocati su differenti programmi e azioni.

In merito alla governance delle cooperative che gestiscono turismo di comunità bisogna sottolineare che, ferma restando la natura democratica e partecipativa della forma cooperativa, è importante che emergano figure professionali dotate di forte determinazione e di una chiara visione strategica, persone in cui la comunità crede e in cui si identifica. La vita di queste cooperative, nate spesso in contesti difficili e deboli, può rivelarsi ardua, soprattutto all'inizio, cioè quando ancora i risultati non si vedono, e si possono pertanto ingenerare fenomeni di disillusione e di frustrazione che rischiano di condurre all'abbandono dell'iniziativa. Diventa pertanto importante che la cooperativa possa contare su donne e uomini dotate di forte personalità, capaci di tenere unito il gruppo e di confrontarsi con l'esterno, di stabilire relazioni utili e solide, capaci anche di comunicare in forma brillante e persuasiva i valori dell'esperienza in atto.

I RISCHI

L'esperienza del turismo di comunità non è immune da rischi.

Nei paesi dell'America Latina e anche in Africa si è assistito a tantissimi fallimenti, che sono stati oggetto di analisi accurate.

Uno dei problemi più gravi è la mancanza o la carenza di attrattività; è un tema che abbiamo già affrontato e che va sempre tenuto in grande considerazione. Si consideri per altro che le agenzie che hanno dato vita al turismo di comunità nei vari paesi del Sud del Mondo non hanno o non avevano una tradizione di lavoro nel campo del turismo; si trattava per lo più di ONG, Organizzazioni Non Governative, che hanno una grandissima esperienza nella gestione delle emergenze, nella sanità, nell'agricoltura, ma che non posseggono al loro interno le necessarie competenze in materia turistica. Non tutte si sono avvalse, nella loro attività di elaborazione e di

gestione di progetti di turismo, delle necessarie competenze professionali esterne, credendo forse che il turismo sia un'area di attività alquanto semplice, sulla base del convincimento, del tutto infondato, che chi viaggia o va in vacanza diventa automaticamente un esperto di turismo. Non è vero, sarebbe come dire che chi è stato ammalato o ha subito un intervento chirurgico è diventato un medico o un chirurgo. Dunque nei progetti di cooperazione finalizzati allo sviluppo turistico locale vennero commessi errori di ogni genere, come abbiamo già visto, venne sottovalutato l'aspetto dell'attrattività, ignorato il problema delle distanze, dei trasporti e della sicurezza, non considerati in modo adeguato i problemi igienici e sanitari e del comfort minimo da assicurare agli ospiti, non prevista l'adeguata formazione professionale e tecnica degli operatori. Le cooperative vennero costituite in modo burocratico senza una preventiva adeguata preparazione dei futuri soci ai valori e alle regole della forma cooperativa. Nella popolazione locale vennero ingenerate aspettative sproporzionate, destinate a restare deluse. Non venne curata la promozione, componente fondamentale del marketing.

In tanti casi il mancato arrivo dei turisti o la manifesta insoddisfazione dei pochi ospitati segnò la fine di parecchie esperienze di turismo di comunità, ovvero la loro continuazione in una logica del tutto assistenziale. Alla fine del progetto fallito ripartiva un nuovo progetto analogo, destinato di nuovo al fallimento.

Così come il turismo di comunità, pensato per il Sud del Mondo, può essere sviluppato anche in paesi europei come l'Italia, anche i motivi di fallimento del turismo di comunità nel Sud del Mondo possono ripetersi da noi.

Pertanto i progetti devono prevedere una forte ed intelligente attività di individuazione, qualificazione e messa in campo di tutti gli elementi di attrazione (e, abbiamo visto, anche l'aggiunta di elementi artificiali); una adeguata attività di formazione professionale; grande attenzione ai temi della sicurezza e dell'igiene; un livello accettabile nella qualità dei servizi e nel comfort; una rappresentazione leale e realistica e non velleitaria, rivolta alla popolazione locale, delle possibili aspettative e dei potenziali risultati attesi; un governo autorevole ed energico di tutte le azioni.

Nel corso dell'iniziativa la cooperativa valuterà i risultati via via conseguiti, se necessario procederà a correzioni del percorso, apporterà tutti i cambiamenti che riterrà necessari, come avviene in qualsiasi attività d'impresa, ma avendo presenti parametri un po' diversi, in quanto più ampia è la platea dei portatori di interesse, e cioè l'intera comunità.

I risultati non necessariamente devono essere spettacolari nei loro numeri assoluti. Le località sono piccole, i posti letto sono pochi, almeno all'inizio, i volumi d'affari possono apparire modesti. Però l'aumento degli arrivi e delle presenze, la crescita dei ricavi, la disponibilità delle famiglie locali a concedere in affitto proprie case e

appartamenti finora vuoti e inutilizzati, l'avvio di piccole attività come un agriturismo o un B&B, la riapertura di una trattoria o di un negozio, la crescita del valore degli immobili, la visita da parte di giornalisti, studiosi, ricercatori anche stranieri, le venute di operatori o di amministratori pubblici provenienti da altre regioni per capire l'esperienza ed eventualmente replicarla nei loro territori, costituiscono segnali di successo. In più, fanno crescere la fiducia e anche l'autostima di chi ha avviato l'iniziativa e di tutta la popolazione. Si tratta di risultati intangibili ma importanti sotto il profilo psicologico e, diciamo, così, anche sociale e politico. Costituiscono una gratificazione ed un incoraggiamento a proseguire. E anche questo manuale vuole incoraggiare, con i suoi suggerimenti, chi intraprende il cammino per creare turismo di comunità.

