

Interreg



Cofinancé par
l'Union Européenne
Cofinanziato
dall'Unione Europea

France – Italia ALCOTRA

SENS'ACTION

Naturalmente, percorsi sensoriali e cooperazione
Naturellement, marches sensorielles et coopération

STUDIO SUI BENEFICI DELLA CAMMINATA A PIEDI NUDI



Ente di gestione
delle aree protette dei
Parchi Reali



Parco fluviale
Gesso e Stura



SOMMARIO

PREMESSA.....	5
<u>CAMMINARE A PIEDI NUDI NEL PARCO & BENESSERE FISICO, PSICOLOGICO E SOCIALE</u>	7
IMPLICAZIONI DURANTE LA PANDEMIA COVID-19.....	8
BAREFOOTING	8
LA LETTERATURA SCIENTIFICA OGGI	9
LACUNE NELLA RICERCA ATTUALE.....	10
LA RICERCA: “CAMMINARE A PIEDI NUDI NEL PARCO & BENESSERE FISICO, PSICOLOGICO E SOCIALE”	11
OBIETTIVI DEL PROGETTO	12
DESCRIZIONE DEL CAMPIONE.....	12
STRUMENTI	13
RISULTATI	15
CONCLUSIONI.....	20
BIBLIOGRAFIA	22
<u>STUDIO SULLE RICADUTE POSITIVE SUL BENESSERE FISICO.....</u>	26
INTRODUZIONE.....	26
SEDI DELL’INIZIATIVA	28
OBIETTIVI.....	28
PARTECIPANTI E PROCEDURA	29
ASSESSMENT DELLA FUNZIONALITA	30
PROGRAMMA DI ESERCIZIO FISICO A PIEDI NUDI	32
RISULTATI	33
CARATTERISTICHE IN BASELINE DEI PARTECIPANTI.....	33
FATTIBILITA.....	36
LIMITI	43
CONCLUSIONI E PROSPETTIVE FUTURE.....	43
BIBLIOGRAFIA	44
ALLEGATI.....	47
ALLEGATO 1 – ESEMPIO DI PROGRAMMA DI ESERCIZIO FISICO (SEDUTA 2)	47
ALLEGATO 2 – ESEMPIO DI PROGRAMMA DI ESERCIZIO FISICO (SEDUTA 14)	49
<u>STUDIO SULLE NUOVE FORME DI TURISMO SOLIDALE E RESPONSABILE DALLA FORTE VALENZA SOCIALE.....</u>	50
PRESENTAZIONE DEL PROGETTO A CUI LO STUDIO SI RIFERISCE.....	51
IL CONTESTO E LE SFIDE DEL TURISMO SOLIDALE E RESPONSABILE	52

IL CONTESTO DEL TURISMO SOLIDALE E RESPONSABILE.....	52
LE SFIDE DEL TURISMO RESPONSABILE	52
OBIETTIVI DEL PRESENTE STUDIO	54
DEFINIZIONE E CONCETTI CHIAVE	54
TURISMO SOCIALMENTE RESPONSABILE AD ALTO VALORE SOCIALE	54
IL VALORE SOCIALE DEL TURISMO	57
QUADRO POLITICO E QUESTIONI STRATEGICHE A LIVELLO EUROPEO E NAZIONALE	58
QUADRO EUROPEO PER UN TURISMO RESPONSABILE ED EQUO	59
QUADRO NAZIONALE FRANCESE	63
QUADRO NAZIONALE ITALIANO.....	66
I PRINCIPI E I METODI DEL TURISMO EQUO E RESPONSABILE AD ALTO VALORE SOCIALE	71
INTEGRAZIONE E PARTECIPAZIONE DEGLI ATTORI LOCALI	71
(A) MECCANISMI DI INTEGRAZIONE :	72
(B) STRUMENTI DI PARTECIPAZIONE :	72
(C) VANTAGGI DEL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER LOCAL :	72
PROMUOVERE L'ECONOMIA LOCALE E L'OCCUPAZIONE.....	73
CONSAPEVOLEZZA AMBIENTALE E CONSERVAZIONE DELLE RISORSE	74
FONDAMENTI E PRINCIPI DEL TURISMO EQUO E RESPONSABILE.....	76
TURISMO SOLIDALE : DEFINIZIONI E ORIGINI	76
ORIGINI E PROTAGONISTI DEL TURISMO SOSTENIBILE.....	77
SFIDE E PROSPETTIVE DEL TURISMO EQUO E SOLIDALE.....	77
CASI DI STUDIO: DESTINAZIONI CHE HANNO PUNTATO SUL TURISMO EQUO E RESPONSABILE	78
ESEMPIO 1: UN PROGETTO DI TURISMO COMUNITARIO DI SUCCESSO IN UNA REGIONE RURALE	78
ESEMPIO 2: SVILUPPARE UN TURISMO SOSTENIBILE E INCLUSIVO IN UN'AREA PROTETTA	80
ESEMPIO 3: L'IMPATTO POSITIVO DEL TURISMO INTEGRATO IN UN AMBIENTE URBANO.....	82
I LIMITI ATTUALI DEL TURISMO RESPONSABILE	84
DIFFICOLTÀ NELL'IMPLEMENTAZIONE E NEL SOSTEGNO DEI PROGETTI	84
CONSAPEVOLEZZA E COMPrensIONE LIMITATE.....	85
ACCESSO AL TURISMO RESPONSABILE: OSTACOLI FINANZIARI	86
SCALA E IMPATTO.....	87
L'EMERGERE DI NUOVE FORME DI TURISMO RESPONSABILE E SOLIDALE	88
DAL TURISMO « TRADIZIONALE » A UN TURISMO PIÙ OLISTICO.....	89
FATTORI CHIAVE PER LA NASCITA DI UN NUOVO MODELLO DI TURISMO	92
LE SFIDE CHE SI PONGONO ALL'EMERGERE DI QUESTE NUOVE FORME DI TURISMO	100
CONCLUSIONE.....	106
<u>ANALISI DEI BISOGNI SPECIFICI DELLE DIFFERENTI TIPOLOGIE DI UTENTI.....</u>	<u>108</u>
PREMESSA.....	108
INDIVIDUAZIONE DI ASSOCIAZIONI E DI CATEGORIE DI FRUITORI POTENZIALMENTE INTERESSATE A VISITARE LA RETE DEI PERCORSI DI BAREFOOTING A CUI FAR RIFERIMENTO PER L'ANALISI DEI BISOGNI	108
ELABORAZIONE DI UN QUESTIONARIO MIRATO A INDIVIDUARE I BISOGNI SPECIFICI DELLE VARIE TIPOLOGIE DI UTENZA	109
INVIO DEL QUESTIONARIO E ORGANIZZAZIONE DI INCONTRI CON I RESPONSABILI PER ILLUSTRARE IL PROGETTO E IDENTIFICARE LE LORO ASPETTATIVE E I LORO BISOGNI	110

ANALISI DEI DATI RACCOLTI	111
(D) BISOGNI GENERALI	112
(E) BISOGNI "PERSONE CON ESIGENZE PARTICOLARI"	112
(F) BISOGNI "ANZIANI ATTIVI"	113
(G) BISOGNI "FAMIGLIE"	114
(H) BISOGNI "SCUOLE"	115
DECALOGO PER L'ACCOGLIENZA DELLE SINGOLE TIPOLOGIE DI UTENZA.....	116
DECALOGO ACCOGLIENZA "PERSONE CON ESIGENZE PARTICOLARI"	117
DECALOGO ACCOGLIENZA "ANZIANI ATTIVI"	117
DECALOGO ACCOGLIENZA "FAMIGLIE"	118
DECALOGO ACCOGLIENZA "SCUOLE"	118
ELEMENTI UTILI DA INSERIRE NELLE PROPOSTE TURISTICHE	119
ELEMENTI UTILI DA INSERIRE IN UNA PROPOSTA TURISTICA PER "PERSONE CON ESIGENZE PARTICOLARI"	119
ELEMENTI UTILI DA INSERIRE IN UNA PROPOSTA TURISTICA PER "ANZIANI ATTIVI"	120
ELEMENTI UTILI DA INSERIRE IN UNA PROPOSTA TURISTICA PER "FAMIGLIE"	121
ELEMENTI UTILI DA INSERIRE IN UNA PROPOSTA TURISTICA PER "SCUOLE"	122
 SINTESI	 123

PREMESSA

La pandemia da Covid-19 e il conseguente periodo di lockdown hanno fatto emergere il bisogno di stare all'aperto e fare attività a contatto con la natura e con gli altri. In risposta a questa esigenza, SENS'ACTION ha voluto sperimentare, attraverso la rete dei sentieri di barefooting, un prodotto turistico innovativo in grado di offrire al visitatore esperienze emozionali immersi nell'ambiente naturale, da riscoprire e conoscere attraverso i propri sensi per migliorare il benessere psico-fisico e stare meglio.



Il progetto consentirà di diversificare ulteriormente l'offerta del territorio offrendo nuove proposte per un turismo verde e lento, creando iniziative turistiche per tutti con la finalità di aumentare l'attrattività dell'area transfrontaliera.

Per promuovere e diffondere al grande pubblico un'offerta turistica coordinata della prima rete dei sentieri di barefooting creatasi a livello transfrontaliero, è estremamente utile da un lato conoscere i bisogni dei potenziali fruitori e dall'altro informare sui benefici che il contatto diretto con la natura può offrire. Per questo secondo aspetto occorre basarsi su studi scientifici autorevoli che misurino i benefici fisici e psico-relazionali derivanti dalla camminata a piedi nudi in natura, avvalorando così quanto già constatato nell'esperienza diretta. Allo stato attuale i rari lavori presenti in letteratura si rivolgono a target piuttosto ristretti e non si rifanno a metodologie di tipo scientifico. Da tali considerazioni è nata l'esigenza di misurare scientificamente tali benefici con il supporto di enti di ricerca qualificati e indipendenti, al fine di una promozione efficace della rete.

Il **progetto di ricerca transfrontaliero** congiunto che vi presentiamo si propone di:

- valutare i benefici fisici e psicologici della camminata a piedi nudi,
- esaminare nuove forme di turismo solidale,
- analizzare i bisogni specifici delle differenti tipologie di utenti.

Il progetto di ricerca è stato condotto in maniera coordinata tra i partner, ciascuno dei quali ha seguito uno specifico aspetto:

- 1) Studio dei benefici psicologici e relazionali (Ente Parchi Reali);
- 2) Studio sulle ricadute positive sul benessere fisico (Parco fluviale Gesso e Stura);
- 3) Studio sulle nuove forme di turismo solidale e responsabile dalla forte valenza sociale (Ferme de Chosal);
- 4) Analisi dei bisogni specifici delle differenti tipologie di utenti (Arnica).

La ricerca sui benefici fisici e psicologici è stata realizzata da Università ed Enti di ricerca accreditati in collaborazione tra loro per la definizione di una metodologia di lavoro comune alle differenti tematiche, così da ottenere un prodotto organico con risultati comparabili. In particolare lo studio sui benefici psicologici e sociali/relazionali della camminata a piedi nudi è stato affidato al Dipartimento di Psicologia dell'Università degli Studi di Torino mentre per lo studio sui benefici fisici della camminata a piedi nudi è stato incaricato il Centro Servizi SUISM (Struttura Universitaria di Igiene e Scienze Motorie), sempre dell'Università degli Studi di Torino.

Di seguito si riportano, in forma integrale, i risultati degli studi e delle analisi che compongono il **progetto di ricerca transfrontaliero**.

Camminare a piedi nudi nel Parco & benessere fisico, psicologico e sociale

Studio sulle ricadute positive sul benessere fisico

Studio sulle nuove forme di turismo solidale e responsabile dalla forte valenza sociale

Analisi dei bisogni specifici delle differenti tipologie di utenti

CAMMINARE A PIEDI NUDI NEL PARCO & BENESSERE FISICO, PSICOLOGICO E SOCIALE

A cura di Prof.ssa Emanuela Rabaglietti e Dott.ssa Aurelia De Lorenzo

Gruppo di Ricerca SE-CREA

(https://www.dippsicologia.unito.it/do/gruppi.pl/Show?_id=hcbb)

Dipartimento di Psicologia, Università degli Studi di Torino

Negli ultimi decenni, è stata ampiamente studiata la relazione tra la natura e le esperienze di benessere psicologico e recupero psico-fisico. Nello specifico esistono due teorie che si concentrano sugli effetti dell'ambiente naturale sulla salute mentale: la *teoria del recupero dell'attenzione* (Kaplan, 1995) evidenzia come il fascino degli ambienti naturali permetta all'individuo di stare attento e senza sforzo cognitivo favorendo un recupero delle risorse psicofisiologiche, mentre la *teoria della riduzione dello stress* (Ulrich et al., 1991) evidenzia come la natura possa facilitare una risposta emotivamente positiva suggerendo che gli spazi verdi possano sia indurre un senso di benessere emotivo, che ridurre i sintomi di ansia e depressione degli individui (Roberts et al., 2019). Secondo Grigoletto e colleghi (2023), le persone con una salute mentale peggiore sembrano essere più sensibili al recupero psicofisico a seguito della visita di un ambiente verde. Allo stesso tempo, l'effetto è meno evidente nelle persone con una migliore salute mentale, meno influenzate dalla visita ad ambienti naturali. Quindi, il contatto con la natura favorisce il recupero psico-fisico nei casi più critici, mentre svolge la funzione di risorsa e potenziamento del benessere in tutti gli altri (Chen et al., 2018). Una revisione sistematica della letteratura di Kondo e colleghi (2018) ha esplorato come le persone rispondono a livello di stress all'esposizione ad ambienti naturali, nello specifico la revisione include l'osservazione della natura, le passeggiate all'aperto, l'attività fisica all'aperto e il giardinaggio (Kondo et al., 2018).

Uno degli aspetti maggiormente indagati in merito all'impatto della natura sul benessere riguarda il senso di connessione con la natura. Questo, come anche la sintonia con la bellezza della natura, consente di migliorare e promuovere il benessere personale (Zhang et al., 2014). L'interazione con gli spazi verdi facilita la connessione con la natura (Müller et al., 2009), ma secondo Lumber (2017) il senso di connessione con la natura può essere incrementato anche in un contesto urbano: l'autore sottolinea che non è sufficiente camminare in un ambiente naturale, in quanto è necessario definire il tipo di interazione con la natura. La ricerca sulla connessione con la natura si è concentrata sulle

esperienze dirette che definiscono la relazione affettiva e cognitiva. L'attività scelta durante l'interazione con la natura può essere fondamentale affinché venga percepita positivamente favorendo un impegno pro-ambientale (Lumber, 2017). Le attività studiate, come l'escursionismo e il campeggio (Martin, 2004), le passeggiate in ambienti naturali (Mayer et al., 2009), valorizzano lo sviluppo delle abilità all'aperto e del contatto con la natura.

IMPLICAZIONI DURANTE LA PANDEMIA COVID-19

Considerando i diversi studi che sottolineano gli effetti dannosi dell'isolamento sociale e la reclusione in spazi chiusi a livello di benessere mentale (Singh e colleghi, 2020; Wang et al., 2019), si può facilmente comprendere come il periodo di lockdown dovuto al COVID-19 abbia influito sui livelli di stress (Loebach e colleghi, 2022). Tuttavia l'esposizione agli spazi verdi e la possibilità di beneficiare di ambienti naturali è stata una risorsa preziosa durante il periodo pandemico (Dzhambov et al. 2021).

In uno studio condotto in Spagna, Pouso e colleghi (2021) hanno analizzato la manifestazione di una sintomatologia ansiosa e depressiva in individui privati del contatto con la natura. Viceversa, coloro che beneficiavano di un accesso agli spazi esterni privati, come giardini o balconi ricchi di piante, presentavano minori sintomi di depressione e ansia. Dunque, sembrerebbe che avere un giardino in casa possa favorire il benessere in mancanza di contatto diretto con la natura, e altrettanto l'attività di giardinaggio può contribuire al benessere psicologico (de Bell et al., 2020; Dzhambov et al., 2021).

BAREFOOTING

Tra le attività e le esperienze che è possibile fare all'aria aperta e immersi in natura, vi è il Barefooting, ovvero il camminare a piedi nudi in ambienti naturali come parchi, boschi o spiagge. Si tratta di un'attività semplice ed economica, che può essere più o meno strutturata e che permette di connettersi con la natura producendo una serie di benefici fisici e psicologici.

Attualmente scarseggiano gli studi sugli effetti del Barefooting in termini di benessere psicologico e salute mentale, mentre una vasta letteratura si può rintracciare in merito ai benefici fisici (Tsunetsugu et al., 2013). Harvey e colleghi (2016) hanno approfondito con diversi focus il

Barefooting, ad esempio i comportamenti, le credenze e le emozioni legate all'esperienza. Dai risultati emerge una relazione positiva tra il camminare a piedi nudi, la connessione con la natura e le emozioni positive sperimentate. Nello specifico, le persone scelgono di praticare il Barefooting in base al contesto, alla temperatura e alla tipologia di terreno. La maggior parte dei soggetti preferiscono camminare a piedi nudi sulle spiagge in giornate calde. Harvey e colleghi (2016) evidenziano la necessità di condurre future ricerche sulle tematiche con un campione più ampio.

Recentemente Rickard & White (2021) hanno studiato il potenziale delle esperienze tattili in individui tra i 18 e gli 80 anni, attraverso il confronto tra la camminata a piedi nudi e la camminata con scarpe in due ambienti: giardino pubblico o spiaggia. I partecipanti dello studio preferivano l'esperienza del Barefooting in spiaggia, sia per la consistenza del terreno, che per l'ambiente più interattivo e tranquillo rispetto al giardino pubblico dove sono maggiormente frequenti dei distrattori urbani. Inoltre, i partecipanti hanno dichiarato di sentirsi maggiormente a loro agio camminando scalzi in spiaggia, in quanto è considerato socialmente più accettato dalla nostra cultura. È risultato che chi camminava a piedi nudi presentava valori più elevati di connessione con la natura e di recupero psicologico e fisico rispetto ai portatori di scarpe in entrambi gli ambienti. I risultati suggeriscono che camminare a piedi nudi è un'attività praticabile e a basso costo per facilitare un maggiore senso di connessione con la natura e di recupero psicologico e fisico.

LA LETTERATURA SCIENTIFICA OGGI

Ad oggi, le revisioni sistematiche di letteratura sul tema si concentrano maggiormente sui benefici fisici del contatto con la natura, rispetto ai benefici psicologici. Inoltre, sono relative principalmente a popolazioni di adolescenti e bambini. È ancora piuttosto limitato il numero di articoli/revisioni sistematiche che trattano il Barefooting, il camminare a piedi nudi a contatto con la natura. Per questo è una tematica che necessita ulteriori studi e approfondimenti rispetto agli studi già esistenti (Harvey e colleghi, 2016; Song, Ikei, Miyazaki, 2016, Rickard & White, 2021).

Cosa emerge dalla letteratura sul tema?

Secondo Tillmann e colleghi (2018), l'acquisizione in età precoce di competenze sociali persiste nell'età adulta e tali competenze risultano connesse alla relazione con la natura. Jimenez e colleghi (2021) sostengono, attraverso la teoria del ripristino dell'attenzione e la teoria della riduzione dello stress, che vi sia un impatto della natura a seguito della frequentazione di aree verdi sulla salute

umana. Ad esempio, si rileva una diminuzione dell'ansia, delle emozioni negative, ma anche benefici a livello cognitivo come miglioramento delle prestazioni della memoria di lavoro, riducendo i livelli di cortisolo e di ansia associati agli esiti negativi della salute mentale. Inoltre, il contatto con la natura può comportare altri effetti come riduzione dei sintomi depressivi, tassi più bassi di obesità, durata e qualità del sonno, malattie cardiovascolari, cancro, mortalità. Ulteriori contributi mostrano evidenze tra identificazione della connessione tra la natura e educazione ambientale (Barrable & Booth, 2020), sul ruolo dell'esposizione ad aree verdi e spazi verdi urbani e benefici in termini di salute (Zhang et al., 2020) e soddisfazione di vita (Houlden et al., 2018). Mygind e colleghi (2019) rilevano come le esperienze immersive nella natura abbiano un impatto sulla salute mentale, fisica e sociale nei bambini e negli adolescenti. Ed in aggiunta, si riscontrano benefici sull'autostima, autoefficacia, resilienza, prestazioni accademiche e cognitive. Studi di meta-analisi riportano l'effetto dell'esposizione all'ambiente naturale sulla riduzione dello stress (Yao, Zhang & Gong, 2021) ed associazioni tra esposizione agli spazi verdi e una varietà di esiti sulla salute mentale di bambini e adolescenti (Vanaken, & Danckaerts, 2018). Similmente essere esposti a stimoli naturali provenienti da foreste, spazi verdi urbani, piante e materiali in legno contribuisce a determinare uno stato di rilassamento fisiologico favorendo il sistema immunitario e di conseguenza prevenendo le malattie (Song et al., 2016).

LACUNE NELLA RICERCA ATTUALE

In generale, è limitato l'apporto in termini di revisioni sistematiche che trattano il barefooting, così come il senso del tatto connesso al sentimento di connessione con la natura (Fulkerson, 2014). Inoltre, le revisioni sistematiche trattano principalmente i benefici fisici del contatto con la natura, rispetto ai benefici psicologici (Hall et al., 2014; Franklin et al., 2015). La revisione sistematica di Tillman e colleghi (2018) sottolinea come gli studi si concentrano principalmente su popolazioni di adolescenti e bambini e non giovani adulti. Infine, la ricerca attuale si concentra principalmente sulle popolazioni urbane del Nord America, Europa e Australia, trascurando altre aree geografiche e popolazioni vulnerabili (Jimenez et al., 2021).

LA RICERCA: “CAMMINARE A PIEDI NUDI NEL PARCO & BENESSERE FISICO, PSICOLOGICO E SOCIALE”

Sulla base di queste premesse, lo studio intende esplorare la relazione tra la camminata a piedi nudi, il senso di connessione con la natura e la dimensione ristorativa del benessere fisico, psicologico e socio-relazionale, considerando anche abilità di vita e livelli di stress. Queste relazioni sono oggetto di studio considerando le variabili socio-demografiche, i diversi percorsi di barefooting, le tempistiche (durata) e la familiarità (frequentazione) delle aree naturali.

Il progetto di ricerca è promosso dal Dipartimento di Psicologia dell'Università di Torino, in collaborazione con l'Ente Parchi Reali della Regione Piemonte ed ha ottenuto l'approvazione dal Comitato Bioetico di Ateneo in data 21.07.2023, con numero di protocollo N° 0432955. L'Ente Parchi Reali della Regione Piemonte collabora alle attività del progetto fornendo le informazioni di conoscenza pregresse in proprio possesso pertinenti al campo d'indagine, in particolare riguardo ai progetti ALCOTRA NAT.SENS (2014-2020) e ALCOTRA SENS'ACTION; agevola l'osservazione e la rilevazione dei dati sul territorio del Parco La Mandria per il percorso barefooting “La foresta in punta di piedi” presso Cascina Brero, in accordo con il gestore del percorso e partner di progetto Arnica Progettazione Ambientale soc. coop.; agevola i rapporti con gli altri partner del progetto ALCOTRA SENS'ACTION per la rilevazione dei dati presso i percorsi barefooting siti sui rispettivi territori: Comune di Cuneo (Parco Fluviale Gesso e Stura, percorso f'Orma), AAPEI d'Annecy (La Ferme de Chosal, Sentier Nature & Sens).

Le prospettive future del progetto di ricerca riguardano contribuire alla progettazione di ambienti e spazi verdi in un'ottica ecosostenibile, valorizzare maggiormente il benessere apportato dal contatto e dalla connessione con la natura ad ogni fascia di età attraverso dei metodi di ricerca rigorosi, sostenere e rinnovare la letteratura scientifica. Infine, gli studi futuri sulla natura e sulla salute mentale dovrebbero concentrarsi maggiormente sulla promozione della salute positiva – felicità, prosperità, life skills– anziché semplicemente l'assenza di esiti negativi sulla salute mentale (Jimenez et al., 2021).

OBIETTIVI DEL PROGETTO

Gli obiettivi specifici di questo progetto di ricerca basato sulla collaborazione dell'Università di Torino e l'Ente Parchi sono i seguenti:

- 1) descrivere il campione dello studio con attenzione alle variabili sociodemografiche e alla familiarità con la natura.
- 2) descrivere i livelli di benessere al termine dell'esperienza di Barefooting e le relazioni tra le variabili dello studio.
- 3) indagare se le Life Skills, la Connessione con la natura e il Ristoro psicofisico predicono il benessere.

DESCRIZIONE DEL CAMPIONE

Il campione è composto da 249 adulti (di cui 144 donne) con un'età media di 45 anni (± 18 anni; min=22, max=84). In merito ai minori hanno partecipato solo 18 bambini con un'età compresa tra i 6 e 15 anni.

I giovani adulti sono il 36% dei partecipanti, con un'età compresa tra 22-29 anni (36% donna, 64% uomo). Gli adulti, in particolare appartenenti alla generazione sandwich, sono il 35% dei partecipanti, con un'età compresa tra 30-59 anni (64% donna, 36% uomo). Il restante 29% dei partecipanti è rappresentato da giovani anziani e anziani con un'età compresa tra 60-84 anni (57% donna, 42% uomo).

Considerando lo stato civile dei partecipanti, il 37% è coniugato/convivente, il 45% celibe/nubile, il 12% separato/divorziato, il 6% vedovo. In merito al grado di istruzione del campione, il titolo di studio più diffuso è la laurea (59%), seguita dalla licenza superiore (25%), mentre il 15% ha la licenza e solo una piccola percentuale si rileva per la licenza elementare (1%). Per quanto concerne l'occupazione lavorativa, il 41% dichiara di essere occupato, l'1% in cerca di un lavoro, il 20% in pensione, il 3% lavora come casalinga, il 30% sono studenti, il 4% sono disoccupati. Più della metà dei partecipanti convive con un partner (21%), con partner e figli (30%) o con partner, figli e altri familiari (21%), mentre una percentuale minore convive con coinquilini (8%), o vive da solo (20%).

Per quanto riguarda lo stato di salute fisica, attraverso l'analisi del BMI, è emerso che il 73% dei partecipanti è normopeso, il 6% sottopeso, il 19% sovrappeso e il 2% obeso. Il sottopeso risulta

lievemente più diffuso nel campione femminile (9%) rispetto al campione maschile (2%), mentre il sovrappeso mostra una tendenza opposta (22% uomini, 16% donne).

Per la descrizione degli stili di vita stili di vita sono stati considerati: l'ambiente di vita, il tipo di abitazione e la familiarità con la natura.

Ambiente di vita: il 22% del campione vive in un'area rurale, il 52% in un'area urbana media e il 26% in un'area urbana grande.

Tipo di abitazione: il 61% vive in condominio, il 37% in una casa indipendente, il 2% ha selezionato l'opzione altro senza specificare la tipologia di abitazione.

Familiarità con la natura: solo il 10% dei partecipanti ha avuto esperienze di scoutismo (l'8% lo è ancora). Circa il 37% dei partecipanti fa escursioni all'aperto, tra riserve naturali, montagne, boschi, laghi almeno 1-2 volte l'anno, mentre il 18% addirittura 1 o più volte al mese. Dunque, più della metà del campione (circa il 55%) ha una buona familiarità con gli ambienti naturali e con le esperienze all'aperto. Circa l'11% del campione, inoltre, pratica annualmente attività all'aperto più strutturate come il campeggio, l'arrampicata e l'orienteeing. Solo il 34% dei partecipanti aveva già provato l'esperienza del barefooting, seppure in maniere destrutturata, al mare, in montagna, nel giardino di casa o durante esperienze all'estero.

STRUMENTI

Per la raccolta dei dati è stato utilizzato un questionario self-report costituito da informazioni sociodemografiche (età, sesso biologico, città, stato civile, titolo di studio, occupazione, abitazione, BMI), domande in merito alla familiarità con la natura (esperienze come Scout, Escursioni in natura, Campeggio, Arrampicata, Orienteering, pregressa conoscenza del Barefooting) e scale validate per misurare le variabili dello studio.

Nello specifico:

- il senso di Connessione con la Natura è un costrutto psicologico che collega il benessere umano ed i comportamenti pro-natura, entrambi ritenuti importanti per la costruzione di un futuro sostenibile. Il costrutto ha multiple dimensioni, inclusi fattori affettivi, cognitivi ed esperienziali relativi alla nostra appartenenza al mondo naturale. Il senso di connessione

con la natura riguarda anche il senso di Sé individuale, dove Natura ed Umanità sono una cosa sola. Per misurare questa dimensione è stata utilizzata la scala del “Nature Connection Index” (NCI) (Richardson et al., 2019).

- il Benessere Mentale dei partecipanti viene misurato utilizzando la validazione italiana della “Warwick-Edinburgh Mental Well-Being Scale” (WEMWBS), sviluppata nel 2005 su commissione del Sistema sanitario nazionale scozzese per supportare il programma di miglioramento delle condizioni di salute mentale e benessere dei suoi abitanti. La scala è stata tradotta in 25 lingue e spesso utilizzata per la valutazione dell’impatto degli interventi volti al miglioramento della salute mentale della popolazione in vari contesti (Gremigni & Stewart-Brown, 2011; Tennant et al., 2007).
- le abilità di vita o “Life Skills” dei partecipanti contemplano la comunicazione efficace, la gestione delle emozioni, la capacità decisionale e la gestione delle relazioni interpersonali. Tali abilità sono raccomandate dall’Organizzazione Mondiale della Sanità (W.H.O., 2017) che le definisce come indispensabili per favorire un buon adattamento al mondo circostante. Lo strumento utilizzato è la traduzione italiana della scala “Life Skills Scale for Adolescents and Adults” (LSSAA), originariamente sviluppata in Giappone e successivamente validata anche in culture di stampo occidentale. (Kase et al., 2016; Kase & Endo, 2023).
- il livello di Recupero Psicofisico, derivato dall’esperienza, è misurato con la “Restoration Outcome Scale” (ROS) (Korpela et al., 2008), creata per fornire dati compatibili sia con la teoria del recupero dell’attenzione diretta (Kaplan & Kaplan, 1989) che con la teoria del recupero dallo stress psicofisiologico (Ulrich, 1983). La prima prevede che gli ambienti ristorativi permettano il recupero dalla fatica dell’attenzione diretta e quindi il miglioramento del funzionamento cognitivo. Il potenziale di ripristino esiste se le risorse psicofisiologiche per far fronte alle richieste quotidiane sono state esaurite (Hartig, 2004; von Lindern et al., 2017). La seconda permette il recupero dallo stress attraverso percorsi psicofisiologici (ad esempio, miglioramento dell’umore e dei marcatori fisiologici). Secondo Kaplan (1995), l’attenzione e lo stress sono componenti distinte ma interagenti del recupero.
- per i livelli di Stress, è stata utilizzata la “Perceived Stress Scale” nel suo adattamento italiano (Cohen et al., 1983; Mondo et al., 2021).

Le scale ROS e NCI sono scale utilizzate in un precedente studio sull'esperienza barefooting in natura (Rickard & White, 2021) e dunque sono state selezionate anche per garantire il confronto dei dati con la letteratura di riferimento.

Infine, il questionario si conclude con delle domande a risposta aperta al fine di raccogliere feedback, impressioni e proposte da parte dei partecipanti.

RISULTATI

Per quanto riguarda il primo obiettivo della ricerca, nella descrizione del campione sono state già descritte le caratteristiche dei partecipanti ai percorsi di barefooting. In particolare gli alti livelli di istruzione, il buono stato fisico (BMI) e l'elevata familiarità con la natura per più della metà del campione.

Per il secondo obiettivo, ovvero descrivere i livelli di benessere al termine dell'esperienza di Barefooting e le relazioni tra le variabili dello studio, i partecipanti sono stati suddivisi in tre gruppi in base all'età: giovani adulti, adulti e anziani. Nella tabella 1 vengono mostrate medie e deviazioni standard di ciascuna variabile dello studio per ogni gruppo d'età con eventuali differenze tra i gruppi.

Tabella 1					
Variabile	Media Giovani adulti	Media Adulti	Media Anziani	Differenze per età	Differenze per sesso biologico
Connessione con la natura	36,51 (ds 4,90)	38,22 (ds 7,06)	38,29 (ds 6,60)	Nessuna differenza	Donne>uomini
Benessere mentale	42,96 (ds 6,52)	44,33 (ds 8,56)	45,22 (ds 5,82)	Nessuna differenza	Nessuna differenza
Life Skills- Presa di decisione	11,39 (ds 1,43)	11,65 (ds 1,61)	11,73 (ds 1,51)	Nessuna differenza	Nessuna differenza
Life Skills-Coping con le emozioni	10,64 (ds 2,02)	10,68 (ds 2,23)	10,73 (ds 1,99)	Nessuna differenza	Nessuna differenza

Life Skills- Comunicazione efficace	10,42 (ds 1,9)	10,97 (ds 2,03)	11,06 (ds 1,66)	Nessuna differenza	Nessuna differenza
Life Skills- Relazioni interpersonali	12,26 (ds 1,82)	12, 14 (ds 1,79)	11,95 (ds 1,53)	Nessuna differenza	Nessuna differenza
Recupero psico- fisico	31,58 (ds 6,88)	35,04 (ds 5,55)	34,76 (ds 6,46)	Giovani adulti recuperano meno di adulti e anziani	Donne>uomini
Stress	21,14 (ds 5,60)	25,92 (ds 7,08)	24,05 (ds 5,56)	Giovani adulti meno stressati di adulti e anziani	Nessuna differenza
Note: ds=deviazione standard					

Recupero psicofisico e stress risultano le uniche due variabili dello studio per cui emerge una differenza tra i gruppi d'età: i giovani adulti risultano meno stressati ma con una capacità minore di recupero rispetto ad adulti e anziani.

Nella tabella 2 vengono presentate le correlazioni tra le variabili dello studio. Come atteso dalla letteratura di riferimento, le variabili dello studio risultano per lo più associate tra loro, soprattutto le life skills con il benessere o malessere (stress).

Tabella 2								
	Connessione con la natura	Benessere mentale	LS- Presa di decisione	LS- Coping con le emozioni	LS- Comunicazione efficace	LS-Relazioni interpersonali	Recupero psico-fisico	Stress
Connessione con la natura	1	.185**	.112	.071	.144*	.291**	.393**	-.113
Benessere mentale		1	.482**	.530**	.435**	.299**	.315**	-.263*
LS- Presa di decisione			1	.460**	.406**	.295**	.256**	-.186*
LS-Coping con le emozioni				1	.456**	.270**	.284**	-.255*
LS- Comunicazione efficace					1	.433**	.308**	-.144*
LS-Relazioni interpersonali						1	.329**	-.182*

Recupero psico-fisico							1	-.023
Stress								1
Note: *= $p < .05$; **= $p < .001$								

Infine, per quanto riguarda il terzo obiettivo, ovvero indagare se le Life Skills, la Connessione con la natura e il Ristoro psicofisico predicono il benessere, vengono di seguito riportate le analisi di regressione gerarchica utilizzate per indicare il valore predittivo delle variabili.

Nella Figura 1 viene presentato il valore predittivo delle life skills sul recupero psico-fisico controllando per età. Emerge che all'aumentare dell'età, le abilità nel gestire le emozioni e le relazioni interpersonali (life skills) contribuiscono a migliorare il recupero psico-fisico.

		β	$F_{(gdl)}$	R^2_{adj}	ΔR^2
Step 2	Età	.228**	11,30 (6,242)	.202	.169
	Sex bio	.049			
	Decision Making	.066			
	Coping con le emozioni	.144*			
	Comunicazione efficace	.068			
	Relazione interpersonale	.268**			
** $p < .001$; * $p < .05$					

Figura 1 Valore predittivo delle life skills sul recupero psico-fisico controllando per età

Nella Figura 2 viene presentato il valore predittivo della connessione con la natura e del benessere mentale sul recupero psico-fisico, controllando per età e sesso biologico. All'aumentare dell'età e per lo più tra individui maschi, maggiore senso di connessione con la natura e condizioni di benessere mentale contribuiscono positivamente sul recupero psicofisico.

		β	$F_{(gdl)}$	R^2_{adj}	ΔR^2
Step 3	Età	.137*	21,04 (4,244)	.244	.045
	Sex bio	.152*			
	Connessione con la natura	.386**			
	Benessere mentale	.218**			
**p<.001; *p<.05					

Figura 2 Valore predittivo della connessione con la natura e del benessere mentale sul recupero psico-fisico, controllando per età e sesso biologico

Nella Figura 3 viene presentato il valore predittivo del recupero psico-fisico e del benessere mentale sullo stress, controllando per età e sesso biologico. All'aumentare dell'età migliori livelli di benessere contribuiscono a ridurre condizioni di stress.

		β	$F_{(gdl)}$	R^2_{adj}	ΔR^2
Step 3	Età	.202**	7,95 (4,244)	.101	.082
	Sex bio	.054			
	Recupero psico-fisico	.026			
	Benessere mentale	-.303**			
**p<.001; *p<.05					

Figura 3 Valore predittivo del recupero psico-fisico e del benessere mentale sullo stress, controllando per età e sesso biologico

Nella Figura 4 viene presentato, infine, il valore predittivo del recupero psico-fisico e della connessione con la natura sul benessere mentale, controllando per età e sesso biologico. Emerge che all'aumentare del recupero psico-fisico migliora il benessere mentale, indipendentemente da età e sesso biologico.

		β	$F_{(gdl)}$	R^2_{adj}	ΔR^2
Step 3	Età	.078	7,68 (4,244)	.097	.053
	Sex bio	.050			
	Recupero psico- fisico	.260**			
	Connessione con la natura	.090			

Figura 4 Valore predittivo del recupero psico-fisico e della connessione con la natura sul benessere mentale, controllando per età e sesso biologico

In generale, dunque, dallo studio emerge che:

- all'aumentare dell'età alcune soft skills, come le abilità nel gestire le emozioni e le relazioni interpersonali, contribuiscono a migliorare il recupero psico-fisico.
- all'aumentare dell'età e soprattutto per gli uomini, il senso di connessione con la natura e il benessere mentale contribuiscono positivamente sul recupero psicofisico.
- all'aumentare dell'età, il benessere mentale contribuisce a ridurre le condizioni di stress.
- il recupero psico-fisico ha un effetto positivo sul benessere mentale, indipendentemente da età e sesso biologico.

CONCLUSIONI

I risultati del progetto sull'associazione tra la connessione con la natura e l'aumento del sentimento ristorativo di recupero psicologico sono in linea e rafforzano gli studi recenti (Grigoletto et al., 2023, Farías-Torbidoni et al., 2020; Berto et al., 2018; McMahan et al., 2018).

In generale, emergono degli effetti positivi della frequentazione di parchi naturali ed aree verdi protette sul:

- benessere psicologico come aspetto ristorativo di recupero dallo stress, miglioramento dell'umore, gestione delle emozioni;

- benessere sociale nel rafforzamento delle relazioni sociali, incontro con nuove persone partecipando ad attività creative,
- benefici della connessione con la natura, sperimentando il senso del luogo e promuovendo un'armoniosa relazione uomo-natura.

Il percorso barefoot di Cascina Brero presenta le caratteristiche indicate da Ulrich (1983) come attrattive e benefiche per la riduzione dello stress. Il percorso può avere impatto sullo sviluppo del senso di connessione con la natura e portare ad un aumento della possibilità di beneficiare dell'ambiente ristoratore della teoria ART (Attention Restoration Theory, Kaplan, 1995), ripristinando le risorse psicofisiologiche e sociali-relazionali dei partecipanti.

BIBLIOGRAFIA

1. Bell, S. L., Phoenix, C., Lovell, R., & Wheeler, B. W. (2015). Seeking everyday wellbeing: The coast as a therapeutic landscape. *Social Science & Medicine*, *142*, 56-67.
2. Berman, M. G., Jonides, J., & Kaplan, S. (2008). The cognitive benefits of interacting with nature. *Psychological science*, *19*(12), 1207-1212.
3. Chen, H. T., Yu, C. P., & Lee, H. Y. (2018). The effects of forest bathing on stress recovery: Evidence from middle-aged females of Taiwan. *Forests*, *9*(7), 403.
4. Cohen, S., Kamarck, T., & Mermelstein, R. (1983). A global measure of perceived stress. *Journal of health and social behavior*, *24*(4), 385–396. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/6668417>
5. de Bell, S., White, M., Griffiths, A., Darlow, A., Taylor, T., Wheeler, B., & Lovell, R. (2020). Spending time in the garden is positively associated with health and wellbeing: Results from a national survey in England. *Landscape and urban planning*, *200*, 103836.
6. delle Nazioni Unite, O. (2015). Trasformare il nostro mondo: l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile. *Risoluzione adottata dall'Assemblea Generale il*, *25*.
7. Dzhambov, A. M., Lercher, P., Browning, M. H., Stoyanov, D., Petrova, N., Novakov, S., & Dimitrova, D. D. (2021). Does greenery experienced indoors and outdoors provide an escape and support mental health during the COVID-19 quarantine?. *Environmental Research*, *196*, 110420.
8. Francis, J., Giles-Corti, B., Wood, L., & Knuiaman, M. (2012). Creating sense of community: The role of public space. *Journal of environmental psychology*, *32*(4), 401-409.
9. Fulkerson, M. (2014). Rethinking the senses and their interactions: the case for sensory pluralism. *Frontiers in Psychology*, *5*, 1426.
10. Gillis, K., & Gatersleben, B. (2015). A review of psychological literature on the health and wellbeing benefits of biophilic design. *Buildings*, *5*(3), 948-963.
11. Gremigni, P., & Stewart-Brown, S. (2011). Measuring mental well-being: Italian validation of the Warwick-Edinburgh Mental Well-Being Scale (WEMWBS)(Article). *Giornale Italiano di Psicologia*, *2*, 543–563.
12. Grigoletto, A., Toselli, S., Zijlema, W., Marquez, S., Triguero-Mas, M., Gidlow, C., ... & Nieuwenhuijsen, M. J. (2023). Restoration in mental health after visiting urban green spaces, who is most affected? Comparison between good/poor mental health in four European cities. *Environmental Research*, *223*, 115397.
13. Grossi, E., Groth, N., Mosconi, P., Cerutti, R., Pace, F., Compare, A., & Apolone, G. (2006). Development and validation of the short version of the Psychological General Well-Being Index (PGWB-S). *Health and Quality of Life Outcomes*, *4*(1), 88. <https://doi.org/10.1186/1477-7525-4-88>
14. Hall, C. e Knuth, M. (2019). Un aggiornamento della letteratura a sostegno dei benefici delle piante sul benessere: una revisione dei benefici per la salute emotiva e mentale delle piante. *Giornale di orticoltura ambientale*, *37* (1), 30-38.
15. Hartig, T. (2004). Restorative Environments. In *Encyclopedia of Applied Psychology* (pagg. 273–279). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B0-12-657410-3/00821-7>
16. Harvey, M. L., Oskins, J. D., McCarter, K. N., & Baker, J. R. (2016). Direct earth contact: Barefootedness and nature connection. *Ecopsychology*, *8*(2), 96-106.
17. Ikei, H., Song, C., & Miyazaki, Y. (2015). Physiological effect of olfactory stimulation by Hinoki cypress (*Chamaecyparis obtusa*) leaf oil. *Journal of physiological anthropology*, *34*, 1-7.
18. Kaplan, R., & Kaplan, S. (1989). The experience of nature: A psychological perspective. In *The experience of nature: A psychological perspective*. Cambridge University Press.

https://books.google.it/books?hl=it&lr=&id=7l80AAAAIAAJ&oi=fnd&pg=PR7&ots=TrH_VGp3-l&sig=hkoq3MFm3Q7KSo9tYP1lUxl63R0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

19. Kaplan, S. (1995). The restorative benefits of nature: Toward an integrative framework. *Journal of Environmental Psychology, 15*(3), 169–182. [https://doi.org/10.1016/0272-4944\(95\)90001-2](https://doi.org/10.1016/0272-4944(95)90001-2)
20. Kaplan, S. (1995). The restorative benefits of nature: toward an integrative framework. *J. Environ. Psychol. 15*, 169–182. doi: 10.1016/0272-4944(95)90001-2
21. Kase, T., & Endo, S. (2023). Cross-Cultural Validation of the Short Form of the Life Skills Scale for Adolescents and Adults in Adolescents in Four Countries. *Journal of Psychoeducational Assessment, 41*(4), 434–444. <https://doi.org/10.1177/07342829231155306>
22. Kase, T., Imura, S., Bannai, K., & Oishi, K. (2016). Development of the Life Skills Scale for Adolescents and Adults. *The Japanese journal of psychology, 87*(5), 546–555. <https://doi.org/10.4992/jjpsy.87.15229>
23. Keniger, L. E., Gaston, K. J., Irvine, K. N., & Fuller, R. A. (2013). What are the benefits of interacting with nature?. *International journal of environmental research and public health, 10*(3), 913-935.
24. Kondo, M. C., Jacoby, S. F., & South, E. C. (2018). Does spending time outdoors reduce stress? A review of real-time stress response to outdoor environments. *Health & place, 51*, 136-150.
25. Korchi, K., Noé, F., Bru, N., & Paillard, T. (2019). Optimization of the effects of physical activity on plantar sensation and postural control with barefoot exercises in institutionalized older adults: a pilot study. *Journal of Aging and Physical Activity, 27*(4), 452-465.
26. Korpela, K. M., Ylén, M., Tyrväinen, L., & Silvennoinen, H. (2008). Determinants of restorative experiences in everyday favorite places. *Health & place, 14*(4), 636–652. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2007.10.008>
27. Larson, L. R., Jennings, V., & Cloutier, S. A. (2016). Public parks and wellbeing in urban areas of the United States. *PLoS one, 11*(4), e0153211.
28. Lee, J., Park, B. J., Ohira, T., Kagawa, T., & Miyazaki, Y. (2015). Acute effects of exposure to a traditional rural environment on urban dwellers: A crossover field study in terraced farmland. *International journal of environmental research and public health, 12*(2), 1874-1893.
29. Lee, K. E., Williams, K. J., Sargent, L. D., Williams, N. S., & Johnson, K. A. (2015). 40-second green roof views sustain attention: The role of micro-breaks in attention restoration. *Journal of Environmental Psychology, 42*, 182-189.
30. Loebach, J., Rakow, D. A., Meredith, G., & Shepley, M. M. (2022). Time outdoors in nature to improve staff well-being: Examining changes in behaviors and motivations among university staff in the use of natural outdoor environments since the emergence of the COVID-19 pandemic. *Frontiers in Psychology, 13*.
31. Lumber, R., Richardson, M., & Sheffield, D. (2017). Beyond knowing nature: Contact, emotion, compassion, meaning, and beauty are pathways to nature connection. *PLoS one, 12*(5), e0177186.
32. Martin, P. (2004). Outdoor adventure in promoting relationships with nature. *Journal of Outdoor and Environmental Education, 8*, 20-28.
33. Mayer, F. S., Frantz, C. M., Bruehlman-Senecal, E., & Dolliver, K. (2009). Why is nature beneficial? The role of connectedness to nature. *Environment and behavior, 41*(5), 607-643.
34. McCaffrey, R., Hanson, C., & McCaffrey, W. (2010). Garden walking for depression: a research report. *Holistic nursing practice, 24*(5), 252-259.

35. Mondo, M., Sechi, C., & Cabras, C. (2021). Psychometric evaluation of three versions of the Italian Perceived Stress Scale. *Current Psychology*, 40(4), 1884–1892. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-0132-8>
36. Müller, M. M., Kals, E., & Pansa, R. (2009). Adolescents' emotional affinity toward nature: A cross-societal study. *Journal of Developmental Processes*, 4(1), 59-69.
37. Oppezzo, M., & Schwartz, D. L. (2014). Give your ideas some legs: the positive effect of walking on creative thinking. *Journal of experimental psychology: learning, memory, and cognition*, 40(4), 1142.
38. Park, S. A., Song, C., Oh, Y. A., Miyazaki, Y., & Son, K. C. (2017). Comparison of physiological and psychological relaxation using measurements of heart rate variability, prefrontal cortex activity, and subjective indexes after completing tasks with and without foliage plants. *International journal of environmental research and public health*, 14(9), 1087.
39. Pouso, S., Borja, Á., Fleming, L. E., Gómez-Baggethun, E., White, M. P., & Uyarra, M. C. (2021). Contact with blue-green spaces during the COVID-19 pandemic lockdown beneficial for mental health. *Science of The Total Environment*, 756, 143984.
40. Pretty, J., Peacock, J., Sellens, M., & Griffin, M. (2005). The mental and physical health outcomes of green exercise. *International journal of environmental health research*, 15(5), 319-337.
41. Pretty, J., Peacock, J., Sellens, M., & Griffin, M. (2005). The mental and physical health outcomes of green exercise. *International journal of environmental health research*, 15(5), 319-337.
42. Richardson, M., Hunt, A., Hinds, J., Bragg, R., Fido, D., Petronzi, D., Barbett, L., Clitherow, T., & White, M. (2019). A Measure of Nature Connectedness for Children and Adults: Validation, Performance, and Insights. *Sustainability*, 11(12), 3250. <https://doi.org/10.3390/su11123250>
43. Rickard, S. C., & White, M. P. (2021). Barefoot walking, nature connectedness and psychological restoration: the importance of stimulating the sense of touch for feeling closer to the natural world. *Landscape research*, 46(7), 975-991.
44. Roberts, H., van Lissa, C., Hagedoorn, P., Kellar, I., & Helbich, M. (2019). The effect of short-term exposure to the natural environment on depressive mood: A systematic review and meta-analysis. *Environmental research*, 177, 108606.
45. Ryan, C. O., Browning, W. D., Clancy, J. O., Andrews, S. L., & Kallianpurkar, N. B. (2014). Biophilic design patterns: emerging nature-based parameters for health and well-being in the built environment. *ArchNet-IJAR: International Journal of Architectural Research*, 8(2), 62.
46. Singh, S , Roy, D , Sinha, K , Parveen, S , Sharma, G , and Joshi, G . Impact of COVID-19 and lockdown on mental health of children and adolescents: a narrative review with recommendations. *Psychiatry Res.* (2020) 293:113429. doi: 10.1016/j.psychres.2020.113429
47. Song, C., Ikei, H., & Miyazaki, Y. (2016). Physiological Effects of Nature Therapy: A Review of the Research in Japan. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 13(8). <https://doi.org/10.3390/ijerph13080781>
48. Tennant, R., Hiller, L., Fishwick, R., Platt, S., Joseph, S., Weich, S., Parkinson, J., Secker, J., & Stewart-Brown, S. (2007). The Warwick-Edinburgh Mental Well-being Scale (WEMWBS): development and UK validation. *Health and Quality of Life Outcomes*, 5(1), 63. <https://doi.org/10.1186/1477-7525-5-63>
49. Tillmann, S., Tobin, D., Avison, W., & Gilliland, J. (2018). Mental health benefits of interactions with nature in children and teenagers: A systematic review. *J Epidemiol Community Health*, 72(10), 958-966.

50. Tsunetsugu, Y., Lee, J., Park, B. J., Tyrväinen, L., Kagawa, T., & Miyazaki, Y. (2013). Physiological and psychological effects of viewing urban forest landscapes assessed by multiple measurements. *Landscape and Urban Planning*, *113*, 90-93.
51. Ulrich, R. S. (1983). Aesthetic and Affective Response to Natural Environment. In J. F. Altman Irwin and Wohlwill (A. c. Di), *Behavior and the Natural Environment* (pagg. 85–125). Springer US. https://doi.org/10.1007/978-1-4613-3539-9_4
52. Ulrich, R. S., Simons, R. F., Losito, B. D., Fiorito, E., Miles, M. A., & Zelson, M. (1991). Stress recovery during exposure to natural and urban environments. *Journal of environmental psychology*, *11*(3), 201-230.
53. Vanaken, G. J., & Danckaerts, M. (2018). Impact of green space exposure on children's and adolescents' mental health: A systematic review. *International journal of environmental research and public health*, *15*(12), 2668.
54. Vanaken, G. J., & Danckaerts, M. (2018). Impact of green space exposure on children's and adolescents' mental health: A systematic review. *International journal of environmental research and public health*, *15*(12), 2668.
55. von Lindern, E., Lymeus, F., & Hartig, T. (2017). The Restorative Environment: A Complementary Concept for Salutogenesis Studies. In *The Handbook of Salutogenesis* (pagg. 181–195). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-04600-6_19
56. von Lindern, E., Lymeus, F., & Hartig, T. (2017). The Restorative Environment: A Complementary Concept for Salutogenesis Studies. In *The Handbook of Salutogenesis* (pagg. 181–195). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-04600-6_19
57. Wang, C , Pan, R , Wan, X , Tan, Y , Xu, L , Ho, CS, et al. Immediate psychological responses and associated factors during the initial stage of the 2019 coronavirus disease (COVID-19) epidemic among the general population in China. *Int J Environ Res Public Health*. (2020) *17*:1729. doi: 10.3390/ijerph17051729
58. WHOQOL Group. (2012, maggio 1). *WHOQOL: Measuring Quality of Life*. <https://www.who.int/tools/whoqol/whoqol-bref>.
59. World Health Organization. (2017). *Depression and Other Common Mental Disorders: Global Health Estimates*. WHO Document Production Services, Geneva, Switzerland.
60. Xue, F., Lau, S. S., Gou, Z., Song, Y., & Jiang, B. (2019). Incorporating biophilia into green building rating tools for promoting health and wellbeing. *Environmental Impact Assessment Review*, *76*, 98-112.
61. Yao, W., Zhang, X., & Gong, Q. (2021). The effect of exposure to the natural environment on stress reduction: A meta-analysis. *Urban forestry & urban greening*, *57*, 126932.
62. Zhang, J. W., Howell, R. T., & Iyer, R. (2014). Engagement with natural beauty moderates the positive relation between connectedness with nature and psychological well-being. *Journal of Environmental Psychology*, *38*, 55-63.

STUDIO SULLE RICADUTE POSITIVE SUL BENESSERE FISICO

A cura della prof.ssa Anna Mulasso

**Centro SUISM e Dipartimento di Scienze Mediche, Università di
Torino**

V.1 – Marzo 2024, Anna Mulasso

INTRODUZIONE

L'invecchiamento è un processo eterogeneo e individualizzato che coinvolge le componenti biologiche, psicologiche e sociali ed è influenzato da numerosi fattori (i.e., genetici, stile di vita, ambiente, alimentazione, livelli di attività fisica e stato di salute). In generale, è possibile osservare una progressiva riduzione dell'efficienza dei sistemi muscolo-scheletrico, nervoso, cardiovascolare e respiratorio con conseguente riduzione delle capacità funzionali (da Costa et al., 2016) e aumento del rischio di sviluppare comorbidità, ovvero la presenza concomitante di più patologie. Dal punto di vista biologico, l'invecchiamento è caratterizzato da una progressiva degenerazione a livello molecolare e cellulare nel corso del tempo. L'immunosenescenza che ne consegue è un fenomeno irreversibile di declino delle funzioni immunitarie che riveste un ruolo significativo in diverse patologie legate all'invecchiamento quali le malattie neurodegenerative, i tumori, le patologie cardiovascolari e le malattie autoimmuni (Wang et al., 2022).

Il concetto di autonomia è associato alle attività della vita quotidiana (*Activity of Daily Living, ADL*) ovvero tutte le attività quotidiane per la cura personale e costituisce un indicatore della capacità funzionale di una persona. L'incapacità o la difficoltà nello svolgere autonomamente tali attività rende l'individuo dipendente da altri con conseguente riduzione della qualità della vita. Inoltre, le ADL sono correlate con le malattie croniche, poiché la presenza di una o più di patologie può portare ad una riduzione dell'autonomia e a limitare la capacità funzionale dell'individuo.

Secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS, 2022), nel 2030, una persona su sei nel mondo avrà raggiunto o superato i 60 anni di età. Nel 2050, la popolazione mondiale di individui di età uguale o superiore a 60 anni raddoppierà, raggiungendo i 2,1 miliardi. Si prevede che il numero di persone over 80 anni triplicherà tra il 2020 e il 2050, raggiungendo i 426 milioni.

I dati ISTAT del 2019 relativi alle ADL rilevano circa 3.860.000 anziani con gravi difficoltà nelle attività funzionali, ovvero il 28,4% della popolazione over 65 anni. Di questi, 2.833.000 (20,9%) presentano gravi difficoltà nella deambulazione, nel salire o scendere le scale senza assistenza o con l'utilizzo di ausili. La percentuale di anziani con gravi difficoltà funzionali incrementa progressivamente con l'aumentare dell'età: dal 14,6% tra i 65-74enni, raddoppia al 32,5% tra gli anziani con età compresa tra 75 e 84 anni e quadruplica negli over 85, raggiungendo il 63,8% (ISTAT, 2019). In Italia, il 10,6% degli anziani riferisce gravi difficoltà in almeno una delle attività di cura personale, quasi un quinto degli anziani di 75 anni e più (18,3%) e oltre un terzo degli over 85 (37,2%).

L'attività fisica e l'esercizio fisico rappresentano un metodo efficace per contrastare il processo di invecchiamento e favorire il benessere fisico, psicologico e sociale. In particolare, diversi studi (tra cui: Distefano e Goodpaster, 2018) hanno evidenziato una riduzione degli effetti negativi sulla massa muscolare, sulla forza nonché un incremento della capacità rigenerativa, contribuendo a rallentare o prevenire le alterazioni del metabolismo muscolare.

La camminata a piedi nudi su superfici diverse (i.e., erba, sabbia, pietre, foglie secche, corteccia) può apportare adattamenti nei parametri spazio-temporali del ciclo del passo. Diversi studi (tra cui: Hollander et al., 2022; Petersen et al., 2020; Ren et al., 2022) hanno analizzato la camminata a piedi nudi evidenziando come vi sia una variazione della lunghezza e della frequenza del passo. In particolare, camminare a piedi nudi incrementa la frequenza dei passi, a discapito della lunghezza e della velocità del passo che diminuiscono, ipotizzando un incremento dell'equilibrio.

I risultati dello studio Korchi et al. (2019) sottolineano l'utilità della camminata a piedi nudi per migliorare il controllo posturale dimostrando gli effetti di maggior quantità di informazioni somatosensoriali a livello plantare sulla postura. Hollander et al. (2022) riportano una riduzione della lunghezza e del tempo del passo, della velocità del cammino e una minore variabilità di pattern motori nella deambulazione, associati ad una riduzione del rischio caduta. In sintesi, camminare e svolgere esercitazioni a piedi nudi aumenta la sensibilità del piede con maggiore consapevolezza sensoriale e più informazioni propriocettive e tattili, migliorando l'efficacia di un programma di esercizio fisico per prevenire le cadute negli anziani. Inoltre, senza l'utilizzo delle calzature, le persone potrebbero adottare una postura più naturale e distribuire diversamente il carico durante la camminata, con una riduzione della lunghezza del passo per ottenere maggiore stabilità.

Sempre più studi (tra cui: Mulasso et al., 2022) riportano i benefici apportati dall'esercizio fisico sulla funzionalità delle persone anziane, compresa la fragilità. La fragilità è un concetto utilizzato per descrivere i molteplici problemi che una persona, con l'avanzare dell'età, si trova frequentemente ad affrontare ed è descritta come una riduzione delle normali funzioni fisiologiche con conseguente aumento della vulnerabilità agli eventi esterni associato al processo di invecchiamento. La fragilità rappresenta un importante fattore di rischio per la mortalità negli anziani (Kojima et al., 2018) ed è associata ad un incremento di conseguenze negative come disabilità, rischio di cadute, fratture, alterazione della deambulazione, riduzione dei livelli della qualità della vita e depressione (Gobbens et al., 2012; Hoogendijk et al., 2019). L'esercizio fisico, in particolare training su equilibrio e propriocezione, rappresenta un metodo efficace per prevenire e contrastare la condizione di fragilità negli anziani (Cameron et al. 2013; Fernández-García et al., 2022).

SEDI DELL'INIZIATIVA

Le sedi dell'iniziativa sono state le seguenti:

- spazio f'Orma del Parco Fluviale gesso e Stura in Piazzale Walther Cavallera 13, Cuneo, in cui è avvenuto il reclutamento dei partecipanti ed è stato implementato il programma di esercizio fisico a piedi nudi ;
- laboratorio del Gruppo di ricerca Funzione NeuroMuscolare dell'Università di Torino, Via Marengo 32, Torino, in cui si sono realizzate le attività di ricerca scientifica.

OBIETTIVI

Il presente progetto ha indagato la fattibilità e gli effetti di un programma di esercizio fisico a piedi nudi all'interno dello spazio f'Orma sulle variabili di funzionalità fisica, psicosociale e generale in un campione di persone anziane (età pari o superiore a 60 anni).

In particolare la fattibilità è stata valutata prendendo in esame:

- il numero di persone che ha aderito all'iniziativa;

- l'aderenza al programma di esercizio fisico;
- la percentuale di drop-out;
- la percentuale di persone che ha completato per intero l'iniziativa;
- il numero di eventi avversi avvenuti durante l'iniziativa.

Le variabili utilizzate per analizzare gli effetti del programma di esercizio fisico sono fisico-motorie (ad es. equilibrio, deambulazione, fitness cardiorespiratorio, livelli di forza, quantità di attività fisica svolta, ecc), psicosociali (ad es. umore negativo, quantità delle relazioni sociali, ecc) e generali (ad es. condizione di fragilità, qualità della vita, benessere, ecc).

PARTECIPANTI E PROCEDURA

I partecipanti all'iniziativa sono stati reclutati dal Parco Fluviale Gesso e Stura in collaborazione con il Comune di Cuneo.

I soggetti hanno soddisfatto i seguenti criteri di inclusione:

- età pari o superiore ai 60 anni;
- capacità di deambulare autonomamente.

Mentre i criteri di esclusione sono stati:

- controindicazione assoluta alla pratica di esercizio fisico;
- patologie e/o difficoltà di deambulazione/equilibrio tali da impedire la partecipazione ad un programma di esercizio fisico in sicurezza;
- grave declino cognitivo o disabilità intellettiva.

Ai partecipanti è stato richiesto il certificato medico di idoneità all'attività sportiva non agonistica. Ciascun partecipante è stato informato sugli obiettivi, le procedure, le modalità di svolgimento e le caratteristiche del programma di esercizio fisico sia a voce sia tramite la consegna di un foglio informativo, a cui è seguita la firma del modulo di consenso informato. I dati sono stati raccolti

mantenendo l'anonimato dei partecipanti, grazie all'auto-creazione di un codice alfanumerico non riconducibile alla persona ma che ha permesso di appaiare dati raccolti in tempi successivi.

Gli strumenti di valutazione, così come descritti nel paragrafo successivo, sono scientificamente validati e non hanno alcun fine diagnostico. Si precisa inoltre che i test motori individuati sono comunemente utilizzati nella popolazione anziana in assenza di controindicazioni alla pratica di attività fisica e non comportano alcun tipo di rischio (Golding et al., 1989).

Il progetto ha inoltre ricevuto l'approvazione da parte del Comitato di Bioetica dell'Università di Torino (protocollo numero 0432955 del 21/07/2023).

ASSESSMENT DELLA FUNZIONALITÀ

La fase di valutazione ha consentito di:

- “scattare una foto” della funzionalità della persona che ha permesso di impostare un programma di esercizio fisico *person-centered*, adattando le richieste motorie e stabilendo obiettivi stimolanti ma raggiungibili;
- identificare le aree di funzionamento maggiormente carenti per ciascun partecipante e proporre un programma di esercizio fisico mirato per stimolare in modo specifico tali aree;
- valutare l'efficacia nel tempo del programma di esercizio fisico adattato, effettuando una valutazione al termine del programma e confrontando tra loro i dati.

L'*assessment* della funzionalità della persona è stato incentrato prevalentemente sugli aspetti di funzionamento fisico ma non ha escluso le componenti psico-sociale e di funzionalità generali. In accordo con il modello bio-psico-sociale (Engel, 1977) da cui emerge la concezione di multidimensionalità dell'essere umano, le componenti fisiche, mentali e sociali di un individuo sono tra loro strettamente interconnesse, in forte interazione e non mutuamente escludibili. Di conseguenza, una valutazione “olistica” dell'individuo ha permesso di analizzare le interazioni e le influenze reciproche tra le componenti dei vari domini – fisico-motorie (ad es. equilibrio, deambulazione, fitness cardiorespiratorio, ecc), psicosociale (ad es. umore negativo, quantità delle relazioni sociali, ecc) e generali (ad es. condizione di fragilità, qualità della vita, ecc) e ottenere una comprensione più approfondita del fenomeno di interesse.

Alla luce di queste evidenze, nel corso dell’iniziativa e rispettivamente all’inizio e al termine del programma di esercizio fisico adattato, sono stati somministrati strumenti validati, oltre a domande socio demografiche. Le variabili con gli strumenti utilizzati sono descritte in Tabella 1.

Tabella 1. Descrizione variabili indagate e strumenti utilizzati

AREA	VARIABILI	STRUMENTI
Antropometrica	<ul style="list-style-type: none"> ○ Statura ○ Peso corporeo ○ BMI 	Rilevati da personale qualificato con appositi strumenti (statimetro e bilancia)
Stato di salute	<ul style="list-style-type: none"> ○ Malattie croniche/comorbidità ○ Stile di vita ○ Cadute negli ultimi 12 mesi ○ Numero ricoveri ospedalieri/visite specialistiche negli ultimi 12 mesi 	Questionari self-report
	Quantità di attività fisica e comportamento sedentario	<i>International Physical Activity Questionnaire, Short-Form (7-item)</i> (Craig et al., 2003; Mannocci et al., 2012)
Funzionamento fisico	Fitness cardiorespiratorio	<i>2-minutes walking test</i> (Butland et al., 1982)
	Deambulazione e forza muscolare	<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Timed Up and Go test</i> (TUG; single/dual-tasks) (Podsiadlo & Richardson, 1991) ○ <i>Hand grip strength test</i> ○ <i>Short Physical Performance Battery</i> (SPPB; Guralnik et al., 1994)
	Equilibrio e propriocezione	<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Standard stance</i>, ad occhi aperti, 30 s (Inness et al., 2011) ○ <i>One Leg Stance test</i>, prove da 30 s (Bohannon, 2006) <p>Utilizzando per entrambi i test un sensore inerziale - <i>Baiobit G-Sensor</i>, <i>BTS-Bioengineering</i>, Italia - per registrare la durata totale della prova, tempo, velocità e accelerazione sui diversi piani.</p>
Funzionamento psico-sociale	Umore negativo	<i>Center for Epidemiological Studies Depression Scale</i> (CES-D; 10 item) (Andresen et al., 1994; Radloff, 1977)
	Ansia	<i>Hospital Anxiety and Depression Scale, Anxiety subscale</i> (HADS; 7 item) (Costantini et al., 1999; Zigmond & Snaith, 1983)
	Rapporti sociali	<i>Lubben Social Network Scale</i> (LSNS; 6 item) (Lubben, 1988)

Funzionalità generale	Multidimensional <i>frailty</i>	<i>Tilburg Frailty Indicator</i> (TFI; 15 item) (Gobbens et al., 2010; Mulasso et al., 2016)
	Benessere mentale	<i>Warwick-Edinburgh Mental Well-Being Scale</i> (WEMWB; 12 item) (Gremigni & Stewart-Brown, 2011)
	<i>Health-related quality of life</i>	<i>Short-Form Health Survey</i> (SF-12; 12 item) (Ware et al., 1996)

PROGRAMMA DI ESERCIZIO FISICO A PIEDI NUDI

Il programma di esercizio fisico proposto si è caratterizzato da un approccio *person-centered*, individualizzato e mirato agli obiettivi. Sempre più frequentemente si fa ricorso al termine adattato riferito all'esercizio fisico, ovvero a quella tipologia di esercizio fisico che modifica, ad esempio l'esercizio stesso, le attrezzature o le indicazioni che si forniscono sulla base dei bisogni e delle esigenze che i singoli manifestano. Il programma di esercizio fisico proposto all'interno del percorso f'Orma è stato quindi adattato alla persona e condotto a piedi nudi, sfruttando le potenzialità che l'ambiente stesso ha offerto.

L'attività è stata svolta in gruppi di 12-15 persone con una frequenza bi-settimanale, in giorni non consecutivi, un'ora a seduta, per una durata di 8 settimane nel periodo da Maggio ad Agosto 2023. Il programma è stato strutturato e condotto da una Chinesiologa delle attività motorie preventive e adattate, con specifiche competenze nelle attività con le persone anziane, affiancata da due studenti del Corso di laurea magistrale in Scienze dell'Educazione Motoria e delle Attività Adattate (LM-67) dell'Università di Torino.

Il programma di esercizio fisico è stato strutturato sulla base della più recente letteratura internazionale e articolato in differenti aree di intervento, come descritte di seguito.

N°	AREA DI INTERVENTO	DESCRIZIONE
1	Training cardiorespiratorio	<p>L'esercizio cardiorespiratorio o aerobico è stato definito <i>dall'American College of Sports Medicine</i> (Pescatello & American College of Sports Medicine, 2014) come qualsiasi attività intenzionale e strutturata che presenti le seguenti caratteristiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ utilizzo di grandi gruppi muscolari, ○ natura ciclica e ritmica, ○ capacità di mantenimento nel tempo in modo continuo dell'attività. <p>La camminata è un esempio di attività cardiorespiratoria. Il training cardiorespiratorio può essere svolto in modo continuo all'interno della stessa</p>

N°	AREA DI INTERVENTO	DESCRIZIONE
		seduta di allenamento o in diverse sedute per almeno 10 minuti consecutivi fino a raggiungere durata e volume desiderati.
2	Training neuromuscolare	Gli esercizi neuromuscolari agiscono sul controllo senso motorio e sulla stabilità funzionale compensatoria dell'individuo (Ageberg et al., 2010, 2013). Con controllo senso motorio, anche chiamato controllo neuromuscolare, si fa riferimento all'abilità di produrre movimenti controllati attraverso un'attività muscolare coordinata, mentre con stabilità funzionale o stabilità dinamica si intende la capacità dell'articolazione di mantenere stabilità durante il movimento. I training neuromuscolari si basano sul concetto di "apprendimento motorio" che si traduce nella possibilità per la persona di modificare i propri <i>patterns</i> di movimento o di acquisirne di nuovi (Mulder & Hulstyn, 1984). Le componenti sollecitate all'interno di un training neuromuscolare, oltre alla forza muscolare, sono ad esempio il tempo di reazione muscolare, i <i>patterns</i> di attivazione muscolare, la coordinazione muscolare, la performance funzionale, il controllo posturale e la propriocezione (Ageberg, 2002; Ageberg & Roos, 2015). Nello specifico sono stati condotti esercizi funzionali che coinvolgono più gruppi muscolari, più distretti articolari e che presentano maggiori similitudini con i compiti richiesti nella vita quotidiana (principio di ecologicità) prevalentemente in stazione eretta. Esercizi neuromuscolari più complessi hanno richiesto un maggior numero di movimenti, una variazione delle direzioni di movimento, una variazione della velocità di esecuzione dei movimenti, un incremento del carico e/o una variazione della superficie di appoggio (Ageberg & Roos, 2015).
3	Training propriocettivo e di equilibrio	Sono stati proposti esercizi specifici sull'equilibrio e sulla propriocezione. Studi recenti hanno infatti dimostrato che training di equilibrio/propriocezione incentrati su perturbazioni e/o multi task migliorano il controllo posturale (Nagy et al., 2007; Yang et al., 2016), riducendo le cadute (Madureira et al., 2007; Nitz & Choy, 2004). Gli esercizi di equilibrio e propriocettivi sono stati svolti in una condizione statica (ad es. in stazione eretta) o dinamica (ad es. durante la deambulazione), variando la superficie di appoggio (ad es. superficie stabile o instabile), con gli occhi aperti o chiusi, in posizione bipodolica, semi-tandem, tandem o monopodolica, in abbinamento o meno ad un compito addizionale motorio (ad es. afferrare o lanciare una palla, effettuare un esercizio di flessibilità muscolo-tendinea o di mobilità articolare, mantenere una determinata posizione o sorreggere un oggetto, ecc...) o cognitivo (ad es. ricordare una sequenza di parole, effettuare operazioni logico-matematiche, ecc...) (Wiesmeier et al., 2017).

Si vedano, a titolo esemplificativo, Allegato 1 e Allegato 2 con gli esercizi proposti.

RISULTATI

Caratteristiche in *baseline* dei partecipanti

Delle 42 persone che hanno aderito al progetto, la maggior parte era di genere femminile (88%), coniugato o convivente (52%) e con un titolo di studio elevato (Diploma o Laurea per il 33% e il 29%

dei partecipanti, rispettivamente). L'età media era di 70 anni (DS=4), con valori compresi tra 63 e 78 anni.

La maggior parte delle persone presentava almeno una patologia cronica (57%), ad esempio l'ipertensione, l'osteoporosi, il diabete di tipo 2, l'artrosi, ecc... Complessivamente, il 67% dei partecipanti riferisce una buona salute e il 52% uno stile di vita salutare. Il 19% delle persone riporta almeno una caduta nei 12 mesi precedenti. Tabella 2.

Tabella 2. Caratteristiche socio demografiche e individuali dei partecipanti all'INiziativa (N=42)

VARIABILE	n (%)	MEDIA ± DS
Età, anni	-	70 ± 4
Genere, n(%) di donne	37 (88)	-
Stato civile		
Coniugata/o, convivente	22 (52)	-
Libero/a	3 (7)	
Vedova/o	8 (19)	
Separata/o	9 (22)	
Titolo di studio		
Licenza elementare	1 (2)	-
Licenza media	15 (36)	
Diploma di maturità	14 (33)	
Laurea	12 (29)	
Presenza malattie croniche, n(%) di si	24 (57)	-
Cadute nei 12 mesi precedenti, n(%) di si	8 (19)	-
Condizione di salute		
Molto buona	2 (5)	-
Buona	26 (62)	
Passabile	14 (33)	
Stile di vita		
Salutare	22 (52)	-
Più o meno salutare	20 (48)	
Non salutare	0 (0)	

I partecipanti presentano inoltre discreti livelli di funzionalità motoria in *baseline*. In particolare, nel test dei 2 minuti di cammino riescono mediamente a percorrere 139,4 m (DS=14,8) e nel test di equilibrio statico monopodalico mantengono la posizione per 27,0 s (DS=6,7). Il test sulla *mobility* (TUG) è stato effettuato in 8,1 s (DS=1,0). Considerando invece la forza degli arti superiori, le donne

in media hanno espresso una forza pari a 23,0 kg (DS=4,3) e gli uomini pari a 43,6 kg (DS=5,2). Il tempo impiegato per alzarsi e sedersi 5 volte da una sedia, indice di forza degli arti inferiori, corrisponde a 12,6 s (DS=2,4). La funzionalità degli arti inferiori è risultata mediamente alta, con un valore pari a 10,3 punti (DS=1,2).

Per quanto riguarda il TFI, è emerso che oltre la metà dei partecipanti (55%) era in una condizione di *frailty*, mentre il restante è risultato robusto. Gli score di umore negativo e ansia sono contenuti, mentre il questionario sull'*Health related Quality of Life* rivela che sia la componente fisica che psicosociale sono buone, e lo stesso per il benessere mentale. Infine, è stato somministrato l'IPAQ per misurare la quantità di attività fisica e il comportamento sedentario dei partecipanti. Con un valore mediano di 2262 MET-minuti/settimana, il campione è risultato in genere fisicamente attivo, con livelli di sedentarietà contenuti pari a 153 minuti/giorni (DS=68). Tabella 3.

Tabella 3. Caratteristiche FISICO-motorie e psicosociali dei partecipanti all'iniziativa in baseline (N=42)

VARIABILE	n (%)	MEDIA ± DS
Fitness aerobico * (2-minutes walking test), in m	-	139,4 ± 14,8
Equilibrio statico * (One leg stance test), in s	-	27,0 ± 6,7
Mobility (Timed up and go test, TUG), in s	-	8,1 ± 1,0
Forza delle mani * (Hand grip strength test), kg	-	
Donne		23,0 ± 4,3
Uomini		43,6 ± 5,2
Forza arti inferiori (5-times sit-to-stand), s		12,6 ± 2,4
Funzionalità arti inferiori * (SPPB), score 0-12	-	10,3 ± 1,2
Frailty (TFI) , score 0-15		4,6 ± 2,4
Fragili	23 (55)	
Robusti	19 (45)	
Attività fisica * (IPAQ), MET-min/settimana		2262 (2562) [§]
Sedentarietà (IPAQ), minuti		153 ± 68
Umore negativo (CES-D) , score 0-30	-	6,4 ± 4,3
Ansia (HADS) , score 0-21	-	5,5 ± 3,1
Relazione sociali * (LSNS), score 0-30	-	13,1 ± 3,1
Qualità di vita * (SF-12), score		
Physical Component Summary	-	15,1 ± 2,7
Mental Component Summary		21,6 ± 3,5
Benessere mentale * (WEMWB), score 12 - 60		45,8 ± 6,3

Note: * valore più elevato corrispondente ad una condizione/prestazione migliore; [§] I dati sono riferiti alla mediana e allo scarto interquartile

Fattibilità

Solo una persona (n=1, 2,3%; non considerata nelle analisi) ha abbandonato il progetto (*drop-out*) per motivi di salute non riconducibili alla partecipazione al programma di esercizio fisico proposto. La restante parte dei partecipanti (n=42) ha frequentato con buona assiduità le attività proposte a cadenza bisettimanale e alle sessioni di *assessment* iniziale e finale, nonostante l'intero progetto sia stato proposto nel periodo estivo. In media, l'aderenza al programma di esercizio fisico è stata di 12 sedute su 16, pari al 75%. Non si sono registrati eventi avversi né nelle fasi di *assessment* né durante lo svolgimento del programma di esercizio fisico.

Gli effetti del programma di esercizio fisico

Di seguito si descrivono i principali risultati ottenuti confrontando i dati rilevati prima e al termine del programma di esercizio fisico. I dati sono stati analizzati utilizzando software statistici. Il *p-value* è stato considerato significativo con valori pari o inferiori a 0,05.

Stile di vita

Mediante somministrazione del questionario IPAQ, che permette di misurare la quantità di attività fisica che la persona ha svolto nella settimana precedente e il comportamento sedentario, è stato possibile osservare una differenza statisticamente significativa tra pre- e post-test sulla quantità di attività fisica praticata, espressa in termini di MET-minuti/settimanali ($z=-2,52$; $p=0,01$) che è passata da un valore mediano di 2262 MET-minuti/settimanali a 2817 MET-minuti/settimanali.

Al contrario, il comportamento sedentario è rimasto statisticamente invariato ($t=0,36$; $p>0,05$) tra pre- (153 ± 68 minuti) e post-test (148 ± 63 minuti), probabilmente perché presentava già valori bassi in fase iniziale.

Equilibrio statico

La capacità di equilibrio è in stretta relazione con la capacità della persona di deambulare autonomamente e con il rischio caduta. In particolare la caduta è un evento frequente nelle persone in età avanzata, estremamente temibile e con forti ripercussioni negative sulla qualità di vita. Ad esempio, il rischio caduta raddoppia se la persona non è in grado di mantenere l'equilibrio statico monopodalico per almeno 5 secondi. L'equilibrio risulta inoltre associato alla *frailty* e al mantenimento dell'autonomia nello svolgimento delle attività di vita quotidiana (tra cui fare le

scale, andare alla toilette, vestirsi e lavarsi, ecc...). Più in generale l'equilibrio è considerato una misura di *health related fitness* (Sun et al., 1996).

Nel progetto sono stati utilizzati diversi test per valutare l'equilibrio, in particolare un test per valutare l'equilibrio statico monopodalico, denominato *One Leg Stance test*. È stato richiesto alle persone di mantenere l'equilibrio su un solo arto per un massimo di 30 secondi. Il tempo veniva interrotto se la persona appoggiava l'altro piede a terra, effettuava degli spostamenti a terra, e/o avveniva un contatto degli arti superiori con qualsiasi supporto.

Tra pre- e post-test si è evidenziato un incremento del tempo di mantenimento dell'equilibrio statico monopodalico sia in appoggio sull'arto inferiore destro ($t=-2,14$; $p=0,039$; da 25,4 s, DS=7,1, del pre-test a 28,1 s, DS=4,8, del post-test) sia sull'arto inferiore sinistro ($t=-2,21$; $p=0,033$; da 22,8 s, DS=10,1, del pre-test a 25,5 s, DS=8,1, del post-test). Grafico 1.

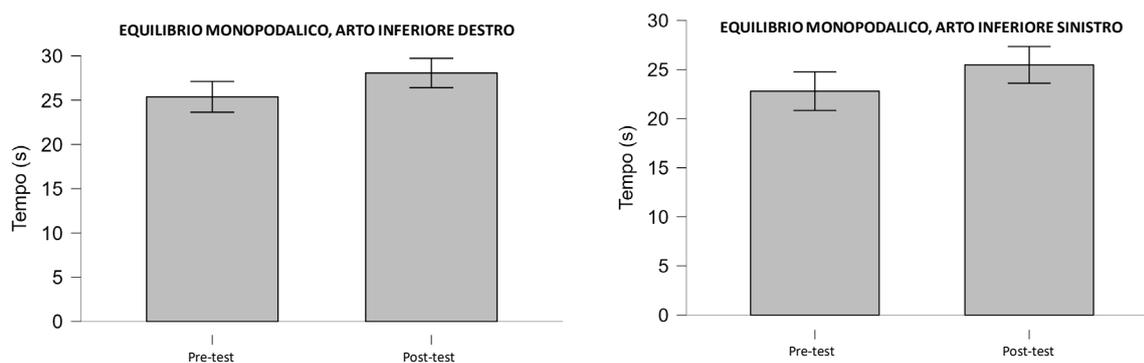


Grafico 1. Gli effetti dell'Esercizio fisico sull'equilibrio statico (tempo di mantenimento), arto inferiore destro e sinistro

Mobility

La *mobility* viene descritta come la capacità della persona di spostarsi autonomamente nello spazio. Si tratta di una capacità fondamentale per un invecchiamento attivo ed è strettamente connessa allo stato di salute generale e all'*health related quality of life*. Inoltre, è uno dei più importanti predittori di perdita di autonomia, caduta, istituzionalizzazione e morte, e più in generale di declino funzionale (Smith et al., 2016).

Nel progetto la *mobility* è stata valutata con diversi test, tra cui il *Timed Up and Go test* che richiede di alzarsi dalla sedia, camminare per 3 metri, girare attorno ad un cono e tornare a sedersi, il tutto nel minore tempo possibile ma senza correre.

Dall'analisi dei dati si è rilevato un miglioramento ($t=7,16$; $p<0,001$) tra pre- e post-test sul tempo di esecuzione della prova, passando da un valore di 8,1 s (DS=1,0) ad uno di 7,2 (DS=0,7). Grafico 2.

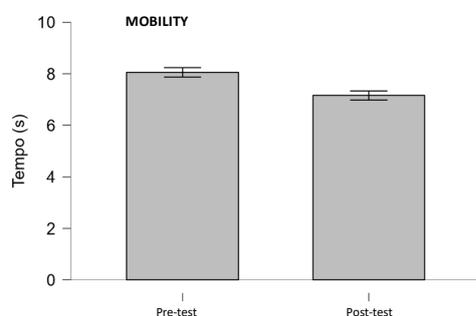


Grafico 2. Gli effetti dell'Esercizio fisico sulla mobility (tempo di esecuzione di un percorso)

Forza delle mani e degli arti inferiori

La forza è un parametro fondamentale nelle persone adulte e anziane per il mantenimento dell'autonomia nello svolgimento delle attività quotidiane. In particolare nelle persone con riduzione della forza degli arti inferiori aumenta il rischio caduta e si può incorrere con maggiore frequenza nel declino delle capacità cognitive, a testimonianza di quanto i vari domini di funzionamento umano (fisico-cognitivo in questo caso) siano tra loro strettamente interconnessi. Nel complesso la forza degli arti inferiori viene anche definita un indice di *human vitality* (Nuzzo et al., 2019).

All'interno del progetto la forza delle mani è stata valutata con l'*hand grip strength test*, chiedendo ai soggetti di esprimere la massima espressione di forza di presa su un dinamometro, eseguendo la prova sia con la mano destra sia con la sinistra. Invece, la forza degli arti inferiori è stata valutata utilizzando il *5-times sit-to-stand test*, test in cui si richiede alla persona di alzarsi e sedersi dalla sedia mantenendo le braccia incrociate al petto per 5 volte. L'operatore fornisce le indicazioni per avviare il test e registra il tempo di svolgimento.

Dall'analisi dei dati non si osserva una differenza statisticamente significativa nell'espressione di forza delle mani tra pre- e post-test, mentre emerge un cambiamento statisticamente significativo ($t=7,1$; $p<0,001$) tra pre- ($12,6 \pm 2,4$ s) e post-test ($10,1 \pm 1,6$ s) con una riduzione del tempo di esecuzione del compito motorio. Grafico 3.

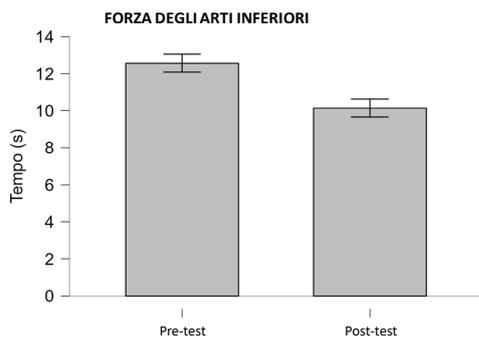


Grafico 3. Gli effetti dell'Esercizio fisico sulla forza degli arti inferiori (tempo di esecuzione di un compito motorio)

Complessivamente, considerando la funzionalità generale degli arti inferiori, lo strumento SPPB che consiste in una serie di test motori predittivi di rischio caduta e autonomia, ha permesso di riscontrare un miglioramento statisticamente significativo ($t=-7,66$; $p<0,001$) tra pre- ($10,3 \pm 1,2$ punti) e post-test ($11,5 \pm 0,8$ punti). Grafico 4.

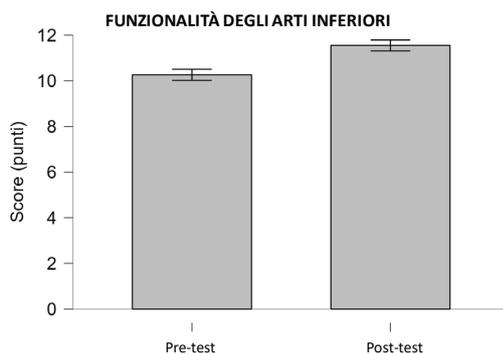


Grafico 4. Gli effetti dell'Esercizio fisico sulla FUNZIONALITÀ degli arti inferiori (score, punteggi più elevati corrispondono a funzionalità maggiore)

Fitness cardiorespiratorio

Il fitness cardiorespiratorio di un individuo è strettamente associato alla longevità. Studi precedenti (tra cui: Strasser & Burtscher, 2018) hanno messo in luce come le persone con VO₂max al di sopra del cinquantesimo percentile possano aspettarsi di vivere più a lungo rispetto a coloro che si trovano nei percentili inferiori.

Nel progetto si è proposto il *2-minutes walking test* in cui è stato richiesto ai partecipanti di camminare ad una velocità sostenuta per 2 minuti al termine dei quali l'operatore misurava la distanza percorsa.

Le analisi effettuate hanno mostrato un incremento statisticamente significativo ($t=-6,60$; $p<0,001$) della distanza percorsa tra il pre- ($139,4 \pm 14,8$ m) e il post-test ($148,7 \pm 11,8$ m). Grafico 5.



Grafico 5. Gli effetti dell'Esercizio fisico sul fitness cardiorespiratorio (distanza percorsa)

Frailty

La *frailty* è una condizione di ridotta riserva funzionale che rende la persona maggiormente a rischio di esiti negativi di salute, quali ad esempio cadute, declino cognitivo, perdita di autonomia, istituzionalizzazione, ospedalizzazione, morte, ecc... (Gobbens et al., 2010). Essendo un processo potenzialmente reversibile, l'esercizio fisico può essere una delle strategie più efficaci per contrastare la *frailty*.

Nel progetto si è analizzato un costrutto di fragilità multidimensionale, comprendente i domini fisico, psicologico e sociale, utilizzando il questionario TFI. Il TFI è composto da 15 item e permette di discriminare le persone fragili da coloro che sono robuste, utilizzando un cut-off ≥ 5 punti.

I risultati che ne derivano sono significativi e di estremo interesse. Dal confronto tra pre- ($4,5 \pm 2,4$ punti) e post-test ($3,8 \pm 2,3$ punti) emerge una riduzione ($t=2,45$; $p=0,019$) della *frailty*. Grafico 6.

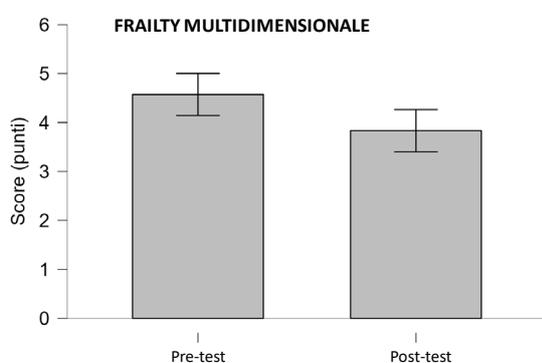


Grafico 6. Gli effetti dell'Esercizio fisico sulla frailty (score, punteggi più elevati corrispondono a maggiore compromissione)

Anche analizzando i singoli domini della fragilità sono emerse differenze statisticamente significative nel confronto tra pre- e post-test, in particolare:

- dominio fisico ($t=2,46$; $p=0,018$), passando da 2,1 punti (DS=1,9) del pre-test a 1,7 punti (DS=1,7) del post-test
- dominio psicologico ($t=2,64$; $p=0,012$), passando da 1,5 punti (DS=1,0) del pre-test a 1,1 punti (DS=0,9) del post-test

Non si è invece registrato un cambiamento significativo a livello di fragilità sociale.

Infine, è stato possibile analizzare un dato categoriale relativo alla *frailty* che ha permesso di quantificare le transizioni di stato (da fragili a robusti, e viceversa) tra il pre- e il post-test. La transizione risulta significativa ($\chi^2=8,12$; $p=0,004$). Come descritto nella Tabella 4, il 55% dei partecipanti risultava fragile in *baseline*, di questi il 48% ($n=11$) transita da una condizione di fragilità in pre-test ad una condizione di robustezza in post-test. Solo un numero limitato di persone ($n=2$) effettua il passaggio inverso (da robusto a fragile). Per le restanti persone ($n=17$, soggetti robusti; $n=12$, soggetti fragili) non si verifica una transizione di stato nel corso delle due fasi di *assessment*.

	Fragili_Post test	Robusti_Post test
Fragili_Pre test	12 (29%)	11 (26%)
Robusti_Pre test	2 (5%)	17 (40%)

Tabella 4. Confronto tra fragili e robusti nei due tempi

Umore negativo e relazioni sociali

L'umore può essere negativamente influenzato dalle condizioni cliniche, in particolare nel genere femminile. Un umore negativo può inoltre innescare un circolo "vizioso" che porta ad una riduzione

delle relazioni sociali e alla perdita della funzionalità motoria. Da sottolineare infine che sia l'umore sia le relazioni sociali impattano fortemente sul benessere individuale (Goldney et al., 2004).

Nel progetto l'umore è stato misurato con la scala CESD che prevede 10 item e può essere compilata in autonomia dalla persona. Dalle analisi condotte risulta che il genere femminile ($6,6 \pm 4,2$ punti) presenti valori più elevati di umore negativo rispetto al genere maschile ($5,2 \pm 5,5$ punti), pur non raggiungendo la significatività statistica. Considerando esclusivamente il genere femminile, emerge come l'esercizio fisico possa essere una strategia per contrastare l'umore negativo. Risulta infatti che tra pre- ($6,6 \pm 4,2$ punti) e post-test ($5,6 \pm 4,3$ punti) ci sia una tendenza al cambiamento dell'umore ($t=1,77$; $p=0,085$).

Le relazioni sociali dal punto di vista quantitativo sono invece state valutate con il questionario LSNS che prevede 6 item, 3 specifici sulle relazioni familiari e 3 sulle relazioni di amicizia. Emerge come un'attività di gruppo, come quella proposta in questo progetto, rappresenti uno strumento importante per aumentare le relazioni sociali da parte degli anziani. In particolare, nel confronto tra pre- ($13,1 \pm 3,1$ punti) e post-test ($18,5 \pm 4,2$ punti), si osserva un aumento statisticamente significativo ($t=-10,45$; $p<0,001$) della quantità di relazioni sociali. Grafico 7.

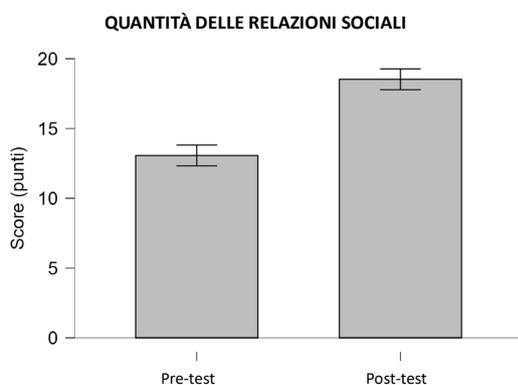


Grafico 7. Gli effetti dell'esercizio fisico sulle relazioni sociali (score, punteggi più elevati corrispondono ad un numero maggiore di relazioni sociali)

Health related quality of life e benessere mentale

L'*health related quality of life* è un indice sempre più utilizzato che informa sullo stato di benessere della persona. All'interno di questo progetto l'*health related quality of life* è stata valutata con il questionario *Short Form- 12*, composto da 12 item, in grado di fornire informazioni sulla

Componente fisica e sulla Componente mentale della salute. È stato inoltre proposto il questionario *Warwick-Edinburgh Mental Wellbeing Scale* come ulteriore misura di benessere mentale. Confrontando i dati nei due tempi, si evidenzia una tendenza al miglioramento per entrambi gli strumenti pur non raggiungendo la significatività statistica.

LIMITI

I dati presentati sono da interpretare alla luce di alcune limitazioni. Nel corso del progetto non è stato possibile coinvolgere un gruppo di controllo che svolgesse il medesimo programma di esercizio fisico in un ambiente differente dal percorso sensoriale f'Orma. Da notare inoltre come il gruppo di partecipanti sia sbilanciato per genere a favore delle donne. Infine, nel progetto sono state incluse persone con storie cliniche e condizioni di salute tra loro molto eterogenee che possono avere risposto in modo differente alla pratica di esercizio fisico a piedi nudi. La numerosità campionaria limitata non ha permesso di condurre analisi stratificate per le variabili di interesse.

CONCLUSIONI E PROSPETTIVE FUTURE

Il progetto implementato ha permesso di valutare la fattibilità e l'efficacia di un programma di esercizio fisico a piedi nudi all'interno del percorso sensoriale f'Orma su una popolazione di anziani residenti nel territorio di Cuneo. In particolare, sono state prese in esame variabili fisiche, psicosociali e di funzionalità generale.

Considerando i dati relativi al numero di persone che ha aderito all'iniziativa, il tasso medio-alto di aderenza al programma di esercizio fisico, la percentuale estremamente bassa di drop-out e l'assenza di eventi avversi avvenuti durante l'iniziativa, è possibile affermare che praticare esercizio fisico in un contesto ricco di stimoli sensoriali a contatto con la natura è fattibile (e anche auspicabile) nella popolazione anziana. Inoltre, è risultato evidente come un programma di esercizio fisico a piedi nudi, sebbene abbia avuto una durata limitata a 8 settimane, condotto da personale qualificato (Chinesiologo delle attività motorie e preventive), possa generare miglioramenti sulla salute (fisica, psicologica, sociale) della persona anziana, agendo anche sullo stile di vita. Inoltre, è presumibile che un programma di esercizio fisico condotto interamente a piedi nudi in un ambiente naturale che, per sua natura, è fonte di stimoli propriocettivi abbia avuto

un'efficacia più elevata rispetto a training tradizionali sulle variabili di equilibrio e *mobility*. Da sottolineare infatti che i benefici ottenuti al termine del programma di esercizio fisico possono essere derivati, oltre che dalla pratica di esercizio fisico, anche dall'ambiente in cui è stata svolta l'attività. La letteratura (tra cui: Berto et al., 2018) è concorde nell'affermare che stimoli sensoriali, il contatto e il senso di connessione con la natura, generano un sentimento ristorativo di recupero psicologico e di ripristino delle risorse psicofisiche.

I risultati, interpretati alla luce di alcune limitazioni, sono estremamente incoraggianti e spingono a proseguire le ricerche scientifiche sul ruolo che l'esercizio fisico, condotto a piedi nudi, possa avere sulla salute della persona anziana. Parallelamente, è interessante potere estendere e diffondere l'utilizzo del percorso sensoriale f'Orma anche per la pratica dell'esercizio fisico per l'intera popolazione che può beneficiare degli stimoli propriocettivi presenti in natura per potenziare equilibrio e *mobility*, prevenendo il rischio di caduta.

BIBLIOGRAFIA

1. Ageberg, E. (2002). Consequences of a ligament injury on neuromuscular function and relevance to rehabilitation - using the anterior cruciate ligament-injured knee as model. *Journal of Electromyography and Kinesiology: Official Journal of the International Society of Electrophysiological Kinesiology*, 12(3), 205–212.
2. Ageberg, E., Link, A., & Roos, E. M. (2010). Feasibility of neuromuscular training in patients with severe hip or knee OA: The individualized goal-based NEMEX-TJR training program. *BMC Musculoskeletal Disorders*, 11, 126.
3. Ageberg, E., Nilsdotter, A., Kosek, E., & Roos, E. M. (2013). Effects of neuromuscular training (NEMEX-TJR) on patient-reported outcomes and physical function in severe primary hip or knee osteoarthritis: a controlled before-and-after study. *BMC Musculoskeletal Disorders*, 14, 232.
4. Ageberg, E., & Roos, E. M. (2015). Neuromuscular exercise as treatment of degenerative knee disease. *Exercise and Sport Sciences Reviews*, 43(1), 14–22.
5. Andresen, E. M., Malmgren, J. A., Carter, W. B., & Patrick, D. L. (1994). Screening for depression in well older adults: evaluation of a short form of the CES-D (Center for Epidemiologic Studies Depression Scale). *American Journal of Preventive Medicine*, 10(2), 77–84.
6. Berto, R., Barbiero, G., Barbiero, P., & Senes, G. (2018). An individual's connection to nature can affect perceived restorativeness of natural environments. Some observations about biophilia. *Behavioral Sciences*, 8(3), 34.
7. Bohannon, R. W. (2006). Single Limb Stance Times: A Descriptive Meta-Analysis of Data From Individuals at Least 60 Years of Age. *Topics in Geriatric Rehabilitation*, 22(1), 70–77.
8. Butland, R. J., Pang, J., Gross, E. R., Woodcock, A. A., & Geddes, D. M. (1982). Two-, six-, and 12-minute walking tests in respiratory disease. *British Medical Journal (Clinical Research Ed.)*, 284(6329), 1607–1608.

9. Cameron, I. D., Fairhall, N., Langron, C., Lockwood, K., Monaghan, N., Aggar, C., Sherrington, C., Lord, S. R., & Kurrle, S. E. (2013). A multifactorial interdisciplinary intervention reduces frailty in older people: randomized trial. *BMC medicine*, *11*, 65.
10. Costantini, M., Musso, M., Viterbori, P., Bonci, F., Del Mastro, L., Garrone, O., Venturini, M., & Morasso, G. (1999). Detecting psychological distress in cancer patients: validity of the Italian version of the Hospital Anxiety and Depression Scale. *Supportive Care in Cancer: Official Journal of the Multinational Association of Supportive Care in Cancer*, *7*(3), 121–127.
11. Craig, C. L., Marshall, A. L., Sjöström, M., Bauman, A. E., Booth, M. L., Ainsworth, B. E., Pratt, M., Ekelund, U., Yngve, A., Sallis, J. F., & Oja, P. (2003). International physical activity questionnaire: 12-country reliability and validity. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, *35*(8), 1381–1395.
12. Da Costa, J. P., Vitorino, R., Silva, G. M., Vogel, C., Duarte, A. C., & Rocha-Santos, T. (2016). A synopsis on aging-Theories, mechanisms and future prospects. *Ageing research reviews*, *29*, 90–112.
13. Distefano, G., & Goodpaster, B. H. (2018). Effects of exercise and aging on skeletal muscle. *Cold Spring Harbor Perspectives in Medicine*, *8*(3), a029785.
14. Engel, G. L. (1977). The need for a new medical model: A challenge for biomedicine. *Science*, *196*(4286), 129–136.
15. Fernández-García, Á. I., Moradell, A., Navarrete-Villanueva, D., Subías-Perié, J., Pérez-Gómez, J., Ara, I., González-Gross, M., Casajús, J. A., Vicente-Rodríguez, G., & Gómez-Cabello, A. (2022). Effects of Multicomponent Training Followed by a Detraining Period on Frailty Level and Functional Capacity of Older Adults with or at Risk of Frailty: Results of 10-Month Quasi-Experimental Study. *International journal of environmental research and public health*, *19*(19), 12417.
16. Gobbens, R. J., van Assen, M. A., Luijckx, K. G., & Schols, J. M. (2012). The predictive validity of the Tilburg Frailty Indicator: disability, health care utilization, and quality of life in a population at risk. *The Gerontologist*, *52*(5), 619-631.
17. Gobbens, R. J., van Assen, M. A., Luijckx, K. G., Wijnen-Sponselee, M. T., & Schols, J. M. (2010). The Tilburg frailty indicator: psychometric properties. *Journal of the American Medical Directors Association*, *11*(5), 344–355.
18. Goldney, R. D., Phillips, P. J., Fisher, L. J., & Wilson, D. H. (2004). Diabetes, Depression, and Quality of Life: A population study. *Diabetes Care*, *27*(5), 1066–1070.
19. Gremigni, P., & Stewart-Brown, S. L. (2011). Measuring mental well-being: Italian validation of the Warwick-Edinburgh Mental Well-being Scale (WEMWBS). *Giornale italiano di psicologia*, *2*, 485-508.
20. Guralnik, J. M., Simonsick, E. M., Ferrucci, L., Glynn, R. J., Berkman, L. F., Blazer, D. G., ... & Wallace, R. B. (1994). A short physical performance battery assessing lower extremity function: association with self-reported disability and prediction of mortality and nursing home admission. *Journal of gerontology*, *49*(2), M85-M94.
21. Hollander, K., Petersen, E., Zech, A., & Hamacher, D. (2022). Effects of barefoot vs. shod walking during indoor and outdoor conditions in younger and older adults. *Gait and Posture*, *95*, 284–291.
22. Hoogendijk, E. O., Afilalo, J., Ensrud, K. E., Kowal, P., Onder, G., & Fried, L. P. (2019). Frailty: implications for clinical practice and public health. *Lancet (London, England)*, *394*(10206), 1365–1375.
23. Inness, E. L., Howe, J.-A., Niechwiej-Szwedo, E., Jaglal, S. B., McIlroy, W. E., & Verrier, M. C. (2011). Measuring Balance and Mobility after Traumatic Brain Injury: Validation of the Community Balance and Mobility Scale (CB&M). *Physiotherapy Canada*, *63*(2), 199–208.

24. ISTAT (2019) Report. Indagine Wave 3 Ehis. Consultato al seguente link: <https://www.istat.it/ws/fascicoloSidi/553/Nota%20metodologica.pdf>
25. Kojima, G., Iliffe, S., & Walters, K. (2018). Frailty index as a predictor of mortality: a systematic review and meta-analysis. *Age and ageing*, 47(2), 193–200.
26. Korchi, K., Noé, F., Bru, N., & Paillard, T. (2019). Optimization of the effects of physical activity on plantar sensation and postural control with barefoot exercises in institutionalized older adults: A pilot study. *Journal of Aging and Physical Activity*, 27(4), 452–465.
27. Lubben, J. E. (1988). Assessing social networks among elderly populations: *Family & Community Health*, 11(3), 42–52.
28. Madureira, M. M., Takayama, L., Gallinaro, A. L., Caparbo, V. F., Costa, R. A., & Pereira, R. M. R. (2007). Balance training program is highly effective in improving functional status and reducing the risk of falls in elderly women with osteoporosis: a randomized controlled trial. *Osteoporosis International*, 18(4), 419–425.
29. Mannocci, A., Thiene, D. D., Cimmuto, A. D., Masala, D., Boccia, A., Vito, E. D., & Torre, G. L. (2012). International Physical Activity Questionnaire: validation and assessment in an Italian sample. *Italian Journal of Public Health*, 4.
30. Mulasso, A., Roppolo, M., Gobbens, R. J., & Rabaglietti, E. (2016). The Italian version of the Tilburg Frailty Indicator: Analysis of psychometric properties. *Research on Aging*, 38(8), 842–863.
31. Mulasso, A., Roppolo, M., Rainoldi, A., & Rabaglietti, E. (2022). Effects of a multicomponent exercise program on prevalence and severity of the frailty syndrome in a sample of Italian community-dwelling older adults. *Healthcare*, 10(5): 911.
32. Mulder, T., & Hulstyn, W. (1984). Sensory feedback therapy and theoretical knowledge of motor control and learning. *American Journal of Physical Medicine*, 63(5), 226–244.
33. Nagy, E., Feher-Kiss, A., Barnai, M., Domján-Preszner, A., Angyan, L., & Horvath, G. (2007). Postural control in elderly subjects participating in balance training. *European Journal of Applied Physiology*, 100(1), 97–104.
34. Nitz, J. C., & Choy, N. L. (2004). The efficacy of a specific balance-strategy training programme for preventing falls among older people: a pilot randomised controlled trial. *Age and Ageing*, 33(1), 52–58.
35. Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), Report. (2022). WHO guidelines on physical activity and sedentary behaviour. Consultato al seguente link: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240015128>
36. Pescatello, L. S., & American College of Sports Medicine. (2014). *ACSM's guidelines for exercise testing and prescription*. Wolters Kluwer/Lippincott Williams & Wilkins Health.
37. Petersen, E., Zech, A., & Hamacher, D. (2020). Walking barefoot vs. With minimalist footwear - Influence on gait in younger and older adults. *BMC Geriatrics*, 20(1).
38. Podsiadlo, D., & Richardson, S. (1991). The timed "Up & Go": a test of basic functional mobility for frail elderly persons. *Journal of the American Geriatrics Society*, 39(2), 142–148.
39. Radloff, L. S. (1977). The CES-D Scale: A Self-Report Depression Scale for Research in the General Population. *Applied Psychological Measurement*, 1(3), 385–401.
40. Ren, X., Kebbach, M., Bruhn, S., Yang, Q., Lin, H., Bader, R., Tischer, T., & Lutter, C. (2022). Barefoot walking is more stable in the gait of balance recovery in older adults. *BMC geriatrics*, 22(1), 904.
41. Smith, E., Cusack, T., & Blake, C. (2016). The effect of a dual task on gait speed in community dwelling older adults: A systematic review and meta-analysis. *Gait & posture*, 44, 250-258.

42. Strasser, B., & Burtscher, M. (2018). Survival of the fittest: VO2max, a key predictor of longevity. *Frontiers in Bioscience (Landmark)*, 23(23), 1505-1516.
43. Suni, J. H., Oja, P., Laukkanen, R. T., Mülunpalo, S. I., Pasanen, M. E., Vuori, I. M., Vartiainen, T.-M., & Böös, K. (1996). Health-related fitness test battery for adults: aspects of reliability. *Archives of Physical Medicine and Rehabilitation*, 77(4), 399–405.
44. Yang, W.-C., Wang, H.-K., Wu, R.-M., Lo, C.-S., & Lin, K.-H. (2016). Home-based virtual reality balance training and conventional balance training in Parkinson’s disease: A randomized controlled trial. *Journal of the Formosan Medical Association = Taiwan Yi Zhi*, 115(9), 734–743.
45. Wang, Y., Dong, C., Han, Y., Gu, Z., & Sun, C. (2022). Immunosenescence, aging and successful aging. *Frontiers in Immunology*, 13.
46. Ware, J., Kosinski, M., & Keller, S. D. (1996). A 12-Item Short-Form Health Survey: construction of scales and preliminary tests of reliability and validity. *Medical Care*, 34(3), 220–233.
47. Wiesmeier, I. K., Dalin, D., Wehrle, A., Granacher, U., Muehlbauer, T., Dietterle, J., Weiller, C., Gollhofer, A., & Maurer, C. (2017). Balance Training Enhances Vestibular Function and Reduces Overactive Proprioceptive Feedback in Elderly. *Frontiers in Aging Neuroscience*, 9.
48. Zigmond, A. S., & Snaith, R. P. (1983). The Hospital Anxiety and Depression Scale. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 67(6), 361–370.

ALLEGATI

Allegato 1 – Esempio di programma di esercizio fisico (seduta 2)

N°	OBIETTIVO	COMPITO MOTORIO	VOLUME / INTENSITA' / RECUPERO	PROGRESSIVITA'	ATTREZZI
1	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento della resistenza aerobica - Incremento della riserva cardiaca - Incremento della capacità di riserva funzionale del cammino 	Camminata lungo il perimetro dello spazio dedicato al percorso f'Orma	10 min (2 giri) Bassa intensità (< 64% della FC max)	Il terreno su cui si cammina è composto da zone di prato, zone di sabbia fine e piccolo cambio di pendenza.	
2	<ul style="list-style-type: none"> - Mobilità articolare AASS 	Elevazione e depressione delle spalle	5 min 10 reps per ogni variante	<ul style="list-style-type: none"> - Protrazione e retroazione delle spalle - Intra-rotazione ed extrarotazione degli AASS - Rotazione avanti AASS con mani sulle spalle - Rotazione indietro AASS con mani sulle spalle - Rotazione avanti AASS - Rotazione indietro AASS 	

3	<ul style="list-style-type: none"> - Mobilità articolare articolazione della caviglia 	Piede dx sollevato da terra, circonduzione della caviglia in senso orario	5 min 10 reps per variante	<ul style="list-style-type: none"> - Piede dx sollevato da terra, circonduzione della caviglia in senso antiorario - Piede sin sollevato da terra, circonduzione della caviglia in senso orario - Piede sin sollevato da terra, circonduzione della caviglia in senso antiorario - 	
4	<ul style="list-style-type: none"> - Miglioramento dell'equilibrio dinamico 	Camminata sui primi 10 sassi ¹	10 minuti	<ul style="list-style-type: none"> - Camminata sui primi 15 sassi - Camminata sui primi 20 sassi - Camminata su tutti i sassi 	
5	<ul style="list-style-type: none"> - Miglioramento dell'equilibrio dinamico - Sensibilità pianta del piede 	Camminata nella prima vasca sensoriale ²	20 minuti	<ul style="list-style-type: none"> - Camminata nella prima e nella seconda³ vasche sensoriali - Camminata nella prima, seconda e terza⁴ vasche sensoriali - Camminata nella prima, seconda, terza e quarta⁵ vasche sensoriali. <p>Durante la camminata è importante ricordare il movimento di rullata del piede da eseguire sia durante la camminata nelle vasche sensoriali, e sia sul prato durante il trasferimento tra una vasca e l'altra.</p>	
6	<ul style="list-style-type: none"> - Allungamento muscolare 	Allungamento muscolare focalizzato su AAII	5 minuti		Sedia
7	<ul style="list-style-type: none"> - Miglioramento dell'equilibrio dinamico 	Fine della lezione con camminata nel prato e nel lago con sassi	5 minuti		

¹ sassi posizionati ad una distanza che progressivamente aumenta.

² vasca sensoriale con segatura.

³ vasca sensoriale con paglia.

⁴ vasca sensoriale con segatura.

⁵ vasca sensoriale con lapilli.

⁶ vasca sensoriale con terra fine.

Allegato 2 – Esempio di programma di esercizio fisico (seduta 14)

N°	OBIETTIVO	COMPITO MOTORIO	VOLUME / INTENSITA' / RECUPERO	PROGRESSIVITA'	ATTREZZI
1	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento della resistenza aerobica - Incremento della riserva cardiaca - Incremento della capacità di riserva funzionale del cammino 	Camminata lungo il perimetro dello spazio dedicato al percorso l'Orma	15 min Bassa intensità (< 64% della FC max)	<p>Il terreno su cui si cammina è composto da zone di prato, zone di sabbia fine e piccolo cambio di pendenza.</p> <p>Al terzo giro, incremento la velocità.</p>	
2	<ul style="list-style-type: none"> - Miglioramento della percezione corporea - Miglioramento delle capacità coordinative AASS-AAII 	Andature nel prato con esercizi di coordinazione AASS-AAII	15 min Bassa intensità (< 64% della FC max) Distanza percorsa: 10 metri	<ul style="list-style-type: none"> - Camminata con adduzione e abduzione AASS sul piano frontale ed eseguo il compito motorio ad ogni passo. - Camminata con adduzione e abduzione AASS sul piano sagittale ed eseguo il compito motorio ad ogni passo. - Camminata eseguendo una rullata del piede. - Camminata eseguendo flessione alternata dell'anca sin con flessione dell'avambraccio sul braccio dell'AS dx. - Camminata eseguendo flessione alternata dell'anca dx con flessione dell'avambraccio sul braccio dell'AS sin. - Camminata eseguendo una rullata con circonduzione degli AS dx per avanti-altro-dietro-basso ad ogni passo 	

				<ul style="list-style-type: none"> - Camminata eseguendo una rullata con circonduzione degli AS sin per avanti-altro-dietro-basso ad ogni passo - Camminata eseguendo una rullata con circonduzione degli AASS per avanti-altro-dietro-basso ogni due passi - Camminata eseguendo una rullata con circonduzione degli AS dx per dietro-alto-avanti-basso ad ogni passo - Camminata eseguendo una rullata con circonduzione degli AS sin per dietro-alto-avanti-basso ad ogni passo - Camminata eseguendo una rullata con circonduzione degli AASS per dietro-alto-avanti-basso ogni due passi 	
3	<ul style="list-style-type: none"> - Miglioramento dell'equilibrio dinamico 	Camminata nel fiume ¹	5 min Bassa intensità (< 64% della FC max) 3 reps	Camminata all'interno del fiume con il supporto degli istruttori in caso di necessità.	
4	<ul style="list-style-type: none"> - Rinforzo AAIL - Mobilità articolare AASS - Attivazione neuromuscolare 	Alzarsi e sedersi dal tronco orizzontale ² .	5 minuti Bassa intensità (< 64% della FC max) 12 reps, 3 serie	Eseguire il compito motorio posizionando gli AASS incrociati sul busto e le mani sulla spalla opposta.	
5	<ul style="list-style-type: none"> - Miglioramento dell'equilibrio dinamico - Sensibilità pianta del piede 	Camminata sul tronco orizzontale.	5 minuti	Camminata sul tronco con il supporto del chinesiologo.	
6	<ul style="list-style-type: none"> - Allungamento muscolare 	Allungamento muscolare focalizzato su AAIL	10 minuti		Sedia

7	<ul style="list-style-type: none"> - Miglioramento dell'equilibrio dinamico 	La lezione termina con la camminata nel prato e nel lago con sassi	5 minuti		
---	--	--	----------	--	--

¹ fiume che termina all'interno del piccolo lago. Sono stati utilizzati i primi 15 metri circa del fiume, in cui il letto era composto da ghiaia e sabbie e da pietre più grandi fissate al suolo. Il livello dell'acqua poteva essere regolato tramite una chiusa e questo poteva andare dalle caviglie a matà gamba propriamente detta.

² tronco posizionato orizzontalmente, utilizzabile come punto per sedersi o stare in piedi.

STUDIO SULLE NUOVE FORME DI TURISMO SOLIDALE E RESPONSABILE DALLA FORTE VALENZA SOCIALE

A cura di C. Arduini

Ab Initio

SINTESI

Questo studio esplora le nuove forme di turismo responsabile e solidale, evidenziando il loro potenziale nel generare un impatto sociale significativo, offrendo al contempo un'esperienza arricchente per i viaggiatori. Attraverso un'analisi approfondita delle tendenze emergenti, delle pratiche innovative e dei casi di studio, esaminiamo come queste forme di turismo non solo riducano al minimo gli impatti negativi sull'ambiente e sulle comunità locali, ma cerchino anche di contribuire attivamente allo sviluppo sociale ed economico delle destinazioni. Discuteremo le sfide e le opportunità associate all'implementazione di queste pratiche, nonché la loro capacità di rimodellare le percezioni e i comportamenti dei viaggiatori e dei fornitori di servizi turistici. L'obiettivo è fornire linee guida strategiche per gli stakeholder del settore, al fine di promuovere un turismo più etico e inclusivo, che valorizzi e preservi la diversità culturale e naturale, rafforzando al contempo i legami sociali ed economici.

PRESENTAZIONE DEL PROGETTO A CUI LO STUDIO SI RIFERISCE

Il progetto SENS'ACTION, sostenuto nell'ambito del programma INTERREG ALCOTRA 2021-2027¹, si occupa del rapporto tra uomo e natura e risponde a suo modo al bisogno di contatto con l'ambiente naturale, bisogno accentuato dal lockdown e dalla "virtualizzazione" delle relazioni sociali a seguito dell'emergenza COVID.

Coinvolge i seguenti attori:

- l'Ente di Gestione delle Aree protette dei Parchi Reali (capofila)
- il Comune di Cuneo
- ARNICA progettazione ambientale S.C.
- AAPEI EPANOU - ESAT de la Ferme de Chosal

L'obiettivo è rafforzare forme innovative di turismo sostenibile ed esperienziale a livello transfrontaliero, adatte a tutte le età e a tutte le esigenze, promuovendo così l'inclusione sociale e creando sviluppo economico.

SENS'ACTION è il frutto della capitalizzazione e dello sviluppo del Progetto ALCOTRA "NAT.SENS, Naturalmente a spasso con i sensi", grazie al quale sono stati creati percorsi sensoriali a piedi nudi in Alta Savoia e in Piemonte, collegati al percorso esistente in Valle d'Aosta. L'obiettivo è quello di produrre e diffondere uno studio transfrontaliero sui benefici fisici, psicologici e relazionali dell'utilizzo dei percorsi, basato sull'analisi delle diverse tipologie di utenti.

Si prevede inoltre di migliorare le strutture e le aree di accoglienza dei sentieri, sperimentando nuove offerte di ecoturismo esperienziale in relazione ai problemi causati dalla pandemia e alle esigenze delle fasce più vulnerabili della popolazione, coinvolgendo associazioni, volontari e professionisti.

Il fulcro del progetto è costituito da una grande campagna di comunicazione, che sarà integrata dalla formazione professionale e da una serie di eventi e iniziative di grande richiamo rivolti a specifici gruppi target e al grande pubblico. Tutte queste attività coinvolgeranno l'intera rete transfrontaliera di itinerari, che costituiranno una nuova offerta turistica integrata, caratterizzata da un "marchio" comune.

SENS'ACTION intende realizzare un progetto di ricerca congiunto che metta in evidenza:

- I benefici psicologici e relazionali del camminare a piedi nudi
- Gli effetti positivi del camminare a piedi nudi sul benessere personale
- Nuove forme di turismo socialmente responsabile ad alto valore sociale.

Il presente studio si concentra su quest'ultimo punto. Il suo obiettivo è quello di trattare l'argomento in modo generale, delineando al contempo le prospettive di un modello turistico emergente.

¹ <https://www.interreg-alcotra.eu/it/sensaction-naturalmente-percorsi-sensoriali-e-cooperazione>

IL CONTESTO E LE SFIDE DEL TURISMO SOLIDALE E RESPONSABILE

Il contesto del turismo solidale e responsabile

Il turismo solidale e responsabile rappresenta una visione del viaggio che privilegia la sostenibilità, l'etica e un profondo impegno per il benessere delle popolazioni e degli ambienti locali. Questo approccio si inserisce in un contesto globale caratterizzato da una serie di dinamiche interdipendenti.

Con la crescente globalizzazione del turismo e l'aumento dei viaggi internazionali, si sta facendo luce sulle conseguenze spesso trascurate del turismo di massa. Queste includono il degrado ambientale, l'erosione delle identità culturali locali e l'esaurimento delle risorse naturali. Di fronte a queste sfide, la richiesta di un turismo più consapevole e rispettoso sta diventando sempre più urgente.

Allo stesso tempo, lo spettro del cambiamento climatico pesa su molte decisioni, anche nel campo del turismo. I viaggiatori, sempre più consapevoli dell'impronta di carbonio dei loro viaggi, sono incoraggiati a cercare alternative più ecologiche. Questa crescente consapevolezza ecologica è una potente forza trainante che spinge verso pratiche di viaggio più sostenibili.

Allo stesso tempo, la necessità di uno sviluppo sostenibile sta diventando un imperativo per le destinazioni turistiche. Di fronte agli effetti talvolta devastanti di un turismo non regolamentato, queste destinazioni si sforzano di trovare modelli di crescita che preservino la loro integrità economica, ambientale e culturale. L'obiettivo è garantire che il turismo rimanga una fonte di prosperità senza compromettere il futuro delle generazioni future.

Infine, la coscienza sociale dei consumatori sta trasformando anche il mondo del turismo. Sempre più viaggiatori non cercano solo esperienze arricchenti, ma vogliono anche che i loro viaggi sostengano pratiche commerciali eque e contribuiscano positivamente alle comunità che visitano. Questa tendenza riflette un crescente desiderio di solidarietà e rispetto reciproco nelle interazioni tra i viaggiatori e i territori e le comunità che li ospitano.

Le sfide del turismo responsabile

Poiché il turismo è una delle cause del degrado ambientale (con problemi quali l'inquinamento, la distruzione degli ecosistemi e il consumo eccessivo di risorse naturali), il controllo dell'impatto ambientale è una sfida importante per questo settore, al fine di ridurre al minimo i suoi effetti nocivi.

Anche la conservazione della cultura e dei territori locali è una questione importante per il turismo. L'obiettivo è preservare la diversità culturale e l'integrità territoriale e controllare l'afflusso di turisti e la "folklorizzazione" per motivi commerciali.

Allo stesso tempo, anche la questione dell'equità economica è un tema chiave del turismo equo e sostenibile, con l'obiettivo di creare opportunità per le comunità locali, dove - oggi - i benefici economici sono ancora molto raramente distribuiti in modo equo. Il turismo solidale mira quindi a coinvolgere attivamente gli attori locali ("empowerment locale"), consentendo loro di raccogliere i benefici di un turismo più integrato.

Un altro aspetto essenziale del turismo responsabile è l'educazione dei viaggiatori e la loro sensibilizzazione sulle questioni locali e globali, incoraggiandoli ad adottare comportamenti ecologici e socialmente responsabili. I viaggiatori ben informati sono più propensi ad adottare comportamenti rispettosi dell'ambiente, culturalmente sensibili e socialmente responsabili. Queste leve includono campagne di comunicazione da parte dell'industria turistica e delle autorità pubbliche, nonché la collaborazione con le organizzazioni non governative (ONG) locali e internazionali che si occupano di questioni ambientali, di conservazione e di diritti umani. La ricerca di etichette o certificazioni di sostenibilità e responsabilità sociale è un'altra leva ; queste distinzioni possono servire come punti di riferimento per i viaggiatori responsabili. Anche le iniziative di compensazione (come la compensazione delle emissioni di carbonio) incoraggiano un approccio più integrato al turismo.

Infine, la cooperazione internazionale è senza dubbio l'aspetto più importante del turismo equo e responsabile. L'impulso politico e l'impegno intergovernativo rappresentano la base fondamentale per qualsiasi desiderio di sostenere un turismo più integrato. È a questo livello che possono emergere:

- Sviluppo di standard internazionali: le iniziative di cooperazione internazionale contribuiscono allo sviluppo di standard e linee guida internazionali per il turismo sostenibile. Questi standard forniscono un quadro comune per gli stakeholder del settore, facilitando l'attuazione di pratiche responsabili su scala globale.
→ È il caso, ad esempio, della norma UNE-ISO 21902² (il primo standard internazionale sul turismo accessibile a tutti), che stabilisce i requisiti da soddisfare e fornisce raccomandazioni per il turismo accessibile.
- Leve per finanziamenti e investimenti: La cooperazione internazionale facilita i finanziamenti e gli investimenti in progetti di turismo equo e sostenibile. I partenariati tra governi, organizzazioni internazionali e settore privato mobilitano risorse finanziarie a sostegno di iniziative responsabili. I fondi europei rappresentano un'opportunità per gli attori pubblici e privati.
→ Un esempio è il Fonds Tourisme Côte d'Azur³, che sta raccogliendo 60 milioni di euro per finanziare il turismo sostenibile e responsabile. Creato nel 2021, il fondo riunisce investitori pubblici e privati in un unico approccio di investimento, dedicato a tutte le imprese turistiche della Costa Azzurra, siano esse private, pubbliche o semipubbliche, per sostenere lo sviluppo e la diversificazione dell'offerta turistica.
- Formazione: i programmi di cooperazione internazionale contribuiscono alla formazione e al rafforzamento delle capacità degli operatori turistici locali nei Paesi in via di sviluppo. Ciò include la sensibilizzazione alle pratiche sostenibili, la gestione responsabile delle destinazioni e lo sviluppo di competenze professionali.
- Iniziative di conservazione della biodiversità: la cooperazione internazionale promuove la conservazione della biodiversità e delle risorse naturali incoraggiando approcci sostenibili al

² <https://www.unwto.org/fr/news/publication-de-la-premiere-norme-internationale-sur-le-tourisme-accessible-a-tous#:~:text=La%20norme%20UNE%20ISO%2021902,une%20all%C3%A9e%20utilisables%20par%20tous.>

³ <https://www.fondstourismecotedazur.fr/>

turismo in aree ecologicamente sensibili. Ciò comporta spesso una collaborazione transfrontaliera per preservare gli ecosistemi condivisi.

→ L'UNESCO è attiva nel campo della conservazione della biodiversità e dell'uso sostenibile dei suoi elementi costitutivi attraverso i siti che designa, in particolare le riserve della biosfera, i siti del patrimonio mondiale e i geoparchi mondiali dell'UNESCO.⁴

OBIETTIVI DEL PRESENTE STUDIO

Lo scopo di questo studio è quello di presentare gli sviluppi e le nuove forme di turismo:

- responsabile: nei confronti dell'ambiente e dell'economia appropriata
- solidale: nei confronti degli attori locali e delle parti interessate in un'industria turistica in evoluzione
- ad alto valore sociale: cioè che difende i valori dell'inclusione, della valorizzazione e della capitalizzazione umana.

Per fare ciò, lo studio prenderà innanzitutto in considerazione una visione macro dell'ambiente contestuale e delle questioni relative allo sviluppo del turismo. Inoltre, l'identificazione delle leve e dei limiti specifici del turismo - nel suo paradigma attuale - e un approccio di benchmark permetteranno di individuare i fattori chiave che consentono l'emergere di una nuova forma di turismo più integrata dal punto di vista sociale, ambientale e culturale.

DEFINIZIONE E CONCETTI CHIAVE

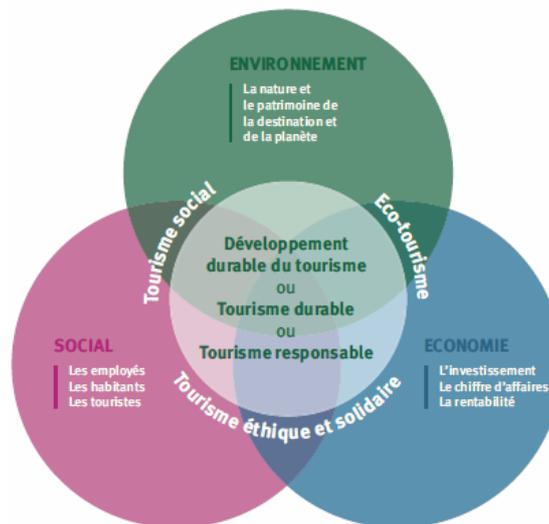
Turismo socialmente responsabile ad alto valore sociale

Il turismo responsabile o sostenibile è definito dall'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) come un turismo che "tiene pienamente conto dei suoi impatti economici, sociali e ambientali attuali e futuri, soddisfacendo le esigenze dei visitatori, dei professionisti, dell'ambiente e delle comunità ospitanti". Tenendo conto delle ingiunzioni dello sviluppo sostenibile, il turismo sostenibile si presenta come un'alternativa alle tradizionali pratiche del turismo di massa e riunisce le diverse forme di turismo che, ispirandosi all'ideologia della conservazione, valorizzano - rispettando o addirittura preservando - le risorse del patrimonio (naturale, culturale, sociale) di un'area a beneficio dei turisti, che vengono accolti in modo da ridurre al minimo gli effetti negativi che inevitabilmente generano sia sulle aree naturali sia sulle comunità locali.

Esistono diversi nomi per il turismo sostenibile, a seconda dell'aspetto (sociale, culturale, naturale) che viene maggiormente valorizzato durante il viaggio: ecoturismo, turismo solidale, turismo lento, ecc. Il turismo sostenibile è un settore in rapida crescita: secondo l'associazione ATR (Agir pour un tourisme responsable), in Francia cresce in media del 20% all'anno.

⁴ <https://www.unesco.org/fr/biodiversity/conservation>

SCHÉMA DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DU TOURISME



5

L'objectif de développement durable est défini par l'Agenda 21 des Nations Unies (plan d'action pour le XXI^e siècle) en 1992 : "rendre compatible le développement économique, social et environnemental avec le maintien de la capacité de satisfaire les besoins de la génération future".⁵

Les principes du tourisme durable définis en 1995 par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) sont applicables à toutes les formes et niches de tourisme, jusqu'au tourisme de masse, dans tous les types de destinations. Selon ces principes, le tourisme durable doit :

1. Exploiter au mieux les ressources naturelles qui sont un élément clé du développement touristique, en préservant les processus écologiques essentiels et en contribuant à la préservation des ressources naturelles et de la biodiversité ;
2. Respecter l'authenticité socio-culturelle des communautés hôtes, préserver leurs biens culturels vivants et construits et leurs valeurs traditionnelles, et contribuer à la compréhension et à la tolérance interculturelle ;
3. Garantir que l'activité économique soit durable sur le long terme, en fournissant des avantages socio-économiques équitables à toutes les parties prenantes, y compris l'emploi stable, des opportunités de profit et des services sociaux pour les communautés hôtes, contribuant ainsi à la réduction de la pauvreté.

En bref, le tourisme responsable vise à créer des expériences de voyage plus respectueuses, équitables et durables, tant pour les communautés locales que pour l'environnement. Il encourage les voyageurs à adopter un comportement responsable, en favorisant une approche du tourisme plus consciente et respectueuse, qui tient compte des aspects sociaux, culturels et environnementaux des destinations.

⁵ Source : Acteurs du Tourisme Durable / [Définitions - Définition | Tourisme durable \(tourisme-durable.org\)](https://www.tourisme-durable.org/definitions)

⁶ <https://www.tourisme-durable.org/tourisme-durable/definitions>

Il cosiddetto turismo "solidale" non può essere separato da un approccio responsabile e sostenibile e si presenta come la controparte di quest'ultimo e una forma alternativa di viaggio che enfatizza la solidarietà, l'etica e la considerazione di impatti sociali e ambientali positivi nelle destinazioni visitate. A differenza del turismo tradizionale, che si concentra principalmente sulla soddisfazione dei turisti, il turismo solidale mira a creare legami tra viaggiatori e comunità locali, contribuendo allo sviluppo socio-economico sostenibile di queste ultime.

Forme di turismo sostenibile	
Forme	Descrizione
Turismo responsabile	Il turismo responsabile consiste nel ridurre al minimo l'impatto sull'ambiente e sulla cultura locale quando si viaggia.
Turismo equo e solidale	Il turismo etico comprende una serie di attività turistiche basate sui principi del commercio equo e solidale.
Slow tourism	Slow tourism significa prendersi il tempo per scoprire le destinazioni di viaggio al proprio ritmo, concentrandosi sul rispetto dell'ambiente.
Turismo solidale	Il turismo solidale si basa principalmente sull'obiettivo di sviluppare i territori e avvicinare le popolazioni locali.

7

Le caratteristiche principali del turismo solidale si basano su:

Impegno nei confronti degli stakeholder locali: la sfida consiste nel creare stretti partenariati con la popolazione locale e nel coinvolgere il tessuto locale nella progettazione e nella gestione delle attività turistiche. Ciò contribuisce a promuovere e preservare la cultura, il patrimonio e il know-how locali.

Condividere i benefici: uno dei valori fondamentali del turismo solidale è garantire che le ricadute economiche del turismo vadano a beneficio degli attori locali in modo equo. Ciò si traduce in un'equa distribuzione del reddito generato dal turismo, promuovendo così lo sviluppo socio-economico e riducendo le disuguaglianze.

Rispetto dell'ambiente: questo approccio consiste nel ridurre al minimo l'impatto sull'ambiente e incoraggia la conservazione delle risorse naturali, la riduzione dei rifiuti e la promozione di pratiche che rispettino l'ecosistema locale.

Sensibilizzazione ed educazione: i viaggiatori coinvolti nel turismo solidale sono incoraggiati a interrogarsi sull'ecosistema locale che stanno visitando, sia culturalmente che socialmente. Ciò può assumere la forma di interazione con le comunità locali, attività educative sulla cultura e sull'ambiente e scambi interculturali arricchenti.

La dimensione umana del viaggio: ad esempio, la promozione di piccoli gruppi di viaggiatori permette di vivere un'esperienza più autentica. Le attività proposte sono spesso adattate alle condizioni locali e pensate per rispettare le tradizioni e i valori culturali locali.

⁷ <https://climate.selectra.com/fr/comprendre/tourisme-durable>

↳ In breve, il turismo solidale mira a creare esperienze di viaggio più significative e arricchenti per i viaggiatori, contribuendo al contempo allo sviluppo delle comunità locali visitate. Incoraggia un approccio responsabile al turismo che pone le persone al centro dell'esperienza di viaggio e cerca di creare connessioni positive tra i viaggiatori e il contesto locale delle destinazioni prescelte.

Il valore sociale del turismo

Il valore sociale applicato al turismo si riferisce a tutti i benefici e gli impatti positivi che il turismo può avere sia sulla società in generale che sui singoli individui coinvolti. Questo approccio si concentra sulla creazione di un valore sociale sostenibile piuttosto che sui soli benefici economici. Ecco alcuni aspetti chiave del valore sociale applicato al turismo:

- **Occupazione e inclusione** : in generale, il turismo genera opportunità di lavoro per i residenti locali (nei settori alberghiero e della ristorazione, nel turismo con le guide e anche nell'artigianato). Ciò contribuisce a migliorare le condizioni economiche locali e, soprattutto, a sviluppare e capitalizzare le risorse locali, favorendo così un circolo virtuoso di coinvolgimento degli attori locali nello sviluppo armonico del turismo integrato.
- **Scambi culturali e interazioni positive** : le interazioni tra i visitatori e gli attori locali sono un veicolo di comprensione, tolleranza e rispetto reciproci. Il turismo è quindi un mezzo per abbattere gli stereotipi e promuovere relazioni interculturali positive.
- **Educazione e consapevolezza** : il turismo può essere utilizzato come piattaforma per educare i visitatori su questioni locali e globali, siano esse ambientali, di conservazione, di diritti umani o altre questioni sociali. Ciò contribuisce ad aumentare la consapevolezza in particolare.

→ Nel contesto del progetto Sens'Action e degli attori coinvolti (in particolare l'ESAT della Ferme de Chosal), questi primi tre punti riflettono intrinsecamente la nozione di valore sociale, che qui assume il suo pieno significato promuovendo l'inclusione delle persone con disabilità nello sviluppo turistico locale e sostenibile. Il complesso della Ferme de Chosal è un Etablissement et Service d'Aide par le Travail (istituto e servizio per persone disabili che lavorano nel settore agricolo) che consente alle persone disabili di svolgere un'attività professionale beneficiando di un supporto medico, sociale ed educativo in un ambiente protetto e adattato. Grazie al percorso sensoriale Nature et Sens, realizzato nel 2021, il complesso ha sviluppato un'offerta turistica locale integrata (nel suo ambiente naturale) e inclusiva (assegnando alle persone assistite dal complesso posti dedicati a questo percorso).

I partner del progetto, Parco della Mandria, Gesso et Stura e Ferme de Chosal, sono caratterizzati da una forte presenza di aree naturali e agricole. Questa base comune ha permesso loro di creare una rete transfrontaliera di sentieri sensoriali e di barefooting, che ora sta contribuendo allo sviluppo di un turismo di scoperta divertente ed esperienziale, facilitando l'accesso alla natura e promuovendo nuove forme di ecoturismo, accessibili a tutti e in tutte le stagioni dell'anno.

In questo senso, le persone coinvolte in questo progetto sono pienamente impegnate nella nuova dinamica del turismo ecologico e socialmente responsabile.

- **Conservazione della cultura e dell'identità** : il turismo può essere un mezzo per preservare e promuovere le culture locali, incoraggiando la conservazione delle tradizioni, dell'artigianato, la trasmissione della storia locale, la promozione del patrimonio, ecc., sensibilizzando i visitatori sull'importanza di questa diversità.
- **Sviluppo della comunità** : i progetti turistici ad alto valore sociale sono talvolta, e a seconda della destinazione interessata, un mezzo per contribuire allo sviluppo locale attraverso iniziative comunitarie come la costruzione di scuole, strutture sanitarie e altri servizi utili alla comunità.

↳ Conclusioni

In sintesi, il valore sociale applicato al turismo si basa sulla creazione di un impatto positivo e sostenibile a livello locale, culturale e sociale. Cerca di massimizzare i benefici del turismo minimizzando gli impatti negativi, contribuendo così a uno sviluppo più equilibrato e rispettoso.

Infine, il valore sociale aggiunto dal turismo sostenibile contribuisce alle ambizioni di inclusione e diversità - sia sociale che culturale - e quindi allo sviluppo di una società più consapevole di queste realtà e problematiche, e quindi più responsabile.

QUADRO POLITICO E QUESTIONI STRATEGICHE A LIVELLO EUROPEO E NAZIONALE

Nel contesto attuale, il turismo sta emergendo come un settore cruciale per le economie europee e nazionali, con questioni strategiche in gioco a livello politico. A livello europeo, l'Unione Europea considera il turismo un pilastro essenziale per la crescita economica, l'occupazione e l'integrazione sociale⁸, cercando di allineare il settore agli obiettivi di sviluppo sostenibile, conservazione dell'ambiente e rispetto del patrimonio culturale. Il turismo è un'attività economica importante, che rappresenta il 10% del PIL a livello europeo⁹. Con il suo notevole impatto sulla crescita economica, sull'occupazione e sullo sviluppo sociale, il turismo svolge un ruolo cruciale nella lotta al declino economico e alla disoccupazione.

Le politiche turistiche europee mirano a promuovere un turismo sostenibile e responsabile che contribuisca all'economia in modo etico e inclusivo. L'UE incoraggia l'innovazione, la qualità dei servizi turistici e la competitività, riducendo al minimo l'impatto ambientale e massimizzando le ricadute positive per le aree locali e le parti interessate. Le strategie europee si concentrano sull'attuazione di standard comuni, sul sostegno alle piccole e medie imprese del settore e sulla promozione di un turismo accessibile a tutti.

A livello nazionale, ogni Stato membro adatta questa visione alle proprie realtà specifiche. I governi stanno mettendo in atto strategie per stimolare gli investimenti nel settore turistico, incoraggiare

⁸ <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/it/sheet/126/tourism> / Articolo 6, lettera d), e Titolo XXII, articolo 195 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE).

⁹ <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/it/sheet/126/tourism> / Articolo 6, lettera d), e Titolo XXII, articolo 195 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE).

pratiche sostenibili e sostenere l'innovazione e la diversificazione dell'offerta. Le sfide strategiche comprendono la gestione dei flussi turistici per evitare un turismo eccessivo, la valorizzazione del patrimonio culturale e naturale e la capacità di rendere le destinazioni più attraenti preservandone l'autenticità e la qualità della vita.

In questo complesso quadro politico, le sfide da affrontare sono molteplici: conciliare crescita economica e sostenibilità, soddisfare le mutevoli aspettative dei consumatori, garantire un'equa distribuzione dei benefici del turismo e integrare le nuove tecnologie e innovazioni. La collaborazione tra i diversi livelli di governance - europeo, nazionale e locale - e la partecipazione degli attori privati e della società civile sono essenziali per affrontare queste sfide e plasmare il futuro del turismo in Europa e in ogni Stato membro.

Quadro europeo per un turismo responsabile ed equo

Dal dicembre 2009, l'Unione Europea ha la facoltà di realizzare azioni volte a sostenere, coordinare o integrare quelle degli Stati membri nel campo della politica turistica.

Entro il 2023, il settore turistico europeo in senso stretto (fornitori tradizionali di viaggi e servizi turistici) comprenderà 2,3 milioni di imprese, soprattutto piccole e medie imprese (PMI), e darà lavoro a circa 12,3 milioni di persone.¹⁰

La politica dell'UE mira a garantire che l'Europa rimanga una destinazione privilegiata, massimizzando il contributo del settore alla crescita e all'occupazione e incoraggiando la cooperazione tra i Paesi dell'UE, in particolare attraverso lo scambio di buone pratiche.

Politica generale

Solo nel 1992 il Trattato di Maastricht ha introdotto la possibilità per la Comunità europea di adottare misure nel settore del turismo, al fine di contribuire al raggiungimento degli obiettivi di convergenza della Comunità, quali la crescita economica e l'occupazione, la coesione economica e sociale e lo sviluppo sostenibile, nel rispetto del principio di sussidiarietà. Qualsiasi misura comunitaria in questo settore richiedeva l'unanimità.

Il Trattato di Lisbona ha creato una nuova base giuridica per il turismo. Ciò non significa, tuttavia, che esista una politica turistica autonoma : l'UE incoraggia un quadro favorevole allo sviluppo economico e facilita la cooperazione tra gli Stati membri attraverso lo scambio di buone pratiche.

Le decisioni sul turismo possono ora essere prese a maggioranza qualificata. L'Unione europea è responsabile del sostegno, del coordinamento e dell'integrazione delle azioni intraprese dagli Stati membri in materia di turismo.

L'articolo 195, parte 3, del Trattato di Lisbona amplia questo concetto, affermando che l'Unione completa le azioni degli Stati membri nel settore del turismo, in particolare promuovendo la competitività delle imprese dell'UE.

Dal 1997, l'UE ha prestato maggiore attenzione al contributo del turismo all'occupazione europea. Nella comunicazione sul turismo del 2010 sono state definite quattro azioni prioritarie¹¹ :

¹⁰ Schede sull'Unione europea - 2023 1 <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/it/home>

- Rafforzare la competitività del settore turistico europeo ;
- Promuovere lo sviluppo di un turismo sostenibile, responsabile e di qualità ;
- Consolidare l'immagine dell'Europa come insieme di destinazioni sostenibili e di alta qualità ;
- Sfruttare appieno il potenziale delle politiche e degli strumenti finanziari dell'UE per sviluppare il turismo.

Misure speciali

Misure per aiutare i turisti

Il quadro politico europeo per il turismo sostenibile e responsabile si basa su diversi strumenti e iniziative volti a promuovere lo sviluppo del turismo riducendo al minimo il suo impatto negativo sull'ambiente, sull'economia, sulla cultura e sulla società.

Negli ultimi anni, la Commissione europea¹² ha lanciato iniziative sotto forma di azioni preparatorie su temi di attualità che interessano il turismo europeo.

L'iniziativa "**EDEN**"¹³ » si concentra sulla promozione di destinazioni turistiche europee di eccellenza e di destinazioni emergenti o poco conosciute che rispettano i principi della sostenibilità. Il finanziamento dell'azione preparatoria è scaduto nel 2011, ma la Commissione ha continuato ad attuare l'iniziativa nell'ambito del programma Competitività delle imprese e delle PMI (COSME).

Il **progetto « Calypso »**¹⁴ mira a sviluppare il turismo sociale, rivolgendosi agli anziani, ai giovani svantaggiati, alle famiglie a basso reddito e alle persone a mobilità ridotta. Il progetto ha cofinanziato diversi partenariati transnazionali incentrati sulla cooperazione nel turismo sociale e sui meccanismi di scambio. L'Unione europea sta inoltre sostenendo la creazione di una piattaforma e-*Calypso* che mira a far incontrare domanda e offerta promuovendo una forma plurale di turismo sociale.

Le iniziative di turismo sostenibile includono la **Via della Cortina di Ferro Europea**¹⁵ (la Cintura Verde Europea, 6.800 km di sentieri dal Mare di Barents al Mar Nero), il cui obiettivo è promuovere la trasformazione dell'ex Cortina di Ferro in una rete transfrontaliera di sentieri per passeggiate a piedi e in bicicletta.

Il **programma « DiscoverEU »**,¹⁶ che fa parte di una serie di programmi per la promozione del turismo, consente ai giovani europei di 18 anni di viaggiare in Europa e di scoprirne la diversità.

L'Unione europea cofinanzia anche progetti transfrontalieri di turismo sostenibile volti a diversificare l'offerta turistica europea. Ad esempio, il 19 luglio 2018 è stato lanciato un bando di

¹¹ Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni / L'Europa, prima destinazione turistica mondiale - Un nuovo quadro politico per il turismo europeo / Bruxelles, 30.6.2010 COM(2010) 352 def.

¹² <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/it/sheet/126/tourism> / Articolo 6, lettera d), e Titolo XXII, articolo 195 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE).

¹³ https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/awards-and-outreach-activities/eden/apply_en

¹⁴ <https://www.autonomia.org/article/calypso-tourisme-social-en-europe>

¹⁵ <https://fr.eurovelo.com/ev13>

¹⁶ https://youth.europa.eu/discovereu_it

gara nell'ambito del programma COSME per promuovere e sviluppare prodotti turistici tematici sfruttando le sinergie tra turismo e settori culturali e creativi.

Misure di turismo responsabile per il settore turistico e le regioni turistiche

La maggior parte delle iniziative citate sono state lanciate più di 10 anni fa. Più recentemente, nel febbraio 2022, la Commissione ha adottato il piano "Percorso di transizione del turismo".¹⁷». L'aggiornamento della strategia industriale dell'UE ha evidenziato la necessità di rafforzare la resilienza del settore turistico e di accelerare le transizioni digitali ed ecologiche alla luce della pandemia COVID-19. Il percorso di transizione individua 27 aree di intervento per la transizione ecologica e digitale e per rendere più resiliente il settore turistico dell'UE. Tra le altre cose, sostiene una migliore condivisione dei dati per servizi più innovativi, servizi più accessibili e un settore turistico circolare più rispettoso dell'ambiente.

In risposta a questo piano, il Consiglio europeo ha adottato il "Programma turistico europeo 2030"¹⁸ » nel dicembre 2022. Il programma si concentra sulle seguenti priorità :

- Transizioni ecologiche e digitali: investire nella circolarità per ridurre il consumo di energia e acqua, i rifiuti e l'inquinamento e, allo stesso tempo, soddisfare meglio la crescente domanda di turismo sostenibile ;
- resilienza e inclusione ;
- Competenze e supporto: investire nelle competenze per garantire la disponibilità di una forza lavoro qualificata e di carriere interessanti nell'ecosistema turistico ;
- Il quadro politico e la governance, con diverse azioni incluse in ciascuna priorità .

Gli strumenti messi in campo dall'Unione Europea comprendono :

La Piattaforma europea del turismo sostenibile¹⁹ : creata per promuovere la cooperazione e lo scambio di buone pratiche tra le parti interessate del settore turistico europeo. "Europeana è la piattaforma culturale digitale dell'Europa. Consente un turismo responsabile, sostenibile e innovativo, rendendo possibile la scoperta di città europee, siti storici e gemme nascoste in tutta Europa. Dispone di una vasta collezione digitale di manufatti, musica, file audio, immagini di edifici e siti del patrimonio culturale e una collezione emergente di immagini 3D.

Il marchio « Green Key »²⁰ : Il marchio Green Key è un marchio di qualità ecologica assegnato alle imprese del settore turistico che si impegnano ad attuare pratiche sostenibili. Presente in tutti i continenti, in 60 Paesi e in oltre 3.700 siti, Green Key è il primo marchio ecologico internazionale per le strutture ricettive. Dal 1994 è stato assegnato anche a centri congressi, parchi a tema e ristoranti..

¹⁷ Co-creazione di un percorso di transizione iniziale con gli operatori del settore e la società civile per un ecosistema turistico resiliente, verde e digitale Bruxelles, 8 febbraio 2022/
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/ip_22_850

¹⁸ www.ue2008.fr / Un programme européen au profit du tourisme durable pour 2030/ 7 juin 2023

¹⁹ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/it/policies/europeana>

²⁰ <https://www.laclefverte.org/le-label/greenkey-international/>

Finanziamenti europei : Alcuni programmi di finanziamento dell'Unione Europea, come il programma LIFE, possono sostenere progetti legati al turismo sostenibile, in particolare iniziative volte a preservare la biodiversità e a promuovere pratiche rispettose dell'ambiente.

Le sfide

Come già detto, il turismo è un settore importante dell'economia europea. Il settore turistico è anche un importante generatore di occupazione in Europa. Secondo l'UNWTO, nel 2019 rappresenterà circa l'11,7% dell'occupazione totale nell'UE. Anche gli introiti del turismo, che comprendono le spese dei visitatori stranieri, svolgono un ruolo fondamentale nell'economia europea. Sempre nel 2019, l'Unione Europea ha registrato circa 381 miliardi di euro di entrate turistiche internazionali (secondo l'UNWTO). Prima della pandemia COVID-19, il turismo in Europa era in costante crescita, ma la crisi sanitaria del 2020 ha causato un drastico calo del numero di turisti internazionali e delle entrate, segnando una svolta nei trend di crescita del settore.

Nel 2022, la ripresa del turismo ha accelerato fino a raggiungere il 65%²¹ dei livelli pre-pandemia. Si stima che 700 milioni di turisti abbiano effettuato viaggi internazionali tra gennaio e settembre 2022, più del doppio (+133%) rispetto allo stesso periodo del 2021.

Le questioni relative al turismo sostenibile e responsabile in Europa riflettono quindi le sfide globali legate alla crescita del turismo, evidenziando al contempo le preoccupazioni specifiche di questo settore ("overtourism", impatto sull'ambiente, conservazione del patrimonio, disuguaglianze economiche, mobilità sostenibile, sensibilizzazione, ecc.)

L'adozione di politiche, regolamenti e iniziative per affrontare questi problemi è essenziale per garantire che il turismo in Europa dia un contributo positivo allo sviluppo sostenibile, alla conservazione dell'ambiente e all'equità sociale. La collaborazione tra governi, imprese turistiche e comunità locali è fondamentale per affrontare efficacemente queste sfide.

↳ In sintesi, è stato nel 1992, con l'introduzione dell'Agenda 21 delle Nazioni Unite, che hanno preso forma i primi contorni del turismo sostenibile. L'idea era quella di "rendere compatibile il miglioramento delle condizioni ambientali e sociali derivanti dallo sviluppo del turismo con il mantenimento delle capacità di sviluppo per le generazioni future".²²».

Queste iniziative mirano a incoraggiare la sostenibilità ambientale, sociale ed economica del settore turistico europeo. Esse sottolineano inoltre l'importanza della collaborazione tra le parti interessate pubbliche e private e della sensibilizzazione dei viaggiatori alle tematiche del turismo sostenibile. Tuttavia, l'attuazione di queste politiche dipende dalla cooperazione attiva degli Stati membri dell'UE e degli operatori turistici.

Più recentemente, il Green Deal di Ursula Von Der Leyen, Presidente della Commissione europea, traccia la rotta per le intenzioni ambientali dell'Europa, con l'obiettivo di rendere l'Europa il primo continente a essere neutrale dal punto di vista climatico ed energetico entro il 2050. La posta in gioco è alta, visto che l'Europa è il continente più attraente per i turisti.²³ .

²¹ Fonte : OMT/ <https://www.unwto.org/fr/news/la-reprise-du-tourisme-s-accelere-pour-atteindre-65-des-niveaux-d-avant-la-pandemie>

²² L'obiettivo dello sviluppo turistico sostenibile è stato definito dall'Agenda 21 (piano d'azione per il XXI secolo) nel 1992.

²³ Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo: oltre 670 milioni di turisti in Europa nel 2017.

Quadro nazionale francese

Comitato interministeriale per il turismo (CIT)

Creato nel 2003, il CIT è presieduto dal Primo Ministro e composto dai vari ministri coinvolti nel turismo, come il Ministro dell'Economia, delle Finanze e della Ripresa, il Ministro dell'Europa e degli Affari Esteri e il Ministro della Cultura.

Il suo ruolo è quello di definire le linee guida strategiche per lo sviluppo del turismo in Francia, tenendo conto delle questioni economiche, sociali e ambientali. Il comitato elabora piani d'azione per affrontare le sfide del settore, in particolare per quanto riguarda l'attrattiva delle destinazioni, la qualità dell'ospitalità, la competitività delle imprese turistiche e la conservazione del patrimonio francese.

Questo comitato ha dato vita a una « tabella di marcia per il turismo »²⁴ lanciata nel 2017 dal governo di Edouard Philippe, che definisce 6 aree prioritarie :

1. La qualità dell'accoglienza e la sicurezza dei siti sono fattori essenziali per la soddisfazione e la fidelizzazione dei turisti ;
2. Strutturare l'offerta turistica per attrarre un numero crescente di turisti internazionali ;
3. Il sostegno dello Stato agli investimenti, parte fondamentale della strategia del Governo ;
4. Formazione e occupazione, settori chiave per la qualità dei servizi offerti ;
5. Sostegno alla digitalizzazione e alla condivisione delle informazioni per aumentare la competitività del settore ;
6. Accesso alle vacanze per il maggior numero possibile di persone.

Nella riunione del 30 marzo 2023, il Senato si è interrogato sul futuro della CIT, osservando che non si riuniva dal settembre 2021, in un momento in cui il turismo è un settore importante per l'economia francese e si prospettano grandi eventi sportivi (la Coppa del Mondo di Rugby in autunno e i Giochi Olimpici nel 2024).

19 giugno 2023, il governo ha lanciato una strategia nazionale²⁵ sotto la responsabilità del Ministro delle Piccole e Medie Imprese, del Commercio, dell'Artigianato e del Turismo. L'obiettivo è preservare l'equilibrio tra l'attrattiva locale e la protezione dei siti e della loro biodiversità.

Questa strategia si concentra su 4 aree chiave, con l'obiettivo di conciliare lo sviluppo del tessuto economico locale con la sostenibilità e la conservazione dei siti turistici :

- Diffondere una visione comune della gestione dei flussi turistici ;
- sensibilizzare le parti interessate e gli utenti sulla necessità di gestire i flussi turistici ;
- Misurare i flussi turistici e il loro impatto per gestirli in modo più efficace ;
- Sostenere le aree locali.

Marchi di "turismo sostenibile ed equo" :

Parallelamente alle iniziative politiche nazionali, esistono anche iniziative guidate da associazioni e spesso incoraggiate dalle autorità pubbliche, che danno espressione concreta alle ambizioni di un turismo più equo e socialmente responsabile.

²⁴https://www.gouvernement.fr/upload/media/default/0001/01/2017_07_dossier_de_presse_-_conseil_interministeriel_du_tourisme_-_26.07.2017.pdf / Consiglio interministeriale del turismo - 26 luglio 2017

²⁵ <https://www.economie.gouv.fr/tourisme-une-strategie-nationale-pour-gerer-les-flux-touristiques> /19/06/2023

Negli ultimi decenni sono nati diversi marchi che mirano a garantire un rapporto equo ed equilibrato tra operatori, fornitori di servizi e produttori locali, l'impegno per lo sviluppo locale e un'attività radicata nel territorio e vantaggiosa per le popolazioni locali, nonché la sensibilizzazione del pubblico, la trasparenza e la comunicazione.

Ecco un elenco non esaustivo dei marchi più diffusi attualmente attivi in Francia e/o a livello internazionale :

- ATR – Agire per il turismo responsabile
- Marchio di turismo equo e solidale
- Gîte Panda
- La Clef Verte
- Bio Hôtels
- Ecolabel Européen
- Green Globe
- Valori del Parco Naturale Regionale
- Label Biosphere

Alcuni sono sostenuti dal Ministero dell'Europa e degli Affari Esteri, altri dall'Agenzia francese per lo sviluppo.

Atout France - Agenzia francese per lo sviluppo del turismo

Atout France - Agenzia francese per lo sviluppo del turismo

Su iniziativa di un gruppo di membri del Comitato del settore turistico, tra cui Atout France, FNHPA, Banque des territoires, ADN tourisme, Acteurs du tourisme durable e Teragir, con il sostegno del Ministero francese dell'Europa e degli Affari esteri, nel 2021 è stata lanciata una consultazione cittadina sul tema del turismo responsabile.

I cittadini sono stati invitati a rispondere alla domanda generale: "Cosa possiamo fare per promuovere un turismo più responsabile in Francia?", proponendo azioni concrete su cui gli attori del turismo francese dovrebbero concentrarsi per rendere l'industria più sostenibile e responsabile a livello nazionale e in tutte le regioni e settori turistici.

Quasi 50.000 persone hanno partecipato alla consultazione, dalla quale sono emerse quasi 2.000 proposte. Le conclusioni erano destinate a confluire nel piano di rilancio del turismo annunciato dal Presidente francese.

Le proposte²⁶ più popolari riguardano:

- Lo sviluppo e l'uso di trasporti sostenibili ;
- Incoraggiare le imprese e i turisti a utilizzare prodotti locali;
- Combattere la proliferazione dei rifiuti nei siti turistici e naturali ;
- Riequilibrare l'attività turistica nella regione ;
- Migliorare la gestione e il recupero dei rifiuti prodotti dal turismo ;
- Limitare lo sviluppo concreto delle aree turistiche e valorizzare il ruolo della natura ;
- Limitare la produzione e il consumo di imballaggi e plastica;
- Lo sviluppo di un turismo locale basato sul patrimonio locale e sulla popolazione locale ;
- Educazione al turismo responsabile fin dalla più tenera età ;

²⁶ Comunicato stampa dell'8.07.21 "Turismo responsabile in Francia" <file:///C:/Users/charl/Downloads/20210708-consultation-citoyenne-resultats-cp-v9.pdf>

- Identificare, sostenere e promuovere le persone coinvolte nel turismo responsabile.

Panoramica delle attuali ambizioni politiche per il turismo (2023)

Un'appendice al disegno di legge finanziaria per il 2023²⁷ tratta specificamente della politica turistica in Francia.

Questa è suddivisa in 3 aree :

- Asse 1: Migliorare l'offerta turistica e promuovere l'accesso alle vacanze per un pubblico più ampio ;
- Asse 2 : Migliorare la promozione turistica del patrimonio e della cultura francese ;
- Asse 3 : sviluppare un turismo sostenibile e rispettoso dell'ambiente.

Nel settembre 2020, il piano di rilancio nazionale ha incorporato la transizione ecologica del settore turistico creando un Fondo per il turismo sostenibile di 50 milioni di euro per sostenere gli operatori del settore turistico, in particolare nelle zone rurali.

Inoltre, una parte del bilancio dei CPER 2021-2027 è destinata a operazioni incluse in accordi interregionali per lo sviluppo, la progettazione e la commercializzazione di progetti di "turismo solidale e sostenibile".

Passare dal turismo sociale al turismo per tutti :

In seguito alla crisi del COVID, il governo ha deciso di concentrare l'aiuto alla partenza sui giovani, particolarmente colpiti dagli effetti della crisi sanitaria. Questo "aiuto alla partenza" si basa sul programma 18-25 dell'*Agence Nationale pour les Chèques-Vacances* (ANCV), che consente di finanziare il 90% del costo del viaggio, fino a un massimo di 300 euro per giovane. Nel 2021, 33 114 giovani hanno beneficiato di questo programma. Nel novembre 2021, il governo intende sfruttare questo slancio introducendo il *Plan de reconquête et de transformation du tourisme* (PRTT), noto come piano "Destinazione Francia".

Piano "Destinazione Francia". Questo piano mobilerà più di 1,9 miliardi di euro in tre anni per sostenere gli sforzi di investimento dell'industria turistica nell'ambito di una strategia di trasformazione. In un momento in cui le aspettative dei turisti stanno cambiando, il piano mira a sostenere il settore nella sua transizione ecologica e digitale. L'obiettivo principale è quello di consolidare la posizione della Francia come prima destinazione turistica mondiale e di rendere il Paese la prima destinazione per il turismo sostenibile entro il 2030.

Nel periodo dal 2022 al 2025, il piano fornirà un sostegno finanziario per le vacanze di 50 000 giovani e 100 000 anziani in situazioni precarie all'anno entro il 2025 e di promuovere il turismo sociale per i territori d'oltremare.

Nell'ambito della sua presidenza del Consiglio dell'Unione europea, la Francia ha organizzato una conferenza informale dei ministri europei del turismo nel marzo 2022, che ha contribuito a individuare le aree di lavoro prioritarie in vista dell'elaborazione di un'Agenda europea 2030 per il turismo. La Francia seguirà i lavori che saranno portati avanti dalle presidenze ceca e svedese. La France se positionne comme un membre actif du Conseil exécutif de l'OMT et s'investit dans les travaux du G20 Tourisme.

²⁷ Documento programmatico trasversale / Allegato al disegno di legge finanziaria 2023 / Politica del turismo / file:///C:/Users/charl/Downloads/DPT2023_tourisme.pdf

Quadro nazionale italiano

La legislazione italiana sul turismo

In Italia, la legge quadro 217/1983 rappresenta il primo importante provvedimento legislativo volto a strutturare in modo coerente il settore turistico. Prima della revisione costituzionale del 2001, il Titolo V della Costituzione stabiliva un sistema di competenze condivise tra Stato e Regioni in materia di turismo. In questo quadro, lo Stato era responsabile di stabilire, attraverso la legge quadro, i principi fondamentali che la legislazione regionale sul turismo doveva rispettare.

La legge quadro funge quindi da strumento legislativo emanato dal Parlamento nazionale, definendo le linee guida per la gestione concordata del turismo tra Stato e Regioni. Essa ha permesso alle Regioni di adottare i propri standard nel rispetto delle specificità locali e dei vincoli imposti dalla legge quadro, da cui il nome, che sottolinea il suo ruolo strutturante.

Sebbene questa legge sia stata un tentativo pionieristico di fornire un quadro completo per il turismo, ha incontrato ostacoli, soprattutto in termini di compatibilità tra le normative statali e regionali, e non ha risposto pienamente alle dinamiche di un settore in espansione.

Di fronte a queste sfide, la legge 135/2001 è stata introdotta come riforma della legislazione nazionale sul turismo, separata dalla riforma costituzionale del 2001. Essa mirava a fornire chiarimenti definendo i principi essenziali e gli strumenti politici in conformità con gli articoli 117 e 118 della Costituzione, con l'obiettivo di armonizzare e potenziare il quadro normativo per il turismo.

I punti chiave erano :

- il rafforzamento degli strumenti di cooperazione tra le istituzioni attive in questo settore ;
- l'introduzione di nuovi strumenti per garantire la fruizione dei servizi turistici ai soggetti più vulnerabili (anziani, giovani, disabili) ;
- il pieno sviluppo delle attività turistiche imprenditoriali.

Questa legge ha riconosciuto il ruolo strategico del turismo dal punto di vista economico, considerandolo uno strumento di sviluppo e di crescita culturale. Allo stesso tempo, è nato il concetto di turismo sostenibile, ovvero un turismo che tutela le risorse ambientali, i beni culturali e le tradizioni locali.

L'emergere del turismo « responsabile »

In Italia, il cosiddetto turismo "responsabile" è il risultato di un movimento di contestazione del modo di operare del turismo di massa, guidato da un ampio ventaglio di soggetti: ONG di ispirazione cattolica di cooperazione internazionale e volontariato, organizzazioni di turismo sociale, cooperative di servizi e turismo, associazioni per la difesa dei consumatori e dei disabili, cooperative di commercio equo e solidale, ecc. Inizialmente, nella seconda metà degli anni '80, il loro obiettivo era quello di sensibilizzare gli attori chiave del settore turistico - tra cui viaggiatori, operatori turistici e comunità locali - sugli impatti negativi del turismo e sull'importanza di avviare un progetto innovativo per porre rimedio alle pratiche problematiche del turismo di massa.

"Eravamo d'accordo su tutto ciò che non volevamo (...) Abbiamo condiviso un desiderio comune e invece di concentrarci sui molti disaccordi che avevamo, ci siamo concentrati sui pochi punti su cui

eravamo d'accordo e sulle forze e la volontà che ognuno di noi poteva portare" ²⁸ (intervista al Presidente dell'Associazione Italiana Turismo Responsabile - AITR) ²⁹.

Già nel 1997, in occasione di un forum sul turismo responsabile, è stata adottata una "Carta del turismo responsabile" che descrive i principi fondanti del turismo responsabile ed esprime la convergenza degli attori coinvolti. Questa carta, co-prodotta dai vari attori coinvolti (una decina di grandi federazioni di convinzioni ideologiche molto diverse), era simile a un investimento formale.

Un anno dopo l'adozione della Carta, nel 1998, le associazioni firmatarie hanno costituito l'AITR, con l'obiettivo di federare tutte le iniziative di turismo solidale in Italia e di ampliare la rete (una cinquantina di membri nel 2003).

Nella costruzione del turismo responsabile, la questione della necessaria trasformazione dei comportamenti degli operatori turistici, delle popolazioni locali e dei turisti è stata fondamentale in Italia.

Nel tentativo di modificare questi comportamenti sono stati sviluppati tre tipi di strumenti :

- in primo luogo, la "Carta del Turismo Responsabile" è vista come un intermediario, uno dei cui obiettivi è quello di guidare il comportamento dei tre stakeholder, ovvero le associazioni del Nord, i collettivi del Sud e i turisti.
- In secondo luogo, in linea con i principi enunciati e riconosciuti dalla Carta, vengono effettuate valutazioni prima, durante e dopo ogni viaggio.
- E infine, l'AITR conduce regolarmente campagne di sensibilizzazione sulle esternalità negative³⁰ del turismo e sui comportamenti dei turisti.

In Italia, quindi, esiste una duplice co-costruzione dell'attività turistica: una co-costruzione interna tra le varie associazioni di turismo responsabile e una co-costruzione esterna tra i vari stakeholder, in particolare i turisti. Questa co-costruzione è accompagnata dalla diffusione di un insieme di valori e da un processo di standardizzazione, di cui la carta e poi il processo di certificazione sono i vettori. La specificità del modo in cui è strutturato il turismo responsabile italiano sembra risiedere nel fatto che è altamente strutturato, nel quadro di una rete che ha permesso di costruire un settore turistico responsabile caratterizzato dalla coesistenza di organizzazioni dedicate e altre organizzazioni.

Piano strategico di sviluppo del turismo per il periodo 2023-2027

Questo piano fa seguito al precedente omonimo, che copriva il periodo 2017-2022 e poneva le basi per un'ambiziosa strategia di attrazione di turisti e visitatori culturali nel Paese. Con questo primo piano, la programmazione dell'economia turistica è tornata al centro delle politiche nazionali, con azioni di medio e lungo periodo volte a cogliere le opportunità "di crescita, rafforzando le attrattive

²⁸ L'esempio italiano: una rete strutturata di turismo responsabile / di Rémi Bellia e Nadine Richez-Battesti / Giugno 2004
ISBN : 2-86844-149-1 ISSN : 1639-5344

²⁹ I soci fondatori dell'Agenzia Italiana per il Turismo Responsabile AITR (1998): ANCST: associazione di Legacoop che rappresenta le cooperative del settore turistico e dei servizi. Quattro ONG di cooperazione internazionale di volontariato che sviluppano progetti di sviluppo economico in vari Paesi in via di sviluppo, tra cui Ram, nata nel 1987 e prima ONG a sperimentare forme di viaggio responsabile. CTS, una delle principali associazioni italiane di giovani e viaggiatori, la cui attività di tutela ambientale è riconosciuta a livello nazionale. Due associazioni dedicate all'ecologia, che rappresentano la maggior parte del movimento ambientalista italiano (WWF Italia e Legambiente). Infine, Ecpat e il giornale Terre di Mezzo, che organizzano campagne di informazione e denuncia del turismo.

³⁰ « Esternalità negative », cioè gli effetti economici esterni

culturali, artistiche, storiche e paesaggistiche che l'Italia può offrire ai quasi due miliardi di turisti che, tra vent'anni, gireranno il mondo"³¹.

Tout comme le précédent plan 2017-2022, l'actuel poursuit des objectifs essentiellement axés sur l'innovation, la digitalisation, la compétitivité et le marketing territorial. Néanmoins, l'actuel précise un cadre stratégique qui repose sur cinq pili. Come nel precedente piano 2017-2022, gli obiettivi dell'attuale piano sono essenzialmente incentrati su innovazione, digitalizzazione, competitività e marketing territoriale.

Tuttavia, l'attuale piano definisce un quadro strategico basato su cinque pilastri :

1. Governance: il piano prevede la convocazione mensile di un comitato di monitoraggio e selezione delle politiche settoriali; la creazione di una piattaforma per la condivisione delle proposte politiche e delle azioni proposte a livello settoriale e territoriale (Piattaforma delle Regioni), ecc.
2. Innovazione: attuazione del processo di digitalizzazione dei servizi.
3. Qualità e inclusione :
 - Aumento della qualità e della quantità dei servizi offerti, miglioramento delle infrastrutture e della mobilità, sviluppo di nuovi territori in termini di sostenibilità e autenticità.
 - Campagne promozionali per l'intero settore turistico italiano, basate sul marchio *Italia*.
 - Revisione degli standard di qualità e inclusione delle strutture ricettive (sistema Italy Stars & Rating con classificazione a stelle convenzionali) e istituzione di un sistema di certificazione rilasciato dal Ministero del Turismo.
 - Creazione di un sistema di credito e finanziamento per le imprese del settore turistico legato agli standard di qualità e all'inclusione delle strutture ricettive (stelle) e alla certificazione.
4. Formazione e carriere professionali nel turismo :
 - Riqualificazione e formazione del capitale umano coinvolto nel settore turistico.
 - Riforma del sistema professionale delle guide turistiche, per regolamentare i principi fondamentali della professione e standardizzare i livelli di servizio offerti su tutto il territorio nazionale.
5. Sostenibilità :
 - Ampliare la domanda servita raggiungendo nuovi segmenti turistici più interessati a un approccio autentico e sostenibile o alla ricerca dell'esclusività, in una varietà di formule.
 - Valorizzare e sviluppare il territorio nazionale sfruttando l'effetto attrattivo dei grandi eventi internazionali (Ryder Cup 2023, Giubileo 2025, Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali Milano-Cortina 2026).

Il Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNR)

Il Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNR) fa parte del programma Next Generation EU (NGEU): un pacchetto di 750 miliardi di euro, di cui circa la metà sotto forma di sovvenzioni, deciso dall'Unione europea in risposta alla crisi pandemica. La componente principale del programma NGEU è lo Strumento di ripresa e resilienza, che ha una durata di sei anni, dal 2021 al 2026, e un volume totale di 672,5 miliardi di euro.

Il Piano nazionale italiano per la ripresa e la resilienza prevede l'investimento di 2,4 miliardi di euro in aiuti per il settore turistico. L'obiettivo è sia aumentare la competitività delle imprese sia

³¹ PIANO STRATEGICO DI SVILUPPO DEL TURISMO 2017-2022 / Italie Paese per Viaggiatori / Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo

promuovere un'offerta turistica basata sulla sostenibilità ambientale, sull'innovazione e sulla digitalizzazione dei servizi.

Analogamente, nella riunione del 4 maggio 2021 sotto l'egida della Presidenza italiana del G20, i ministri del turismo hanno individuato nella crisi pandemica un'opportunità per reinventare il turismo rendendolo più resiliente, sostenibile e inclusivo, approvando le linee guida stabilite dal G20 di Roma.

Misure per aiutare i turisti

Allo stesso tempo, in Italia esistono altri riferimenti al turismo sostenibile, tra cui vari marchi, certificazioni e iniziative che promuovono pratiche responsabili nel settore turistico.

Ecco alcuni dei riferimenti più importanti :

- Ecolabel "Ambiente Italia" : questo marchio ambientale italiano, noto anche come "Marchio di Qualità Ambientale", viene assegnato ad alberghi e strutture ricettive che soddisfano criteri specifici in termini di sostenibilità, gestione dei rifiuti, risparmio energetico e utilizzo di fonti di energia rinnovabili.
- Tourism for Tomorrow Awards - Italie : questi premi, assegnati dal World Travel & Tourism Council (WTTC), premiano le imprese e le destinazioni turistiche italiane che hanno adottato pratiche sostenibili e sono leader nella responsabilità sociale e ambientale.
- Legambiente Turismo: Legambiente è una delle principali organizzazioni ambientaliste italiane. Il suo programma "Legambiente Turismo" incoraggia le pratiche di turismo sostenibile, concentrandosi sulla protezione dell'ambiente, sulla promozione del turismo equo e sulla sensibilizzazione dei viaggiatori.
- Certificazione "Bandiera Blu" : sebbene sia principalmente incentrata sulle spiagge e sulla qualità delle acque, la certificazione "Bandiera Blu" può essere assegnata anche alle destinazioni turistiche costiere che attuano iniziative sostenibili e rispettose dell'ambiente.
- Touring Club Italiano (TCI) - Ospitalità Italiana : il Touring Club Italiano assegna il marchio "Ospitalità Italiana" alle strutture ricettive che soddisfano specifici standard di qualità, tra cui criteri di sostenibilità e responsabilità sociale.
- Associazione Italiana Ambiente e Turismo (AIAT) : promuove il turismo responsabile e sostenibile, valorizzando iniziative e progetti che integrano la tutela dell'ambiente, la conservazione del patrimonio culturale e il coinvolgimento della comunità.

↳ In sintesi, le prospettive francesi e italiane sul turismo sostenibile ed equo sono orientate al rafforzamento delle pratiche responsabili e all'integrazione dei valori sostenibili nell'industria turistica e si concentrano sulle seguenti priorità :

- Rafforzamento delle iniziative locali : i tratta di aumentare il coinvolgimento degli attori locali, di promuovere l'ecoturismo e di sviluppare progetti che coinvolgano le popolazioni locali nel processo turistico → Il sostegno ai marchi ne è un esempio concreto
- Educazione e sensibilizzazione : la sensibilizzazione degli attori del turismo, compresi i viaggiatori, è al centro delle prospettive. Le campagne educative mirano a informare i turisti sulle sfide del turismo sostenibile ed equo, incoraggiandoli ad adottare comportamenti responsabili durante i loro viaggi.
- Transizione ecologica : Francia e Italia stanno cercando di accelerare la transizione ecologica del settore turistico. Ciò include la promozione di trasporti sostenibili, la gestione dei rifiuti, l'uso di energie rinnovabili nelle strutture ricettive e altre pratiche rispettose dell'ambiente.
- Innovazione e digitalizzazione : le prospettive includono l'integrazione dell'innovazione e della digitalizzazione per rendere il turismo più sostenibile. Ciò può comportare l'utilizzo di tecnologie per gestire i flussi turistici, promuovere attività responsabili e facilitare la pianificazione di viaggi sostenibili.
- Turismo sociale e solidale : Francia e Italia vogliono promuovere maggiormente il turismo sociale e solidale, rendendo il turismo accessibile a un pubblico più ampio e incoraggiando progetti che vadano a diretto beneficio delle popolazioni locali e degli stakeholder.
- Partenariati internazionali : la cooperazione internazionale è uno degli elementi chiave delle prospettive francesi e italiane sul turismo sostenibile. I partenariati con altri Paesi, organizzazioni internazionali e ONG aiutano a condividere le migliori pratiche, a sviluppare standard comuni e ad affrontare le problematiche del turismo globale.
- Resilienza di fronte alle crisi : la pandemia COVID-19 ha evidenziato l'importanza della resilienza nel turismo. Le prospettive includono lo sviluppo di strategie per affrontare le crisi, ridurre al minimo gli impatti negativi e promuovere una ripresa che incorpori i principi della sostenibilità.
- Valutazione delle prestazioni sostenibili : c'è un interesse crescente per la valutazione e la misurazione delle prestazioni sostenibili nel turismo. Ciò comporta lo sviluppo di indicatori e criteri per valutare l'impatto sociale, ambientale ed economico del turismo.

Il piano di ripresa europeo, in risposta alle sfide economiche poste dalla pandemia COVID-19, ha implicazioni significative per il settore turistico. Una parte significativa del piano di ripresa è dedicata alla rivitalizzazione del settore turistico. Sono stati stanziati fondi per sostenere le imprese turistiche, incoraggiare l'innovazione e promuovere la transizione verso un turismo più sostenibile e integrato.

È in questo contesto che sta emergendo un arsenale di misure (programmi europei, piani strategici e altre misure nazionali) per porre le sfide economiche, sociali e ambientali del turismo al centro delle politiche pubbliche e delle iniziative più locali in entrambi i Paesi.

Francia e Italia sono sul podio dei Paesi più visitati in Europa. A livello mondiale, la Francia rimane il Paese più visitato³², con l'Italia al 5° posto.

La posta in gioco è quindi alta e le iniziative di turismo sostenibile basate sulla conservazione dell'ambiente, sul rispetto delle culture locali e sulla creazione di opportunità economiche inclusive sono diventate elementi chiave della rinascita del settore dopo la pandemia.

³² Fonte: "Arrivi di turisti internazionali e entrate di turisti per paese di destinazione", Tourism Highlight, Organisation Mondial du Tourisme, settembre 2018, pag. 15-1.

Il futuro del turismo si basa anche sull'innovazione, sulla collaborazione internazionale e sull'adozione della tecnologia per massimizzare i benefici sociali e ambientali. I progetti innovativi, la digitalizzazione delle esperienze turistiche e i partenariati pubblico-privato svolgono un ruolo centrale nella costruzione di un'industria turistica che superi i confini e contribuisca positivamente agli obiettivi di sviluppo sostenibile.

In definitiva, il turismo sostenibile e inclusivo è molto più di una tendenza passeggera: incarna una visione a lungo termine per il settore, in cui il viaggio diventa una leva per un cambiamento positivo. Investendo in pratiche responsabili e valorizzando la conservazione dell'ambiente, il turismo può evolvere in una forza "trasformativa", contribuendo a un mondo più equo, ecologicamente sano e culturalmente arricchente. Il futuro del turismo si basa sull'idea che il viaggio non debba solo ampliare i nostri orizzonti personali, ma anche contribuire al benessere collettivo del pianeta e dei suoi abitanti.

I PRINCIPI E I METODI DEL TURISMO EQUO E RESPONSABILE AD ALTO VALORE SOCIALE

Il concetto di turismo equo e solidale è emerso alla fine degli anni '70, ma ha preso forma solo all'inizio degli anni 2000, inizialmente grazie al settore del volontariato.

Nel 2006, l'Union Nationale des Associations de Tourisme (UNAT) ha definito il turismo equo e solidale come « *forme alternative di turismo che pongono le persone e gli incontri al centro del viaggio e che sono in linea con lo sviluppo delle aree locali. Il coinvolgimento delle popolazioni locali nelle varie fasi del progetto turistico, il rispetto delle persone, delle culture e della natura e una più equa distribuzione delle risorse generate sono i fondamenti di questi tipi di turismo* ».

Il turismo solidale è quindi una forma di turismo costruita in armonia con i desideri delle popolazioni locali, le richieste dei viaggiatori e gli obblighi dei professionisti del turismo.

Integrazione e partecipazione degli attori locali

Il turismo equo e responsabile si basa su un approccio inclusivo che pone l'accento sull'integrazione e la partecipazione attiva degli attori locali. Questo approccio mira a creare impatti positivi duraturi sulla popolazione, l'ambiente e la cultura locali. Ecco una presentazione dettagliata sull'integrazione e la partecipazione degli stakeholder locali in questa forma di turismo impegnato.

Definizione di stakeholder locali :

Gli stakeholder locali comprendono i residenti, gli imprenditori locali, le autorità comunitarie, le organizzazioni non governative (ONG) locali, gli artigiani, gli agricoltori e altri membri della società che sono direttamente interessati dal turismo nella loro area.

Obiettivi dell'integrazione degli attori locali :

- Empowerment economico : incoraggiare lo sviluppo di imprese locali, la creazione di posti di lavoro e lo sviluppo di competenze per aumentare l'autonomia economica dei residenti.

- Conservazione culturale e ambientale : coinvolgere le comunità nella conservazione del loro patrimonio culturale, nella protezione dell'ambiente e nella gestione sostenibile delle risorse naturali.
 - Equità e inclusione : garantire un'equa distribuzione dei benefici turistici e promuovere l'inclusione assicurando che tutti gli attori locali, compresi i gruppi emarginati, beneficino dello sviluppo turistico.
- (a) Meccanismi di integrazione :
- Partenariati locali : creazione di solidi partenariati con imprese locali, cooperative, associazioni comunitarie e altre entità per creare una catena del valore inclusiva.
 - Consultazioni comunitarie : organizzazione di forum di discussione, incontri pubblici e sondaggi per raccogliere le opinioni dei residenti e incorporarle nella pianificazione turistica.
 - Formazione e sviluppo delle capacità : creazione di programmi di formazione per mettere gli attori locali in condizione di partecipare attivamente al settore turistico, sia come guide che come ospiti o imprenditori.
- (b) Strumenti di partecipazione :
- Comitati locali : creazione di comitati locali composti da membri della comunità per prendere decisioni importanti relative al turismo, garantendo così un'equa rappresentanza.
 - Iniziative culturali e artistiche : incoraggiare le iniziative culturali locali, i festival e l'artigianato per evidenziare l'identità culturale e attirare i visitatori in modo rispettoso.
 - Educazione dei viaggiatori : sensibilizzare i visitatori alle realtà locali, ai costumi e alle questioni ambientali, incoraggiando interazioni più rispettose.
- (c) Vantaggi del coinvolgimento degli stakeholder local :
- Sostenibilità : la partecipazione locale rafforza l'impegno per la sostenibilità, in quanto i residenti hanno un interesse personale a preservare il loro ambiente e la loro cultura.
 - Mitigazione degli effetti negativi : coinvolgendo in modo proattivo gli stakeholder locali, è possibile ridurre gli effetti negativi del turismo, tra cui i danni ambientali e la diluizione dell'identità culturale.
 - Stimolo economico: l'integrazione delle imprese locali stimola l'economia locale, riducendo la dipendenza economica a breve termine dal turismo.

Conclusione

L'integrazione e la partecipazione degli attori locali sono al centro del turismo equo e responsabile. Promuovendo l'inclusione e il rispetto per le culture e gli ambienti locali, questo approccio contribuisce a creare un'esperienza turistica autentica, vantaggiosa sia per i visitatori che per le comunità ospitanti.

PROMUOVERE L'ECONOMIA LOCALE E L'OCCUPAZIONE

Il turismo equo e responsabile si pone come potenziale motore dello sviluppo economico locale, con particolare attenzione alla creazione di posti di lavoro sostenibili e alla promozione dell'economia locale. Questa presentazione esplora le strategie e i benefici della promozione dell'economia locale e dell'occupazione in questo contesto.

Obiettivi della promozione dell'economia locale :

- Diversificazione del reddito: creazione di opportunità economiche diversificate al di là del turismo, riducendo la dipendenza da un'unica fonte di reddito.
- Sostegno alle piccole imprese : sostegno allo sviluppo e alla crescita delle piccole imprese locali, compresi l'artigianato, la ristorazione e i servizi culturali.
- Promozione dei prodotti locali : valorizzare i prodotti locali e incoraggiare.

Strategie per promuovere l'occupazione :

- Formazione e sviluppo delle competenze : creazione di programmi di formazione per i membri della comunità, per prepararli alle opportunità di lavoro nel settore turistico.
- Creazione di posti di lavoro locali : incoraggiare le imprese turistiche ad assumere localmente, sia per i ruoli di guida che per il personale delle strutture ricettive o per altri servizi.
- Sviluppo delle imprese comunitarie : sostegno alla creazione di imprese comunitarie in grado di fornire beni e servizi ai visitatori, generando al contempo reddito per la comunità..

Strumenti per promuovere l'economia locale e l'occupazione :

- Piattaforme di marketing : utilizzo di piattaforme online e offline per promuovere prodotti e servizi locali, raggiungendo un pubblico più ampio di viaggiatori responsabili.
- Certificazioni etiche : aiutare le imprese locali a ottenere certificazioni etiche, rafforzando la loro credibilità e attirando visitatori consapevoli dell'impatto delle loro scelte.
- Collaborazione con le comunità : creazione di stretti partenariati con le comunità locali per progettare esperienze turistiche autentiche e inclusive.

Vantaggi della promozione dell'economia locale e dell'occupazione :

- Equa distribuzione dei benefici : promuovendo l'economia locale, il turismo responsabile contribuisce a una più equa distribuzione dei benefici del settore.
- Riduzione della disoccupazione : la creazione di posti di lavoro locali contribuisce a ridurre la disoccupazione, rafforzando così la stabilità economica delle comunità.
- Conservazione culturale : la promozione di prodotti e servizi locali preserva la cultura e le tradizioni, evitando la diluizione attraverso un'eccessiva standardizzazione.

Esempi di buone pratiche :

- Cooperative artigianali : creazione di cooperative artigianali per promuovere le competenze locali e le tradizioni artigianali.
- Alloggi gestiti localmente : iniziative di alloggio gestite localmente per massimizzare i benefici economici locali.
- Tour educativi : tour educativi che presentano le imprese locali e consentono ai visitatori di comprendere l'impatto positivo della loro spesa.

Conclusione :

Promuovere l'economia e l'occupazione locale attraverso un turismo equo e responsabile è una leva essenziale per lo sviluppo sostenibile delle destinazioni. Ponendo le comunità locali al centro del processo, questo approccio contribuisce non solo alla prosperità economica, ma anche alla conservazione di culture e ambienti unici, creando un'esperienza turistica autentica a beneficio di tutti.

CONSAPEVOLEZZA AMBIENTALE E CONSERVAZIONE DELLE RISORSE

Il turismo responsabile si impegna a ridurre al minimo l'impronta ecologica e a dare un contributo positivo alle comunità locali. La sensibilizzazione all'ambiente e alla conservazione delle risorse sta diventando una pietra miliare di questo approccio. Questa presentazione esplora le strategie e i benefici della sensibilizzazione ambientale nell'ambito del turismo responsabile.

Obiettivi della sensibilizzazione ambientale :

- Conservazione della biodiversità: informare i visitatori sull'importanza di preservare gli ecosistemi locali e le specie endemiche.
- Riduzione delle emissioni di carbonio: sensibilizzare sull'impatto dei viaggi turistici e incoraggiare alternative sostenibili per ridurre le emissioni di carbonio.
- Gestione responsabile delle risorse: educare all'uso responsabile di acqua, energia e altre risorse naturali.

Strategie di sensibilizzazione :

- Campagne di comunicazione : attuare campagne di sensibilizzazione prima, durante e dopo il viaggio, mettendo in evidenza le pratiche rispettose dell'ambiente.
- Educazione in loco : integrare programmi educativi nelle esperienze turistiche, evidenziando la fauna selvatica e gli sforzi di conservazione.
- Partnership con ONG ambientali : collaborare con organizzazioni non governative specializzate nella conservazione per rafforzare le iniziative di sensibilizzazione.

Strumenti di sensibilizzazione :

- Guide e materiale didattico : fornire guide e materiale didattico per i viaggiatori, evidenziando le aree sensibili, le specie a rischio e le migliori pratiche ecologiche.
- Applicazioni mobili : sviluppare applicazioni mobili interattive che forniscano informazioni in tempo reale sull'impatto ambientale delle attività turistiche³³. Esempi : Vaover: il riferimento made-in-France per gli alloggi sostenibili; Fairtrip: la guida al turismo sostenibile; Greentripper: calcola e compensa l'impronta di carbonio...
- Tour con guide locali: incoraggiare i tour condotti da residenti locali attenti alle questioni ambientali. Esempio: Altai Italia³⁴ fa parte di Altai Travel: una comunità di viaggiatori, esperti locali e persone del posto che si impegnano a promuovere un turismo positivo e sostenibile in cui tutti i partecipanti traggono beneficio dal contatto con gli altri.

Benefici della consapevolezza ambientale :

- Responsabilità individuale : incoraggiare i viaggiatori ad adottare comportamenti responsabili, come la riduzione dei rifiuti, la conservazione dell'acqua e il rispetto della fauna selvatica.
- Protezione degli ecosistemi : la sensibilizzazione contribuisce a proteggere gli ecosistemi locali riducendo i comportamenti dannosi e sostenendo i progetti di conservazione.
- Rafforzamento delle iniziative locali: la sensibilizzazione può rafforzare le iniziative locali di conservazione ambientale mobilitando la comunità e i visitatori.

➔ **ESEMPIO DI PROGETTO: TOURSCIENCE PLUS³⁵** - finanziato nell'ambito del programma INTERREG ALCOTRA - utilizza l'osservazione scientifica per sviluppare e rafforzare un'offerta turistica innovativa e sostenibile, al fine di promuovere il patrimonio naturale intorno al Monte Bianco e in Valle d'Aosta. Aperto a diversi tipi di pubblico, il progetto esplora approcci facilitanti e complementari: educativo, partecipativo, del patrimonio, storico, fisico e del tempo libero. Il turismo scientifico si concentra sull'esperienza, sulla ricerca di significato del viaggio, sull'incontro con un territorio e i suoi attori e sull'acquisizione di competenze scientifiche da parte dei visitatori (viaggio di apprendimento).

Esempi di buone pratiche :

- Programmi di riforestazione: programmi in cui i viaggiatori possono partecipare a iniziative di piantumazione di alberi.
- Riduzione della plastica: incoraggiare l'uso di prodotti riutilizzabili e la riduzione della plastica monouso negli alloggi e nelle attività turistiche.
- Iniziative di pulizia locale : organizzazione di iniziative di pulizia che coinvolgono i viaggiatori e la comunità locale per preservare i siti naturali.

³³ <https://marcelle.media/sites-et-applications-tourisme-durable/>

³⁴ <https://italia.altaiasecamp.com>

³⁵ <https://www.interreg-alcotra.eu/it/tourscience-plus>

Conclusione

La sensibilizzazione all'ambiente e alla necessità di preservare le risorse è essenziale per costruire un turismo solidale e responsabile. Educando i viaggiatori all'impatto delle loro scelte, questo approccio promuove un'esperienza di viaggio che rispetta il pianeta, contribuendo alla conservazione degli ecosistemi e al benessere delle comunità locali.

FONDAMENTI E PRINCIPI DEL TURISMO EQUO E RESPONSABILE

Mentre il turismo tradizionale può talvolta essere fonte di disuguaglianza, il turismo equo e responsabile mira a trasformare questa realtà ponendo la comunità locale al centro del suo approccio. Questa trasformazione sociale si basa su principi fondamentali come l'inclusione, il rispetto delle culture e la creazione di benefici tangibili per gli abitanti delle destinazioni visitate.

Questo approccio innovativo contribuisce a rafforzare i tessuti sociali, a responsabilizzare le comunità e a favorire autentici scambi interculturali. Dalla promozione dell'istruzione alla conservazione delle tradizioni locali e alla creazione di opportunità economiche eque, il turismo equo e responsabile sta emergendo come catalizzatore di cambiamenti sociali positivi su scala globale.

Come conciliare l'accessibilità del turismo per tutti, gli imperativi economici (in particolare sulla scia della crisi sanitaria di Covid-19), le radici locali e il rispetto per l'ambiente? Gli attori del settore del turismo sociale continuano ad agire per combattere il divario turistico³⁶, guidati dai valori della diversità e dell'accessibilità, limitando al contempo l'impronta ecologica degli alloggi e delle attività ricreative.

Turismo solidale : definizioni e origini

Turismo "sociale", "solidale", "responsabile", "sostenibile" o "etico"... Di cosa stiamo parlando?

Definizioni

A livello internazionale, l'Ufficio Internazionale del Turismo Sociale - fondato nel 1963 e da allora rinominato Organizzazione Internazionale del Turismo Sociale (ISTO) - definisce il turismo sociale come segue :

« IL TURISMO SOCIALE È L'INSIEME DELLE RELAZIONI E DEI FENOMENI DERIVANTI DALLA PARTECIPAZIONE AL TURISMO E IN PARTICOLARE DALLA PARTECIPAZIONE DI STRATI SOCIALI CON REDDITI MODESTI. QUESTA PARTECIPAZIONE È RESA POSSIBILE, O FACILITATA, DA MISURE DI CARATTERE SOCIALE BEN DEFINITE. »³⁷

Per l'Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire (ATES), il turismo equo si definisce attorno a tre pilastri : solidarietà, commercio equo e solidale ed economia sociale. È inoltre caratterizzato da forti principi d'azione, espressi nella carta d'impegno della rete :

- scambi e incontri tra ospiti e viaggiatori,
- il contributo del viaggio allo sviluppo della destinazione,

³⁶ Divario turistico: indica le disuguaglianze nell'accesso al turismo

³⁷ Articolo 3 degli statuti del BITS – ISTO

- un partenariato equilibrato,
- prezzi equi,
- informazioni trasparenti.

Origini e protagonisti del turismo sostenibile

Dalla fine del XX secolo, gli europei hanno avuto più tempo libero, grazie all'allungamento dell'aspettativa di vita e alla riduzione dell'orario di lavoro (in particolare grazie all'introduzione di diritti come le ferie retribuite). Questo nuovo ordine sociale ha reso possibile la democratizzazione di pratiche culturali come il turismo.

Alla fine del XIX secolo, associazioni come la Ligue de l'enseignement e i primi movimenti di ostelli della gioventù (nati in Germania negli anni Venti) offrivano attività sportive ed educative per il tempo libero e aprivano alloggi per gruppi. Il movimento ha preso slancio dopo il 1936, con la proliferazione delle case vacanze per famiglie. Dopo la Seconda guerra mondiale, la creazione dei consigli di fabbrica e, ad esempio in Francia, della Caisse Nationale d'Allocations Familiales (CAF) ha permesso ai dipendenti e alle famiglie di ricevere assistenza finanziaria per le vacanze e sono state create numerose strutture per le vacanze.

Nel corso degli anni, l'offerta di turismo sociale e comunitario si è sviluppata e diversificata per offrire attività ricreative di qualità e vacanze accessibili a tutti: bambini, giovani, famiglie, pensionati, persone a basso reddito o con disabilità.

SFIDE E PROSPETTIVE DEL TURISMO EQUO E SOLIDALE

Il turismo equo e responsabile si trova al crocevia di una serie di preoccupazioni sociali e politiche. Per analizzarlo, dobbiamo decifrare le implicazioni delle sue pratiche non solo per gli individui e le comunità, ma anche per i sistemi socio-economici e politici più ampi. Ecco un'esplorazione di questi temi :

Integrazione sociale e costruzione della comunità :

Come già detto, il turismo equo e responsabile si presenta come un veicolo di integrazione e costruzione della comunità. Incoraggiando il coinvolgimento delle popolazioni locali nello sviluppo turistico, stimola la coesione sociale e valorizza il patrimonio culturale. Le questioni in gioco sono molteplici: ridurre la povertà, dare potere ai gruppi emarginati, preservare le identità culturali e risolvere i conflitti promuovendo il dialogo interculturale. L'obiettivo è trasformare il turismo in una forza inclusiva che porti benefici a tutti i membri della società.

→ **Esempio** : *Accueil Paysan Drôme (Francia): è un'iniziativa agrituristica che offre un'accoglienza personalizzata nelle case dei contadini, favorendo l'interazione umana e offrendo una scoperta autentica della Drôme. È un modo originale di scoprire la Drôme, con oltre 50 tipi diversi di alloggio: gîtes agrituristiche, camere agrituristiche, gîtes per gruppi e soste, soggiorni in fattoria, ristoranti in fattoria, locande in fattoria, aree di campeggio naturale, ecc. La specificità di Accueil Paysan si basa sulle relazioni umane e sullo scambio, il che ne determina il successo e l'impegno: un soggiorno personalizzato a misura d'uomo, basato sul dialogo con il lavoro degli agricoltori e il loro ambiente.*

Governance e politiche pubbliche :

Dal punto di vista politico, un turismo equo e responsabile sfida direttamente le strutture di governance e le politiche pubbliche. Richiede un'attenta regolamentazione, una pianificazione partecipativa e una collaborazione tra i diversi livelli di governo e gli stakeholder privati. Le sfide includono la creazione di quadri legislativi favorevoli, il sostegno alle iniziative locali e l'integrazione degli obiettivi di sostenibilità nelle strategie nazionali di sviluppo del turismo. La sfida consiste anche nel garantire che le politiche turistiche non accentuino le disuguaglianze, ma contribuiscano al benessere collettivo e alla giustizia sociale.

Diritti umani e lavoro dignitoso :

Il turismo equo e responsabile ha anche una forte dimensione educativa. Si impegna a sensibilizzare i viaggiatori sulle realtà sociali delle destinazioni, a promuovere la comprensione e il rispetto reciproco tra le culture e a incoraggiare una riflessione critica sull'impatto del turismo. Ciò implica un lavoro sugli atteggiamenti e sui comportamenti, nonché lo sviluppo di offerte turistiche che siano al tempo stesso informative e trasformative. La sfida è trasformare il turismo in uno strumento di educazione globale, promuovendo una consapevolezza impegnata.

Droits humains et travail décent :

Le sfide sociali e politiche del turismo equo e responsabile comprendono anche la tutela dei diritti umani e la promozione del lavoro dignitoso. Ciò significa garantire che i lavoratori del turismo godano di condizioni eque, combattere lo sfruttamento in tutte le sue forme e garantire che le attività turistiche non violino i diritti delle popolazioni locali. La sfida è costruire un settore turistico che rispetti e sostenga i diritti fondamentali, contribuendo così a un mondo più giusto ed equo.

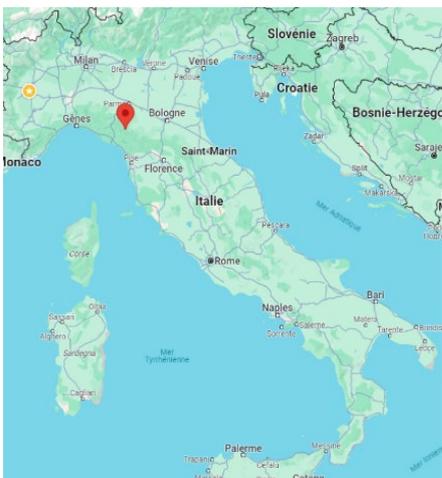
↳ Conclusione

In sintesi, l'analisi delle questioni sociali e politiche legate al turismo equo e responsabile rivela un complesso mosaico di sfide e opportunità. Sottolinea la necessità di un approccio olistico che consideri le implicazioni sia locali che globali, individuali e collettive, economiche ed etiche. Quest'analisi ci invita a ripensare il turismo non solo come attività economica, ma come fenomeno sociale e politico con il potenziale per dare un contributo significativo a un futuro più attento e responsabile.

CASI DI STUDIO: DESTINAZIONI CHE HANNO PUNTATO SUL TURISMO EQUO E RESPONSABILE

Esempio 1: un progetto di turismo comunitario di successo in una regione rurale

Italia/ Progetto « I Briganti di Cerreto »³⁸ : turismo comunitario sostenibile



Iniziatore del progetto : Cooperativa « I Briganti di Cerreto », Italia

Membri di :

- Liga delle cooperative turistiche
- AITR (Associazione Italiana Turismo Responsabile)
- Confcooperativa

Ubicazione : Collagna, Regione Emilia Romagna.

Collaborazione con gli enti locali :

Comunità Montana dell'Appennino Emiliano / Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano / Comune di Collagna

Obiettivi : La Cooperativa "I Briganti di Cerreto" è impegnata

nello sviluppo e nella gestione dinamica del territorio attraverso un'offerta turistica e una serie di attività mirate. Tra queste, la manutenzione e la gestione responsabile del sito e delle sue aree naturali sono una priorità per preservare l'equilibrio e la bellezza naturale dell'area.

Nello spirito di promuovere un turismo integrato e consapevole, la cooperativa sta sviluppando progetti di turismo comunitario e scolastico, invitando residenti e visitatori a scoprire le ricchezze culturali e naturali dell'area attraverso un approccio immersivo ed educativo. Questa visione è sostenuta dalla commercializzazione di prodotti locali, che riflettono le specificità e le eccellenze dei settori di interesse della regione.

Nello spirito di promuovere un turismo integrato e consapevole, la cooperativa sta sviluppando progetti di turismo comunitario e scolastico, invitando residenti e visitatori a scoprire le ricchezze culturali e naturali dell'area attraverso un approccio immersivo ed educativo. Questa visione è sostenuta dalla commercializzazione di prodotti locali, che riflettono le specificità e le eccellenze dei settori di interesse della regione.

Infine, "I Briganti di Cerreto" si dedica alla gestione di vari servizi legati al territorio, anche per conto di altre organizzazioni e privati, sottolineando il suo ruolo centrale nella promozione di uno sviluppo locale sostenibile e inclusivo.

Origini e governance :

La cooperativa "I Briganti di Cerreto", situata a Cerreto Alpi nel comune di Collagna, è nata nel giugno 2003. L'iniziativa è frutto della determinazione di un gruppo di giovani residenti che hanno voluto rivitalizzare e promuovere le attività della loro zona, a beneficio dell'ambiente e della comunità locale. L'originalità e la forza di questa iniziativa risiedono nella volontà di questi giovani di sviluppare la loro terra natale piuttosto che lasciarla in cerca di lavoro altrove, sfruttando così le ricchezze della montagna per garantirne uno sviluppo sostenibile nel rispetto della natura. Le varie azioni della cooperativa, sia quelle già realizzate che quelle in cantiere, coprono un'ampia gamma di settori, sempre con un approccio profondamente radicato nel contesto locale.

³⁸ <https://www.ibrigantidicerreto.com/chi/>

Attività e offerta turistica :

- **Mantenimento degli spazi verdi e del paesaggio :** la cooperativa si impegna a preservare e abbellire gli spazi verdi e i paesaggi naturali. Ciò include la manutenzione dei sentieri, la gestione dei parchi e la salvaguardia degli habitat naturali.
- **Turismo comunitario e scolastico :** "I Briganti di Cerreto" sviluppa programmi di turismo comunitario e scolastico, offrendo esperienze educative basate sulla natura, la cultura e la storia locale. Questi programmi mirano a sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza della conservazione ambientale e della valorizzazione del patrimonio.
- **Commercializzazione di prodotti locali :** la cooperativa promuove e vende prodotti provenienti da aree di interesse locale, tra cui alimenti artigianali, prodotti di artigianato e altri articoli che riflettono la tradizione e la cultura della regione.
- **Corsi di formazione :** vengono offerti corsi di formazione per le scuole e per tutti gli interessati, su temi legati all'agricoltura, alla silvicoltura, all'ambiente, alla storia e alla cultura della zona.
- **Servizi ambientali :** la cooperativa offre servizi specialistici per il monitoraggio e la sorveglianza del territorio, compresa la gestione delle aree protette, la tutela della fauna selvatica e la realizzazione di progetti di conservazione.
- **Gestione di strutture ricettive :** "I Briganti di Cerreto" coordina e gestisce diverse tipologie di strutture ricettive, come bed and breakfast, appartamenti e altre forme di accoglienza turistica, offrendo un'ospitalità autentica e di qualità.
- **Servizi vari legati al territorio :** la cooperativa gestisce anche vari servizi legati al territorio per conto di enti o privati, contribuendo così al benessere generale della regione.

L'approccio de I Briganti di Cerreto è olistico e comprende non solo l'aspetto economico del turismo, ma anche il suo impatto ambientale, sociale e culturale. Offrendo questi servizi diversificati, la cooperativa cerca di promuovere un turismo sostenibile, locale e inclusivo che arricchisca sia la regione che i suoi visitatori.

Esempio 2: sviluppare un turismo sostenibile e inclusivo in un'area protetta

Francia / Grand Site de France Solutré Pouilly Vergisson, un'accoglienza adatta a tutte le forme di disabilità³⁹

Ente gestore : Consiglio dipartimentale di Saône-et-Loire



Strutture associate : Syndicat Mixte de valorisation du Grand Site de Solutré Pouilly Vergisson (Associazione mista per la valorizzazione del Grand Site di Solutré-Pouilly-Vergisson), che comprende la Communauté d'agglomération du Mâconnais-Val de Saône (Comunità di agglomerazione del Mâconnais-Val de Saône) e il Dipartimento.

Ubicazione : Saône-et-Loire

³⁹ Fonte: [Entreprise.gouv.fr / guida pratica](https://www.entreprises.gouv.fr/guida-pratica), luglio 2016/ Turismo sostenibile in pratica: 20 esempi innovativi dai Grands Sites de France - (in francese)
https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/tourisme/territoires/developpement-durable/Guide_tourisme-BD.pdf

Certificazione : Grand Site de France nel 2013 / Turismo e disabili

Numero di visitatori annuali : 200.000

Superficie 6 comuni, 2.774 ettari di cui 594 ettari di sito classificato (estensione in corso)

Misure di protezione e gestione : Sito classificato ai sensi della legge del 1930, Natura 2000...

Il sito :

Le Grand Site de France Solutré Pouilly Vergisson est un site archéologique majeur d'intérêt I Grand Site de France di Solutré Pouilly Vergisson è un importante sito archeologico di interesse europeo, in particolare per i suoi siti preistorici, nonché un'area ricca di ambienti naturali protetti a livello nazionale ed europeo (praterie calcicole). È uno dei più famosi paesaggi vitivinicoli della Borgogna, dominato dalla Roche de Solutré, descritta da Lamartine come "una nave pietrificata in un oceano di viti", che testimonia un'occupazione umana continua da più di 50 000 anni.

L'approccio :

Da diversi anni il museo Solutré Pouilly Vergisson Grand Site de France si impegna attivamente ad ampliare il proprio pubblico attuando una politica di accessibilità inclusiva. Questa iniziativa ha portato alla creazione di stretti partenariati con organizzazioni specializzate per identificare con precisione le aspettative e le esigenze dei visitatori con disabilità. Di conseguenza, è stato possibile sviluppare corsi di formazione specifici per gli animatori e il personale di accoglienza, migliorando la loro capacità di offrire un'accoglienza calorosa e adeguata.

In collaborazione con associazioni dedicate, il museo ha innovato creando strumenti educativi che incoraggiano visite indipendenti e arricchenti per tutti, compresi quelli tradizionalmente meno rappresentati negli spazi culturali. Questi strumenti non sono limitati a un uso specifico, ma vanno a beneficio di un pubblico più ampio, dimostrando un approccio globale all'accessibilità.

Di fronte al fatto che molte persone, in particolare i disabili, i residenti nelle carceri o nelle case di riposo, o le persone economicamente o geograficamente emarginate, erano precedentemente escluse dall'esperienza museale, i responsabili del Musée de Solutré hanno adottato un approccio proattivo. Hanno lavorato per creare ponti inclusivi, cercando di integrare questi "grandi assenti" nella vita culturale. Questo approccio ha assunto una dimensione concreta nel 2007 con l'organizzazione della mostra "Chiudi gli occhi per vedere la preistoria", appositamente concepita per le persone ipovedenti, che ha segnato l'inizio di un impegno costante e profondo per l'accessibilità e l'inclusione.

Turismo e marchio di disabilità :

Per rendere il museo accessibile alle persone con disabilità visive, mentali, motorie o uditive, è stata prestata particolare attenzione all'eliminazione delle barriere fisiche. Sono stati riservati dei parcheggi nelle immediate vicinanze dell'edificio per facilitare l'accesso ai visitatori con mobilità ridotta. La disposizione del banco della reception è stata ridisegnata per garantire l'accessibilità a tutti e sono stati installati sistemi audio amplificati per migliorare l'esperienza dei non udenti.

Anche il percorso di visita della mostra permanente è stato adattato con strisce di contrasto visivo per aiutare, ad esempio, i visitatori ipovedenti. Oltre a questi miglioramenti fisici, la formazione del personale di accoglienza è di fondamentale importanza. È stata nominata una persona di contatto dedicata per ogni tipo di disabilità, per garantire un'accoglienza personalizzata ed efficiente, nonché un servizio di mediazione su misura per ogni individuo.

Per garantire ai visitatori disabili un'esperienza arricchente e indipendente, il museo ha sviluppato una serie di supporti, in stretta collaborazione con esperti per ogni tipo di disabilità. Con l'EREA-DV di Villeurbanne, ad esempio, sono stati creati pacchetti didattici e un libro tattile che consentono ai visitatori di maneggiare oggetti rappresentativi della preistoria. Un'audioguida a mani libere accompagna i visitatori attraverso le mostre, arricchendo la loro comprensione con spiegazioni dettagliate.

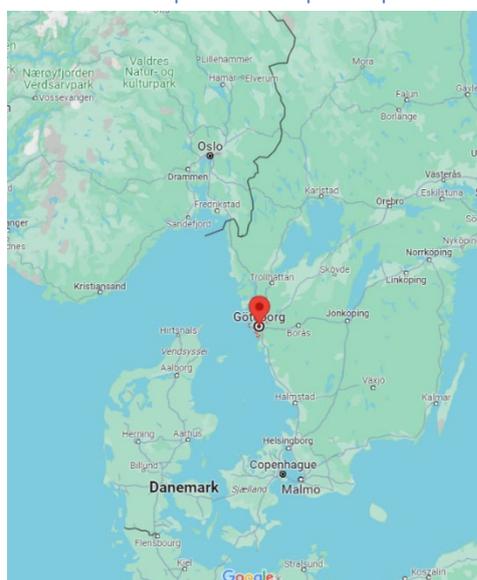
Queste iniziative inclusive sono valse al Musée de Solutré riconoscimenti come il marchio "Tourisme & Handicap" nel 2012, a testimonianza del suo impegno nel rendere la cultura accessibile a tutti.

Il progetto turistico gestito dal Musée de Solutré rappresenta un'iniziativa significativa per promuovere l'accessibilità e l'inclusione nel turismo e nella cultura. L'impegno del museo per l'accessibilità universale è sottolineato dagli sforzi compiuti per eliminare le barriere fisiche, sviluppare strumenti di mediazione adattati e formare il personale all'accoglienza di una gamma diversificata di visitatori.

La collaborazione con istituzioni specializzate e la creazione di una varietà di risorse mirano a offrire un'esperienza di visita completa e autonoma a tutti i visitatori, compresi quelli con disabilità. L'estensione delle attività al di fuori del museo, in particolare ai pubblici tradizionalmente meno rappresentati negli spazi culturali, segna la volontà di ampliare l'impatto culturale ed educativo del museo.

I riconoscimenti ottenuti dal museo, come il marchio "Tourisme & Handicap", attestano l'efficacia e l'importanza di queste iniziative. Questo progetto illustra come le istituzioni culturali possano svolgere un ruolo attivo nella promozione dell'inclusione sociale e nell'offerta di opportunità di apprendimento e di esperienze culturali arricchenti per tutte le fasce della popolazione.

Esempio 3: L'impatto positivo del turismo integrato in un ambiente urbano



SVEZIA, Göteborg

Ubicazione : Göteborg, SVEZIA

Distinzione:

- 1° città sostenibile secondo il GDS-index⁴⁰ : un programma per analizzare e migliorare la sostenibilità delle destinazioni in tutto il mondo. Incorpora i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite.
- Città vincitrice delle Capitali europee dell'inclusione e della diversità nell'aprile 2022.⁴¹

Göteborg, rinomata per il suo impegno nella sostenibilità, è leader nel Global Destination Sustainability Index ed è stata nominata Capitale europea del turismo intelligente⁴² come riconoscimento dei suoi sforzi per lo sviluppo sostenibile. La città punta alla neutralità climatica entro il 2030, con iniziative come l'uso di energie rinnovabili nei trasporti pubblici e la certificazione ecologica degli hotel. Promuove la collaborazione

⁴⁰ <https://www.gds.earth/destination/Gothenburg/2023/>

⁴¹ Rilasciato dalla Commissione europea nell'aprile 2022.

⁴² Designata dall'Unione Europea come Capitale del « Turismo Intelligente 2020.»

e la condivisione delle migliori pratiche per ispirare altre città, impegnandosi per un'economia più circolare e uno sviluppo sostenibile.

Prestazioni ambientali :

Göteborg si posiziona come leader nella sostenibilità e nell'innovazione climatica. È stata pioniera nell'emissione di green bond per finanziare iniziative ambientali, come la gestione dei rifiuti e lo sviluppo delle energie rinnovabili. Puntando all'indipendenza energetica dai combustibili fossili entro il 2030, Göteborg si sta concentrando sulla riduzione delle emissioni di gas serra. La città sta sperimentando nuove tecnologie di trasporto nella Göteborg Green City Zone ed è impegnata in pratiche ecologiche, pur riconoscendo la libertà di vagare e godere della natura svedese, a testimonianza del suo impegno per un futuro sostenibile e accessibile.

Prestazioni sociali :

Lo scambio internazionale e la diversità culturale fanno parte del DNA di Göteborg. La sostenibilità sociale e l'inclusione sono aspetti importanti e il governo della città è impegnato a combattere la segregazione e a ridurre le disuguaglianze. La città ha ricevuto il premio European Access City per il suo lavoro strategico e strutturato a favore di una città accessibile a tutti. Göteborg ospita anche la prima ludoteca svedese, la Leksaksbibliotek, che insegna ai giovani la sharing economy e la sostenibilità. Il gruppo di riferimento per i giovani, Power to the Youth, dal 2014 mira a coinvolgere i giovani nello sviluppo delle iniziative per il 400° anniversario di Göteborg.

Göteborg si distingue come città esemplare per un turismo integrato, sostenibile e sociale grazie alle sue iniziative verdi, ai suoi investimenti nella mobilità sostenibile, alla sua strategia per le energie rinnovabili e al suo impegno nel promuovere un ambiente di vita rispettoso dell'ambiente, favorendo al contempo un'economia turistica inclusiva e responsabile.

↳ Conclusione

Lo studio dei casi di queste destinazioni "esemplari" in termini di turismo equo e responsabile rivela un panorama in cui una visione innovativa e un profondo impegno per la sostenibilità stanno davvero trasformando il modo in cui il turismo può essere concepito e vissuto. Queste destinazioni non sono solo luoghi pittoreschi, ma stanno diventando attori attivi nel preservare il loro patrimonio naturale e culturale, generando al contempo benefici significativi per le comunità locali.

> Impegno per la sostenibilità : queste destinazioni hanno abbracciato l'idea che il turismo possa essere un motore per il bene della comunità, adottando approcci che integrano la sostenibilità in tutti gli aspetti dell'esperienza turistica. Dalle iniziative per preservare i fragili ecosistemi ai programmi per sostenere le tradizioni locali, queste destinazioni dimostrano un impegno per la sostenibilità..

> Impegno sociale : è una pietra miliare di queste destinazioni esemplari, che sono riuscite a creare modelli in cui le ricadute positive del turismo si riflettono nella cooperazione con gli stakeholder locali, nel rispetto delle popolazioni indigene, nell'inclusione e nell'apertura al grande pubblico (disabili, svantaggiati, stranieri, giovani, ecc.)

> Innovazione e adattabilità : l'innovazione è una costante di queste destinazioni, sia che si tratti di sfruttare le possibilità offerte dalla tecnologia, sia che si tratti di sviluppare tour educativi innovativi o di creare partenariati fruttuosi con una varietà di soggetti interessati. La loro capacità di adattarsi a realtà mutevoli dimostra una resilienza che è fondamentale in un mondo in continua evoluzione.

In conclusione, questi pochi esempi incarnano l'emergere di un turismo solidale e responsabile che va oltre la semplice visita di luoghi e paesaggi. Aprono la strada a un approccio più consapevole, sostenibile ed etico al viaggio, definendo un nuovo paradigma in cui il turismo diventa un vettore di cambiamento positivo nel mondo.

I LIMITI ATTUALI DEL TURISMO RESPONSABILE

Il turismo responsabile rappresenta un approccio innovativo per conciliare le attività turistiche con la conservazione dell'ambiente, l'equità sociale e lo sviluppo economico locale. Tuttavia, la sua attuazione e sostenibilità devono affrontare una serie di sfide complesse che riflettono la tensione intrinseca tra obiettivi sociali, economici e ambientali.

Difficoltà nell'implementazione e nel sostegno dei progetti

Innanzitutto, la resistenza al cambiamento all'interno dell'industria turistica tradizionale rappresenta un ostacolo significativo. Gli operatori esistenti possono essere riluttanti ad adottare pratiche più responsabili a causa dei costi elevati che comportano, della necessità di riconfigurare modelli di business consolidati e della limitata comprensione dei benefici a lungo termine. Convincere questi operatori dell'importanza di passare da un approccio incentrato sul profitto a una prospettiva sostenibile può essere un compito arduo.

Un'altra sfida importante è rappresentata dalle pressioni economiche cui sono sottoposte le piccole imprese locali. Gli imperativi economici immediati possono indurre queste imprese a privilegiare la redditività a breve termine rispetto a pratiche più sostenibili. La sostenibilità diventa spesso un lusso che alcune imprese non possono permettersi senza un adeguato sostegno finanziario (da parte del governo?) o incentivi.

Anche la complessità delle catene di approvvigionamento rappresenta una sfida significativa. Garantire pratiche responsabili lungo tutta la catena di approvvigionamento, dal trasporto all'alloggio alla ristorazione, può essere difficile da realizzare, in particolare quando i beni e i servizi provengono da fonti diverse.

L'educazione dei viaggiatori è un altro aspetto critico. Sensibilizzare ed educare i viaggiatori ai principi del turismo responsabile richiede un impegno costante. Le aspettative talvolta divergenti dei turisti e delle comunità locali, così come la variabilità degli standard etici individuali, possono complicare questo compito.

Il turismo responsabile deve anche confrontarsi con le pressioni sulle risorse naturali locali. Un turismo non regolamentato può portare al degrado ambientale, alla perdita di biodiversità e a un uso eccessivo delle risorse, mettendo a rischio la sostenibilità a lungo termine delle destinazioni.

Anche l'equità nella distribuzione dei benefici è una questione cruciale. Garantire che i benefici del turismo responsabile siano equamente distribuiti all'interno delle comunità locali può essere difficile, e a volte i vantaggi economici vengono catturati da attori esterni, lasciando i residenti locali senza una parte "equa" dei benefici.

La collaborazione tra le diverse parti interessate, tra cui governi, aziende private, ONG e comunità locali, è un prerequisito per il successo del turismo responsabile. Tuttavia, la mancanza di coordinamento e cooperazione può portare alla frammentazione degli sforzi, limitando l'impatto complessivo delle iniziative.

Sebbene il turismo responsabile ed equo offra una visione positiva per il futuro del turismo, deve superare una serie di sfide per garantirne l'effettiva attuazione e la sostenibilità a lungo termine. Queste sfide richiedono un approccio collaborativo, incentivi economici appropriati e una formazione continua per le parti interessate e per i viaggiatori, al fine di costruire un modello turistico che benefici equamente le comunità locali preservando le risorse naturali e culturali.

Consapevolezza e comprensione limitate

Uno dei principali ostacoli alla ricerca di un turismo più inclusivo e responsabile è la limitata consapevolezza e comprensione dei temi e delle pratiche realmente sostenibili. Sebbene l'interesse per il turismo sostenibile sia in crescita, permane un divario significativo tra la consapevolezza delle problematiche e la conoscenza delle azioni concrete da intraprendere da parte dei viaggiatori e dei fornitori di servizi. Questo divario si manifesta in molti modi, influenzando profondamente le dinamiche del settore.

Da un lato, le informazioni disponibili sul turismo responsabile sono spesso frammentarie e talvolta contraddittorie. I viaggiatori che desiderano fare scelte consapevoli si trovano di fronte a una sovrabbondanza di informazioni, senza essere sempre in grado di distinguere i consigli affidabili dalle false affermazioni. D'altra parte, l'educazione e la formazione continua sulle migliori pratiche del turismo sostenibile rimangono inadeguate⁴³, sia per i consumatori che per i professionisti del settore. Questa situazione è aggravata da una percezione ancora diffusa del turismo responsabile come un lusso o una costrizione piuttosto che una necessità o un'opportunità di arricchimento personale e collettivo.

Il greenwashing, la pratica di dichiarare falsamente di essere responsabili dal punto di vista ambientale o sociale, si aggiunge alla confusione generale. La proliferazione di etichette e certificazioni, che si suppone attestino la sostenibilità di un'offerta turistica, a volte ha l'effetto opposto all'intenzione originaria, rendendo il processo decisionale più difficile per il consumatore.

⁴³ HAL Open science / OTTOBRE 2021 - SPAZI - INDAGINE/ Durante gli incontri con i professionisti del turismo del 3 giugno 2021, Emmanuel Macron ha parlato della necessità di un nuovo sostegno alla formazione nel settore turistico, in particolare nei servizi digitali e nella promozione del turismo verde e del patrimonio.

La mancanza di standardizzazione e di rigore di questi marchi può portare a una grande variabilità nel loro significato e nella loro affidabilità, lasciando il campo libero a pratiche di greenwashing⁴⁴.

Di fronte a queste sfide, è fondamentale attuare strategie per migliorare la consapevolezza e la comprensione del turismo responsabile. Ciò richiede un'educazione integrata che inizi fin dalla più tenera età e continui per tutta la vita, attraverso programmi scolastici, formazione professionale e campagne pubbliche. Le informazioni devono essere chiare, accurate e accessibili, demistificando il concetto di turismo responsabile e il modo in cui ognuno può contribuirvi.

Anche la trasparenza e la responsabilità sono essenziali. È imperativo che i fornitori di servizi turistici siano chiamati a rispondere delle loro affermazioni e che siano messi in atto meccanismi di verifica efficaci (da parte delle autorità competenti) per garantire l'autenticità delle loro pratiche. Allo stesso tempo, il rafforzamento dei partenariati e del dialogo tra tutti gli attori del turismo, compresi i consumatori, le imprese, le ONG e le autorità, può promuovere una comprensione comune e coordinare le azioni verso un turismo più responsabile.

Migliorare la consapevolezza e la comprensione è una condizione che richiede impegno e innovazione. Adottando misure per educare, informare e incoraggiare la trasparenza, il settore turistico può muoversi verso una pratica più autentica ed efficace della sostenibilità, in cui le scelte di ognuno contribuiscono a un impatto positivo e significativo.

Accesso al turismo responsabile: ostacoli finanziari

Sebbene l'intenzione di viaggiare in modo più consapevole e rispettoso dell'ambiente e delle comunità locali sia lodevole, esistono una serie di ostacoli finanziari e pratici a questo approccio⁴⁵.

Il turismo responsabile è spesso percepito come più costoso delle opzioni di viaggio tradizionali. Incorporare pratiche sostenibili come l'utilizzo di risorse rinnovabili, il sostegno a progetti di sviluppo comunitario e l'adesione a rigorosi standard etici e ambientali può comportare costi aggiuntivi. Questi costi possono riflettersi sul prezzo finale offerto ai viaggiatori, rendendo queste opzioni meno attraenti per chi è sensibile ai prezzi o ha un budget limitato. Questa percezione può frenare l'adozione diffusa del turismo responsabile, riservandolo a una nicchia di consumatori disposti e in grado di impegnare una maggiore quantità di denaro per le proprie convinzioni.

Secondo un sondaggio condotto su 594 persone⁴⁶, il 47% vorrebbe rendere i propri viaggi più sostenibili se non ci fossero costi aggiuntivi associati.

⁴⁴ Il termine greenwashing è apparso per la prima volta negli Stati Uniti alla fine degli anni Ottanta. È una contrazione del termine whitewashing e del termine green (letteralmente verde ma nel senso di ecologico) = metodo di marketing che consiste nel comunicare al pubblico utilizzando l'argomento ecologico in modo fuorviante per migliorare la propria immagine.

⁴⁵ Secondo Réseau Veille Tourisme / La prenotazione di offerte sostenibili è ancora in difficoltà / 01/03/2021

"Anche la mancanza di comprensione dell'offerta è vista come un ostacolo. Avere maggiori informazioni sull'argomento o un chiaro marchio di qualità li aiuterebbe a rendere i loro viaggi più sostenibili, rispettivamente per il 37% e il 32%".

⁴⁶ Studio condotto nel 2022 dall'Observatoire Valaisan du Tourisme (Tourops) sul comportamento e le aspettative dei viaggiatori in termini di turismo sostenibile. Il sondaggio è stato somministrato online a un panel di 594 intervistati provenienti da Svizzera, Germania, Francia, Italia, Austria, Belgio, Paesi Bassi, Polonia e Stati Uniti.

Inoltre, l'accessibilità fisica e informativa alle offerte di turismo sostenibile può essere limitata. In alcune regioni, le infrastrutture e i servizi a sostegno del turismo responsabile non sono così sviluppati o facilmente disponibili come le opzioni più convenzionali. Questo può scoraggiare anche i viaggiatori più motivati, che hanno difficoltà a localizzare o prenotare queste esperienze. Anche l'insufficiente promozione e visibilità di queste opzioni di viaggio sostenibili può contribuire al loro scarso utilizzo.

Inoltre, la situazione economica globale e personale ha una forte influenza sulle decisioni di viaggio. In tempi di difficoltà o incertezza economica, gli individui e le famiglie possono essere meno inclini a dare priorità a considerazioni etiche e sostenibili nelle loro scelte di viaggio, concentrandosi invece su considerazioni finanziarie immediate. Questa dinamica rende ancora più critica la necessità di rendere il turismo responsabile accessibile e conveniente per una popolazione più ampia.

Per superare queste barriere di accessibilità e di costo, è essenziale⁴⁷ riconoscere e affrontare la percezione del valore economico del turismo responsabile. Ciò può comportare sforzi per ridurre i costi operativi e sensibilizzare i consumatori sul valore aggiunto del turismo sostenibile. Si possono anche prendere in considerazione sovvenzioni, incentivi fiscali o altre forme di sostegno finanziario per incoraggiare sia i fornitori di servizi sia i consumatori a orientarsi verso pratiche più sostenibili.

È altrettanto fondamentale migliorare l'accessibilità informativa e fisica alle offerte di turismo responsabile⁴⁸. Ciò può comportare campagne di marketing mirate, lo sviluppo di infrastrutture e servizi dedicati e l'introduzione di piattaforme per semplificare la ricerca e la prenotazione di viaggi sostenibili.

In definitiva, affrontare le questioni dell'accessibilità e dei costi è fondamentale per democratizzare il turismo equo e responsabile. Ciò richiede un impegno coordinato tra governi, imprese, organizzazioni non governative e gli stessi consumatori per creare un ecosistema di viaggio che valorizzi la sostenibilità non solo come ideale morale, ma anche come scelta pratica e accessibile a tutti.

Scala e impatto

Mentre abbondano le iniziative individuali e i progetti pilota che illustrano il potenziale di un turismo più etico e sostenibile, si pone il problema di estendere queste pratiche a una scala più ampia e di misurarne l'impatto reale.

Il turismo responsabile e solidale, per sua natura, richiede un approccio più personalizzato e contestuale, spesso su piccola scala, per garantire che si tenga conto dell'integrità (sociale, ambientale...) dell'offerta. Tuttavia, questo approccio personalizzato può incontrare ostacoli quando si tratta di applicarlo su larga scala. I sistemi, le pratiche e i modelli economici consolidati del settore turistico globale sono fortemente radicati in una logica di massa che può essere in contrasto con i

⁴⁷ Secondo lo studio condotto dall'Observatoire Valaisan du Tourisme (Tourobis) nel 2022 sul comportamento e le aspettative dei viaggiatori in termini di turismo sostenibile.

⁴⁸ Secondo ESI Business school / Come conciliare turismo e sviluppo sostenibile / Giugno 2023

principi del turismo responsabile⁴⁹. Passare da una moltitudine di iniziative isolate a una trasformazione globale del settore richiede cambiamenti strutturali, volontà politica e l'impegno di tutti gli attori del turismo, comprese le grandi aziende e i consumatori.

Inoltre, una delle sfide principali è quella di misurare e comunicare l'impatto reale del turismo responsabile ed equo. Mentre i benefici immediati e tangibili per i viaggiatori e per alcune comunità locali possono essere evidenti, gli effetti a lungo termine e su larga scala sono più difficili da valutare. L'impatto ambientale, sociale ed economico di un approccio turistico più responsabile varia notevolmente da un contesto all'altro e richiede metodologie complesse per essere compreso con precisione. Senza indicatori chiari e affidabili, è difficile dimostrare la capacità del turismo responsabile di raggiungere i propri obiettivi e di motivare un cambiamento più diffuso all'interno del settore.

Inoltre, la frammentazione del settore turistico, con una moltitudine di attori che vanno dai piccoli fornitori di servizi locali alle multinazionali, rende più difficile il coordinamento e la standardizzazione delle pratiche. Ciò è tanto più vero in quanto i temi della sostenibilità e della responsabilità sociale sono intrinsecamente legati a fattori locali specifici, che richiedono un adattamento e una flessibilità difficili da mantenere su larga scala.

Per affrontare queste sfide, è necessario un approccio « multi-scala », che riconosca e valorizzi le iniziative locali, lavorando al contempo per integrare questi principi in pratiche industriali più ampie. Ciò comporta una maggiore collaborazione tra i vari attori, l'introduzione di politiche di incentivazione e regolamentazione e lo sviluppo di tecnologie e metodologie per misurare l'impatto in modo più accurato e trasparente.

↳ Conclusione

Il turismo equo e responsabile deve affrontare limiti strutturali, economici e culturali che richiedono attenzione e innovazione per essere superati. Sebbene le intenzioni siano nobili e i benefici potenziali grandi, per realizzare pienamente la sua visione sono necessari un approccio più rigoroso, un maggiore impegno da parte di tutti gli attori del settore e un sostegno politico ed economico. Affrontando queste sfide, il settore turistico può gradualmente orientarsi verso pratiche più sostenibili, eque e reciprocamente vantaggiose.

L'EMERGERE DI NUOVE FORME DI TURISMO RESPONSABILE E SOLIDALE

L'emergere di nuove forme di turismo responsabile ed equo evidenzia uno spostamento verso viaggi più consapevoli e sostenibili, lontani dall'impatto negativo del tradizionale turismo di massa. Questa transizione è guidata da una crescente consapevolezza del turismo e della necessità di un suo sviluppo armonioso. I fattori chiave di questa evoluzione sono i cambiamenti nelle preferenze dei consumatori, l'innovazione tecnologica e la maggiore

⁴⁹ Il turismo durabile – organizzare il turismo sostenibile nelle aree rurali/Hugues François/ Rivista di economia regionale e urbana 2004

collaborazione all'interno del settore. Tuttavia, lo sviluppo di queste nuove forme di turismo deve affrontare sfide come la creazione di normative adeguate, la garanzia di un'equa distribuzione dei ricavi e la sensibilizzazione sull'importanza del turismo responsabile. Questa tendenza verso un turismo più olistico è fondamentale per garantire un futuro sostenibile al settore turistico e alle comunità interessate.

Dal turismo « tradizionale » a un turismo più olistico

L'industria del turismo, caratterizzata dalle sue dimensioni e dalla costante evoluzione dinamica, sta subendo una significativa trasformazione dei suoi paradigmi operativi e concettuali. La transizione dal turismo tradizionale al turismo olistico riguarda il passaggio da approcci convenzionali orientati al consumo a pratiche più sostenibili e integrate. Questa sezione si propone di contestualizzare il quadro teorico di questo cambiamento nel turismo, evidenziando i motori del cambiamento, come gli imperativi ambientali, le pressioni socio-economiche e le nuove aspirazioni dei consumatori. Esamina inoltre le implicazioni multidimensionali di questi sviluppi, considerando le prospettive delle destinazioni, degli attori economici e dei turisti.

Definizione di turista e di turismo

Il turista⁵⁰ è colui che viaggia per piacere tra due località geografiche, lontano dal luogo di residenza abituale, e che vi trascorre almeno una notte, il che lo distingue dal turista giornaliero (che compie il viaggio di andata e ritorno nella stessa giornata). Il turista visita quindi luoghi diversi dalla sua routine quotidiana e svolge attività ricreative. L'identità del turista è temporanea e non esclusiva; dura per la durata del viaggio ed è specifica di ogni individuo, delle sue rappresentazioni e delle sue pratiche turistiche.

La parola « turista » ha preceduto la parola « turismo », stabilendo la precedenza della pratica rispetto all'attività economica e al suo sfruttamento. Storicamente, il turista era un giovane che lasciava la Gran Bretagna per un lungo viaggio di iniziazione verso il continente, nell'ambito del « Grand Tour », riservato ai giovani membri dell'aristocrazia e fiorito a partire dal XVII secolo. A partire dal XIX secolo il turismo si è diffuso e sono arrivati sempre più turisti, sia nazionali (che viaggiano all'interno del proprio Paese) sia internazionali. L'UNWTO prevede 1,5 miliardi di arrivi turistici internazionali in tutto il mondo nel 2019.

Verso una ricerca di senso

Altrove, l'altro e se stessi sono i pilastri di una ricerca senza tempo che anima lo spirito umano: il viaggio. Nicolas Bouvier, nel suo libro "L'Usage du Monde" (1963), illustra questa idea affermando che il viaggio trascende ogni motivazione iniziale, rivelandosi un fine in sé, capace di trasformare profondamente l'individuo⁵¹.

Nel 1936, con l'introduzione delle ferie pagate, il viaggio ha smesso di essere un lusso ed è diventato più accessibile, inaugurando un'era di democratizzazione del turismo. Oggi, nonostante l'accessibilità limitata a una parte dell'umanità, il turismo è un'industria importante, che genera entrate e occupazione significative. Il viaggiatore è diventato un turista in cerca di evasione,

⁵⁰ <https://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/touriste>

⁵¹ Turismo alla ricerca di un significato / Altermondes speciale n°7, marzo 2009

autenticità ed esotismo... Questa trasformazione sta avendo ripercussioni significative, soprattutto nei Paesi in via di sviluppo, spesso impotenti di fronte all'impatto del turismo di massa sul loro ambiente e sulla loro cultura.

Di fronte a queste sfide, negli ultimi dieci anni ha preso forma un movimento verso un turismo alternativo. Operatori turistici e associazioni, in collaborazione con le comunità locali, propongono una forma di turismo solidale. Questo modello non si limita a offrire ai viaggiatori un'esperienza pittoresca, ma si impegna a contribuire positivamente al miglioramento delle condizioni di vita delle popolazioni locali e al rispetto del loro ambiente economico, sociale, ecologico e culturale.

La ricerca di significato in tutti gli aspetti della vita riflette l'aspirazione dell'individuo a trovare profondità, coerenza e accuratezza in vari aspetti, come ad esempio il lavoro, che si riferisce alla ricerca di un'attività professionale in linea con le esigenze economiche e i valori personali e che contribuisce all'auto-realizzazione e alla realizzazione di sé. Per il viaggiatore, implica la ricerca di autenticità, impatto positivo e senso di appartenenza e contributo a qualcosa di più grande di sé.

Il turismo di oggi è molto più di una semplice ricerca di svago o di evasione; si basa sempre più sulla ricerca di significato da parte delle persone. Questa ricerca si manifesta attraverso varie aspirazioni, come la connessione con se stessi, la scoperta di altre culture, la risonanza con la natura o il coinvolgimento in cause sociali e ambientali.

Da un lato, l'evoluzione delle società moderne, caratterizzate da una certa alienazione dovuta all'urbanizzazione e alla « tecnologizzazione », spinge gli individui a cercare esperienze che li riconnettano agli aspetti fondamentali dell'esistenza. Il turismo offre un luogo per ricaricarsi e riflettere, lontano dai vincoli della vita quotidiana. Pratiche come il turismo spirituale e i ritiri di meditazione ne sono un esempio eloquente, offrendo un contesto di contemplazione e introspezione.

D'altra parte, l'incontro con l'« altro » e la scoperta di culture diverse sono un potente vettore nella ricerca di significato. Immergendosi in una varietà di contesti culturali, i turisti cercano di ampliare la loro comprensione del mondo e di mettere in discussione il proprio posto in esso. Questa dimensione educativa e interculturale del turismo aiuta a creare legami empatici e a coltivare una mente aperta.

Anche la crescente preoccupazione per le questioni ambientali e sociali sta influenzando il turismo contemporaneo. Molti viaggiatori vogliono che i loro viaggi abbiano un impatto positivo sulle destinazioni che visitano. Sta emergendo un turismo sostenibile ed etico, che promuove pratiche che rispettano l'ambiente e vanno a beneficio delle comunità locali. Questa forma di turismo risponde al desiderio di dare un senso all'atto del viaggiare, vedendolo come un'opportunità per agire in modo responsabile e in uno spirito di solidarietà.

↳ In breve, la ricerca di significato nel turismo contemporaneo riflette una moltitudine di desideri e preoccupazioni individuali e collettive. Riflette la crescente necessità di trovare un equilibrio tra piacere personale e consapevolezza globale, tra evasione e impegno. Attraverso le sue molteplici sfaccettature, il turismo diventa un terreno fertile per esplorare se stessi e il mondo, offrendo a tutti l'opportunità di intrecciare storie di vita significative e arricchenti.

Nuovi attori del turismo

Nel suo approccio « consumistico », l'offerta turistica è incarnata da una tipologia di attori, i pionieri economici di questo settore, tra cui: agenzie di viaggio, uffici turistici, tour operator, catene alberghiere, parchi divertimento, ecc.

La redditività economica alla base di questo modello risponde all'esigenza espressa dal cliente di una soluzione professionale adatta e anticipata alle sue necessità.

Gli operatori economici, nella loro ricerca di massimizzare i profitti, tendono a concentrarsi sui volumi di vendita. Questa logica porta spesso a una standardizzazione dell'esperienza turistica, privilegiando formule consolidate che soddisfano una domanda massiccia, ma a volte a scapito dell'autenticità e della sostenibilità. Questo modello riflette una visione industriale del turismo in cui il cliente cerca soprattutto praticità e garanzia nella sua esperienza di consumo.

Accanto a questo modello tradizionale, nuovi attori che non sono specialisti del turismo stanno trovando il loro posto all'interno di questa economia, ma anche e soprattutto all'interno di una nuova dinamica turistica più integrata e sensata. Tra questi, e in linea con il significato ricercato dal viaggiatore, vi sono i seguenti esempi :

- aziende agricole, locande, gîtes ;
- cooperative: la cooperativa "I Briganti di Cerreto", di cui si è parlato nel paragrafo 6.2, ne è un esempio ;
- privati: vacanze in casa (un modello sempre più sviluppato dalle agenzie) ;
- ESAT: *si veda l'esempio della Ferme de Chosal che, oltre a essere una struttura medico-sociale, è anche un attore del turismo locale grazie all'offerta di alloggi in baite.*
- Monasteri (che sempre più spesso aprono le porte a un viaggio di iniziazione e introspezione). Qui il comfort è basilare, la vita sedentaria è all'ordine del giorno, le esigenze sono limitate a quelle della vita quotidiana e la spinta all'acquisto è più ragionata.
- ecc.

↳ Conclusione

L'emergere di nuovi attori nel settore turistico ha trasformato profondamente il panorama dell'industria. Questi attori, spesso radicati nell'economia digitale e nell'innovazione tecnologica, hanno ridefinito le aspettative e il comportamento dei consumatori. Dalle piattaforme di prenotazione online alle esperienze di turismo collaborativo, questi nuovi operatori hanno introdotto una maggiore flessibilità e personalizzazione, rispondendo alle esigenze dei clienti che cercano autenticità ed esperienze uniche.

Tuttavia, questa trasformazione non è priva di sfide. Solleva questioni relative alla regolamentazione, all'impatto ambientale e all'equità socio-economica, sfidando gli attori tradizionali del turismo e le autorità locali ad adattarsi e a trovare un equilibrio tra innovazione e sostenibilità.

Il futuro del turismo sembra quindi essere un mix di tradizione e innovazione, dove la collaborazione tra vecchi e nuovi attori sarà essenziale per creare un'industria turistica più resiliente, inclusiva e responsabile.

FATTORI CHIAVE PER LA NASCITA DI UN NUOVO MODELLO DI TURISMO

Educazione e sensibilizzazione

L'importanza dell'educazione nel turismo sostenibile

L'educazione e la sensibilizzazione sono fondamentali per promuovere il turismo sostenibile. Svolgono un ruolo cruciale nell'informare le persone sull'impatto delle loro attività turistiche e nell'incoraggiarle ad adottare comportamenti più responsabili. Un'educazione efficace al turismo sostenibile non deve solo sensibilizzare le persone sulle questioni ambientali, sociali ed economiche, ma anche metterle in grado di prendere decisioni informate che promuovano la sostenibilità.⁵²

L'educazione al turismo sostenibile mira a integrare i principi dello sviluppo sostenibile in tutti gli aspetti del turismo, compresa la pianificazione del viaggio, la selezione della destinazione, le attività in loco e persino il comportamento successivo al viaggio. Educare i viaggiatori, i fornitori di servizi, i responsabili delle decisioni e le comunità locali promuove una comprensione comune dei valori del turismo responsabile e incoraggia l'attuazione delle migliori pratiche nel settore.

➤ Esempi di programmi di sensibilizzazione di successo:

- **Programma Eco-Schools⁵³:** attivo in molti Paesi, questo programma educa i giovani all'ambiente e allo sviluppo sostenibile, compreso il turismo sostenibile. Integrando attività e progetti di turismo responsabile nei programmi scolastici, i bambini imparano fin da piccoli l'importanza di preservare l'ambiente e la cultura locale.
- **Campagne di sensibilizzazione del pubblico :** Travelife⁵⁴: un'iniziativa di certificazione incentrata sulla formazione e sulla sensibilizzazione delle imprese turistiche alle pratiche sostenibili. Lavorando direttamente con gli hotel, gli operatori turistici e le destinazioni, Travelife contribuisce a sensibilizzare il pubblico su come rendere il turismo più sostenibile e offre un riconoscimento alle imprese che adottano pratiche responsabili.
- **Programmi di formazione per i professionisti del turismo :** Global Sustainable Tourism Council (GSTC⁵⁵) : Il GSTC offre formazione e risorse per aiutare i professionisti del turismo a comprendere e implementare pratiche sostenibili nelle loro attività. Questi corsi coprono argomenti come l'efficienza delle risorse, la riduzione dei rifiuti, l'interazione culturale rispettosa e il contributo economico positivo alle comunità locali.

⁵² Turismo sostenibile: un approccio di sistema / Sandra Camus, [Lubica Hikkerova](#), [Jean-Michel Sahut](#) / [Management & Avenir 2010/4 \(n° 34\)](#)

⁵³ <https://www.ecoschools.global/> / Il programma è oggi presente in 74 Paesi e vi partecipano più di 59.000 scuole in tutto il mondo: è il più grande programma di educazione allo sviluppo sostenibile al mondo, in termini di numero di persone coinvolte e di persone raggiunte..

⁵⁴ <https://www.tourisme-responsable.org/partenaire/travelife/> Con sede nei Paesi Bassi, questo programma offre alle agenzie di viaggio e agli operatori turistici formazione, gestione e certificazione in materia di sviluppo sostenibile..

⁵⁵ <https://www.gstcouncil.org/> La GSTC2024 Conferenza mondiale sul turismo sostenibile si terrà a Stoccolma, in Svezia, dal 23 al 26 aprile 2024. L'evento mira a riunire i professionisti del turismo a livello globale e locale impegnati nella promozione e nel progresso dei viaggi e del turismo sostenibili..

- **Iniziative comunitarie** : The Responsible Tourism Partnership⁵⁶: con un'attenzione particolare alla collaborazione con le comunità locali, questo partenariato mira a sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza della conservazione dell'ambiente e del patrimonio culturale. Organizza workshop ed eventi che coinvolgono attivamente le comunità nella promozione e nella pratica del turismo responsabile.

↳ Questi programmi e iniziative illustrano come l'educazione e la sensibilizzazione possano trasformare efficacemente il turismo in una forza positiva per lo sviluppo sostenibile. Sensibilizzando e fornendo gli strumenti per agire, contribuiscono a plasmare un futuro in cui il turismo sostiene la conservazione, rispetta le culture locali e promuove la prosperità condivisa.

Collaboration multi partenariale

Rôle des Partenariats Public-Privé

La collaboration multilatérale, et en particulier les partenariats public-privé (PPP), joue un rôle crucial dans la promotion et la mise en œuvre du tourisme responsable et solidaire.

Questi partenariati riuniscono le risorse, le conoscenze e l'influenza dei settori pubblico e privato per raggiungere obiettivi comuni di sostenibilità e responsabilità sociale. I governi, le imprese, le ONG, le organizzazioni internazionali, le comunità locali e gli stessi turisti sono tutti attori chiave di queste collaborazioni.

I PPP consentono di condividere rischi e benefici, ottimizzare l'uso delle risorse e combinare diverse competenze per sviluppare e promuovere pratiche turistiche sostenibili. Possono facilitare l'innovazione, migliorare l'efficienza dei servizi turistici, contribuire alla conservazione dell'ambiente e del patrimonio culturale e garantire che i benefici economici del turismo vadano a beneficio di un'ampia gamma di soggetti interessati, comprese le comunità locali.

- Esempi di collaborazione di successo tra le parti interessate :
 - **The Rainforest Alliance**⁵⁷ : Avorando con le imprese turistiche, le comunità locali e i governi, Rainforest Alliance promuove il turismo sostenibile nelle aree vulnerabili. I loro progetti mirano a ridurre al minimo l'impatto del turismo sull'ambiente e a massimizzare i benefici sociali ed economici per le comunità locali. Dalla lotta alla deforestazione e al cambiamento climatico alla creazione di opportunità economiche e di migliori condizioni di lavoro per le popolazioni rurali, Rainforest Alliance si adopera per risolvere le pressanti sfide sociali e ambientali.
 - **Partenariati per i Geoparks de l'UNESCO**⁵⁸: I Geoparchi sono aree uniche in cui il patrimonio geologico viene utilizzato per promuovere lo sviluppo sostenibile attraverso il turismo. I partenariati pubblico-privati nei Geoparchi coinvolgono le autorità locali, le

⁵⁶ <https://responsibletourismpartnership.org/> La Partnership for Responsible Tourism lavora in tutto il mondo per sostenere lo sviluppo di imprese e iniziative di turismo responsabile.

⁵⁷ <https://www.rainforest-alliance.org/fr/>

⁵⁸ <https://fr.unesco.org/g%C3%A9oparcs-mondiaux-unesco/comit%C3%A9s-nationaux-g%C3%A9oparcs>

aziende turistiche e gli stakeholder locali, che lavorano insieme per promuovere la « geo-educazione » e il « geo-turismo ».

- **Progetti di ecoturismo collaborativo** : esempi notevoli sono le collaborazioni tra alberghi, ONG ambientaliste e governi locali per creare esperienze di ecoturismo che sostengano la conservazione e offrano al contempo esperienze uniche ai viaggiatori. Queste iniziative possono includere programmi di conservazione partecipativa, in cui i turisti contribuiscono direttamente alla protezione della biodiversità.
- **Partenariati per lo sviluppo di un turismo basato sulla comunità** : Questi partenariati spesso coinvolgono le ONG che lavorano con le comunità locali per sviluppare offerte turistiche che mettano in risalto la cultura locale (artigianato, visite ai villaggi, sistemazioni in famiglia, programmi di conservazione culturale, ecc. Il coinvolgimento del settore privato può aiutare a commercializzare queste offerte e a garantire standard professionali nella fornitura dei servizi.

↳ Questi esempi dimostrano come la collaborazione multilaterale possa portare a iniziative turistiche sostenibili e di successo. I partenariati pubblico-privato forniscono una piattaforma per il coordinamento delle politiche, la gestione delle destinazioni, lo sviluppo di prodotti innovativi e la promozione del turismo responsabile. Lavorando insieme, le varie parti interessate possono superare le sfide del turismo contemporaneo e lavorare per un futuro in cui il turismo sia prospero e rispettoso dell'ambiente e delle società.

Marketing territoriale e comunicazione

Strategie di marketing per promuovere le destinazioni sostenibili

Il marketing territoriale e la comunicazione sono strumenti potenti per promuovere le destinazioni sostenibili e sensibilizzare sull'importanza del turismo responsabile. Una strategia di marketing efficace mette in evidenza le qualità uniche e gli impegni sostenibili di una destinazione, incoraggiando al contempo i visitatori a partecipare alla conservazione e al miglioramento delle comunità locali.

Per rimanere competitivi, è essenziale adottare strategie efficaci di marketing digitale, comunicazione e sviluppo sostenibile.

Ecco alcune strategie chiave :

- **Promuovere i beni ecologici e culturali** :
Si tratta di mettere in evidenza la ricchezza naturale e culturale delle destinazioni, concentrandosi sulla loro unicità e autenticità. Ciò può includere paesaggi incontaminati, tradizioni locali, artigianato, gastronomia, ecc. che attraggono visitatori interessati a esperienze significative e rispettose.
- **Storia, narrazioni e racconti** :
La storia locale può essere una leva interessante nell'esperienza turistica, consentendo ai visitatori di scoprire l'autenticità e la ricchezza culturale di una destinazione. Infatti, la promozione del patrimonio storico e culturale è spesso un elemento chiave

dell'identità di un territorio, che incoraggia un apprezzamento più profondo della regione e della sua cultura.

- **Marketing digitale e social network**⁵⁹ :

Sviluppo sostenibile e marketing responsabile sono concetti complementari per promuovere il turismo in modo etico. Grazie all'uso oculato delle tecnologie digitali, in particolare nel campo del marketing digitale, sta emergendo un nuovo approccio alla progettazione e all'attuazione di strategie promozionali ecologiche e socialmente responsabili.

Le campagne online possono includere blog di viaggio, video, hashtag, contenuti immersivi e collaborazioni con influencer che condividono i valori del turismo sostenibile.

- **Etichettatura e certificazione** :

L'utilisation de labels et de certifications reconnus permet de renforcer la crédibilité des engagements durables pris par les destinations visitées, et à rassurer les visiteurs sur la qualité et la durabilité de leurs choix de voyage.

➤ Esempi di campagne di comunicazione di successo

- **Costa Rica – « Pura Vida »** : la Costa Rica ha lanciato una campagna di marketing incentrata sul suo approccio alla conservazione e al turismo sostenibile, con lo slogan "Pura Vida". Concentrandosi sui parchi nazionali, sulla biodiversità e sulle iniziative comunitarie, il Paese è riuscito a posizionarsi come destinazione leader per il turismo ecologico.
- **Slovenia – « Green. Active. Healthy »**⁶⁰ : la Slovenia ha adottato una strategia di comunicazione che evidenzia il suo impegno per la sostenibilità, posizionandosi come destinazione verde, attiva e sana. La campagna mette in evidenza i parchi naturali, le città sostenibili e la ricchezza di esperienze all'aria aperta disponibili.
- **Nuova Zelanda – « 100% Pure New Zealand »**⁶¹ : questa campagna di lunga durata è stata molto efficace nel promuovere la Nuova Zelanda come destinazione pulita e incontaminata. Concentrandosi sulle spettacolari bellezze naturali del Paese e sottolineando i suoi sforzi di conservazione, la campagna ha attirato visitatori da tutto il mondo.
- **Palau – « The Palau Pledge »**⁶² : Palau ha innovato con una campagna di comunicazione incentrata su "The Palau Pledge", un giuramento che tutti i visitatori sono invitati a firmare, impegnandosi a rispettare e proteggere l'ambiente naturale e culturale dell'isola. Questo approccio unico non solo ha rafforzato il marchio della destinazione, ma ha anche sensibilizzato i visitatori sul loro impatto in modo molto personale.

👉 *Questi casi di studio illustrano come strategie di marketing e comunicazione ben congegnate possano promuovere efficacemente il turismo sostenibile e trasformare la*

⁵⁹ In quest'ottica, Aurore Rafaitin affronta il tema e i passi che si possono compiere per ottimizzare la comunicazione e il marketing responsabile / <https://www.aurore-rafaitin.fr/marketing-digital/tendances-marketing-digital-tourisme-2023> / Sviluppo sostenibile e marketing responsabile

⁶⁰ <https://www.slovenia.info/fr/offres-speciales/offres-speciales/4539-slovenia-green-active-healthy>

⁶¹ <https://www.newzealand.com/int/things-to-do/>

⁶² <https://palaupledge.com/>

percezione e il comportamento dei viaggiatori. Mettendo in evidenza gli impegni e le risorse uniche delle destinazioni, coinvolgendo i visitatori e utilizzando i moderni canali di comunicazione, è possibile creare un'immagine attraente del marchio, sostenendo al contempo i principi del turismo responsabile ed equo.

L'importanza degli uffici turistici

Il lavoro in partnership e il marketing territoriale (discussi nelle sezioni precedenti) ci portano logicamente a considerare il posto strategico occupato dagli uffici turistici nello sviluppo e nell'avvento di un turismo più integrato. In quanto intermediari tra le destinazioni e i visitatori, questi enti radicati sul territorio svolgono un ruolo decisivo nella promozione di pratiche sostenibili ed etiche. Grazie alle diverse funzioni e iniziative che possono attuare, gli uffici turistici sono un anello essenziale nella catena di informazione e sviluppo di un nuovo tipo di turismo.

Gli uffici turistici svolgono infatti un ruolo essenziale nella valorizzazione del patrimonio locale, fungendo da veicoli promozionali per i prodotti, le abilità artigianali e le esperienze culturali offerte dagli attori locali. Sfruttando la loro profonda conoscenza del territorio, questi uffici fungono da ponte tra i beni intrinseci di una regione e i visitatori in cerca di autenticità. Questa funzione di mediazione è tanto più cruciale in quanto rivela aspetti unici della regione che altrimenti rimarrebbero sconosciuti al grande pubblico e ai circuiti turistici tradizionali.

Promuovendo elementi meno noti o poco rappresentati del patrimonio locale, gli uffici turistici arricchiscono l'offerta turistica, fornendo ai visitatori una gamma di esperienze più diversificata e coinvolgente. Questo approccio contribuisce a decentralizzare l'afflusso di turisti, consentendo una distribuzione più equa dei benefici economici e riducendo la pressione sui siti eccessivamente visitati.

→ *È il caso del progetto Alcotra Sens'Action, i cui siti target sono presentati come alternative (immersive e sostenibili) ai luoghi e alle città più popolari. Sul versante francese, la Ferme de Chosal si trova tra Ginevra (città internazionale che accoglie oltre 3 milioni di turisti all'anno⁶³) e il sito Pont et Bains de la Caille (circa 150.000 visitatori all'anno⁶⁴). I Parchi Reali sono anche un'alternativa "verde" alla vicina città di Torino, che accoglie oltre 1 milione di turisti all'anno⁶⁵. Il Parco fluviale Gesso e Stura rappresenta un'opportunità turistica per il comune di Cuneo (situato al centro del triangolo Torino-Genova-Nizza).*

Inoltre, concentrandosi sulle "opportunità turistiche" locali, queste organizzazioni incoraggiano i visitatori a esplorare oltre gli itinerari convenzionali, dando così impulso all'economia locale.

Questa strategia di promozione delle ricchezze locali attraverso gli uffici turistici è anche un modo efficace per incoraggiare i circuiti brevi. Indirizzando i turisti verso prodotti ed esperienze autentiche, non solo si riduce l'impronta ecologica del turismo, ma si rafforza anche l'orgoglio e lo sviluppo economico delle comunità ospitanti. Le ricadute economiche generate contribuiscono

⁶³ Geneva Live Tourism/ Rapporto annuale 2019

<file:///C:/Users/charl/Downloads/Geneve%20Tourisme%20rapport%20annuel%202019.pdf>

⁶⁴ <https://ccpaysdecruseilles.org/?s=pont+de+la+caille>

⁶⁵ In 2014 secondo il Nouvelliste: <https://www.lenouvelliste.ch/sport/le-nombre-de-touristes-a-double-a-turin-501213>.

direttamente al benessere di artigiani, agricoltori e imprenditori locali, rafforzando il tessuto economico e sociale della regione.

In breve, grazie alla loro capacità di individuare, sviluppare e promuovere i tesori nascosti di una regione, gli uffici turistici svolgono un ruolo chiave nella diversificazione dell'offerta turistica e nel sostegno all'economia locale. Il loro lavoro mette in luce le opportunità turistiche locali distintive, incoraggiando un approccio più rispettoso e integrato al viaggio, a beneficio sia dei visitatori che delle comunità locali.

➔ *Il progetto Sens'Action si distingue per il modo in cui i suoi partner hanno creato legami stretti ed efficaci con gli uffici turistici locali, con l'obiettivo di integrare e migliorare la loro offerta turistica all'interno di un approccio globale orientato allo sviluppo sostenibile⁶⁶. I partner hanno lavorato con gli uffici turistici per identificare, promuovere e integrare le offerte turistiche locali che soddisfano i criteri del turismo sostenibile. Ciò include la promozione di pratiche come l'ecoturismo, il turismo culturale immersivo e le attività all'aperto a basso impatto ambientale. Questa collaborazione permette di creare un'offerta turistica coerente e attraente, garantendo al contempo la conservazione delle risorse naturali e culturali della regione. Il successo di questa partnership poggia su diversi pilastri, a partire da una visione condivisa del turismo sostenibile come leva per uno sviluppo economico locale rispettoso degli ecosistemi e delle culture. I partner del progetto hanno quindi compreso l'importanza di queste antenne locali, attori chiave nel mettere in contatto i turisti con ciò che la regione ha da offrire.*

[Il ruolo della politica](#)

Il ruolo delle politiche e dei regolamenti

Le politiche e le normative pubbliche svolgono un ruolo fondamentale nella strutturazione e nella promozione del turismo sostenibile e responsabile. Questi quadri normativi e legislativi sono cruciali nel definire gli standard etici e le linee guida che regolano i vari attori del settore turistico. Inoltre, forniscono meccanismi essenziali per guidare l'industria verso pratiche più rispettose dell'ambiente e socialmente vantaggiose.

Gli aspetti chiave di queste politiche e normative includono :

- **Legislazione ambientale** : queste leggi mirano a minimizzare l'impatto ecologico del turismo, regolando attività come la costruzione di infrastrutture turistiche, la gestione dei rifiuti e la conservazione degli habitat naturali. Spesso includono disposizioni per la protezione delle specie in pericolo e la conservazione delle aree ecologicamente sensibili.
- **Standard di sostenibilità** : stabiliscono criteri specifici per garantire che le attività turistiche sostengano lo sviluppo economico locale, riducendo al minimo la loro

⁶⁶ Link ai siti web degli uffici turistici di ciascuna organizzazione partner :

- <https://www.montsdegeneve.com/partager/les-experiences/retour-aux-sources/>
- <https://www.visitcuneese.it/ricerca?structureKey=&pag=1&num=3&qry=global&so=score%20desc&orderByColumn1=modifiedDate&kw=parco%20cuneo&p1=&p2=&p3=>
- <https://www.turismotorino.org/it/punto-informativo-turistico-dei-parchi-reali-parco-naturale-la-mandria>

impronta ecologica. Possono includere requisiti per l'energia rinnovabile, il consumo di acqua, la gestione dei rifiuti e il coinvolgimento della comunità.

- **Quadri etici e sociali** : le norme di questo quadro mirano a proteggere i diritti e il benessere delle comunità locali, garantendo che il turismo non porti allo sfruttamento o all'emarginazione. Incoraggiano l'inclusione delle popolazioni locali nei benefici del turismo e la promozione di pratiche di occupazione e retribuzione eque.
- **Incentivi e sussidi fiscali** : I governi talvolta utilizzano incentivi e sussidi fiscali per incoraggiare gli investimenti in progetti di turismo sostenibile. Ciò può includere agevolazioni fiscali per le imprese che adottano pratiche ecologiche o sussidi per lo sviluppo di infrastrutture turistiche in aree sottosviluppate.
- **Certificazioni e marchi di qualità** : i sistemi di certificazione e i marchi di qualità forniscono linee guida e criteri per valutare la sostenibilità delle imprese turistiche. Questi schemi aiutano a guidare i consumatori verso scelte responsabili e possono servire come standard per valutare le pratiche sostenibili all'interno del settore.
- **Politiche di gestione dei flussi turistici** : queste politiche mirano a regolare il numero di visitatori nei siti sensibili per evitare un'eccessiva frequentazione e i relativi impatti negativi. Possono includere misure come la limitazione del numero di visitatori, la tariffazione stagionale o la promozione di destinazioni alternative.

Queste diverse politiche e normative sono essenziali per garantire un equilibrio tra la crescita economica generata dal turismo e la conservazione delle risorse naturali e culturali, nonché il benessere delle comunità locali. L'efficace attuazione di queste politiche richiede una stretta collaborazione tra governi, imprese turistiche, comunità locali e organizzazioni non governative.

➤ Uno sguardo più da vicino ad alcune delle politiche e dei regolamenti in vigore in tutto il mondo :

- **Regolamenti sul turismo in Antartide** : l'Antartide è un esempio in cui i rigidi regolamenti internazionali limitano l'impatto del turismo. Il Trattato Antartico ⁶⁷ e i protocolli associati regolano tutte le attività turistiche al fine di preservare questo ambiente unico.
- **Ecotassa a Bali, Indonesia⁶⁸**: Bali ha introdotto un'ecotassa per i turisti per finanziare progetti di conservazione e sostenibilità. Questo tipo di politica aiuta a ridurre gli impatti negativi del turismo, generando al contempo entrate per la tutela dell'ambiente e della cultura locale.
- **Politica del turismo sostenibile in Costa Rica** : la Costa Rica è rinomata per le sue politiche progressive in materia di turismo sostenibile. Il Paese ha istituito un sistema di certificazione per le imprese turistiche che soddisfano rigorosi criteri di sostenibilità ambientale e sociale.
- **Legge sul turismo sostenibile nelle Filippine** : le Filippine hanno approvato una legge sul turismo sostenibile volta a proteggere e promuovere le risorse naturali e culturali

⁶⁷ Dal 1959, altri 44 Paesi hanno aderito al Trattato. / <https://www.ats.ag/f/antarctictreaty.html#>

⁶⁸ <https://visasnews.com/indonesie-les-details-de-la-prochaine-taxe-touristique-a-bali/>

del Paese, garantendo al contempo un'equa distribuzione dei benefici turistici. La legge incoraggia inoltre le pratiche sostenibili nell'industria del turismo.

↳ Questi esempi dimostrano come politiche e regolamenti ben progettati e attuati possano orientare lo sviluppo del turismo verso pratiche più responsabili e sostenibili. Stabilendo quadri chiari, promuovendo pratiche etiche e coinvolgendo tutte le parti interessate, i governi possono svolgere un ruolo cruciale nel promuovere un turismo che rispetti l'ambiente, valorizzi le culture locali e contribuisca positivamente alle comunità.

[Ampliare l'uso di marchi e certificazioni](#)

Il ruolo dei marchi nella promozione del turismo responsabile

I marchi e le certificazioni svolgono un ruolo fondamentale nel promuovere e convalidare gli sforzi del turismo responsabile e sostenibile. Servono a guidare i consumatori verso scelte più etiche e sostenibili, fornendo al contempo un quadro di riferimento per le imprese e le destinazioni per migliorare e standardizzare le loro pratiche ambientali e sociali.

Ecco alcuni dei ruoli chiave che svolgono :

- **Garanzia di qualità** : i marchi assicurano ai consumatori che i prodotti o i servizi che scelgono soddisfano determinati standard ambientali e sociali. Questi possono includere aspetti come la riduzione dell'impronta di carbonio, il benessere sociale delle comunità locali o la conservazione della biodiversità.
- **Differenziazione del mercato** : per i fornitori di servizi turistici, ottenere un marchio riconosciuto può aiutarli a distinguersi sul mercato, evidenziando il loro impegno verso pratiche sostenibili e responsabili.
- **Miglioramento continuo** : i criteri richiesti per ottenere una certificazione o un marchio spesso incoraggiano le aziende a migliorare continuamente le loro pratiche. Ciò comprende verifiche periodiche, aggiornamento delle pratiche in linea con le ultime ricerche e innovazioni e impegno a perseguire obiettivi di sostenibilità a lungo termine.
- **Sensibilizzazione** : i marchi educano anche il pubblico su cosa sia il turismo sostenibile, contribuendo ad aumentare le aspettative e a incoraggiare altre aziende a seguire l'esempio di pratiche più responsabili.
- **Standardizzazione VS diversità** : a un lato, i marchi contribuiscono alla standardizzazione delle pratiche, a vantaggio della definizione di standard chiari e comparabili. D'altro canto, esiste una tale varietà di etichette e certificazioni che a volte può confondere i consumatori e diluire l'impatto di ciascuna di esse.
- **Trasparenza e affidabilità** : l'affidabilità delle certificazioni dipende dalla loro trasparenza e dal rigore dei processi di verifica. Per mantenere la fiducia in questi marchi sono essenziali verifiche regolari e indipendenti. Tuttavia, la qualità e la frequenza di questi audit variano notevolmente tra i diversi schemi.
- **Accessibilità** : ottenere una certificazione può essere costoso e complesso, il che può scoraggiare soprattutto le piccole imprese o le iniziative comunitarie. È fondamentale che i sistemi di certificazione siano accessibili e adatti a diversi tipi di operatori turistici.

- **Impatto reale** : sebbene molti marchi abbiano un impatto positivo, i critici sottolineano che la vera efficacia deve essere misurata in termini di miglioramenti concreti e sostenibili per l'ambiente e le comunità locali. È importante valutare l'impatto reale delle iniziative di certificazione al di là delle buone intenzioni.

↳ Le certificazioni e i marchi sono strumenti importanti per promuovere un turismo responsabile e sostenibile, ma per essere veramente efficaci devono essere applicati e gestiti in modo rigoroso. Un approccio critico ed evolutivo, così come sforzi continui per migliorare i sistemi di certificazione, sono essenziali per garantire la loro rilevanza e l'impatto a lungo termine sull'industria del turismo.

↳ Conclusione

In conclusione, l'emergere di un nuovo modello di turismo dipende da diversi fattori chiave, ognuno dei quali svolge un ruolo vitale nella transizione verso pratiche più sostenibili e responsabili. L'educazione e la sensibilizzazione sono fondamentali per cambiare gli atteggiamenti e promuovere la consapevolezza collettiva. La collaborazione tra più partner, che coinvolge diversi attori del settore, è essenziale per condividere risorse e conoscenze. Il marketing territoriale e la comunicazione svolgono un ruolo strategico per aumentare la visibilità delle destinazioni, ponendo l'accento sulla sostenibilità. La politica ha un ruolo catalizzatore, attraverso quadri normativi e incentivi, nell'orientare il turismo verso la sostenibilità. Infine, i marchi e le certificazioni sono importanti per garantire la qualità e l'affidabilità delle pratiche turistiche sostenibili. Insieme, questi elementi costituiscono la base di un turismo rinnovato che rispetta sia l'ambiente che le culture locali, offrendo al contempo esperienze arricchenti ai viaggiatori.

LE SFIDE CHE SI PONGONO ALL'EMERGERE DI QUESTE NUOVE FORME DI TURISMO

Resistenza al cambiamento

La strada per l'adozione di un turismo equo e responsabile è costellata di ostacoli significativi, che rappresentano una sfida importante per l'attuazione di queste nuove forme di turismo. Questa resistenza, spesso radicata in vincoli culturali ed economici, costituisce un freno considerevole alla necessaria evoluzione del settore turistico.

Ostacoli culturali e psicologici :

La resistenza culturale è uno degli ostacoli più difficili da superare. Il turismo, in quanto fenomeno culturale, è profondamente radicato nelle tradizioni e negli stili di vita delle comunità. I cambiamenti suggeriti dal turismo responsabile ed equo possono essere percepiti come una minaccia all'identità culturale o un affronto alle pratiche consolidate. La paura dell'ignoto, la diffidenza verso i nuovi metodi o semplicemente la preferenza per il comfort delle abitudini consolidate possono contribuire a una resistenza ostinata al cambiamento. Questa resistenza culturale è esacerbata quando il turismo è un pilastro dell'economia locale, creando una riluttanza a modificare una formula che sembra aver funzionato fino ad ora.

Sfide economiche e strutturali :

In termini economici, la resistenza al cambiamento è spesso alimentata dalla preoccupazione per i rischi percepiti. Gli investimenti necessari per adottare pratiche sostenibili, il timore di perdere quote di mercato o di veder diminuire i ricavi nel breve periodo sono tutte considerazioni economiche che possono rallentare l'adozione di nuove pratiche. Inoltre, la struttura stessa dell'industria turistica, spesso dominata da interessi potenti e da attori abituati a un certo *statu quo*, può opporsi a cambiamenti che sembrano minacciare il loro modello di business consolidato.

La mancanza di incentivi immediati all'adozione di pratiche responsabili e la difficoltà di visualizzare e quantificare i benefici a lungo termine di queste pratiche sono ulteriori ostacoli. I fornitori di servizi turistici possono essere riluttanti a investire in iniziative sostenibili se i ritorni sugli investimenti non sono chiari o se la domanda dei consumatori per tali pratiche non è sufficientemente forte.

↳ In breve, la sfida della resistenza al cambiamento nel turismo è profonda e complessa e coinvolge una moltitudine di fattori culturali, psicologici, economici e strutturali. Ognuno di questi fattori rafforza l'altro, creando una rete di barriere che possono sembrare insormontabili. Tuttavia, riconoscere e comprendere queste sfide è il primo passo fondamentale per sviluppare strategie efficaci e avviare il settore turistico verso una trasformazione sostenibile e inclusiva.

Sostenibilità VS redditività

La tensione tra sostenibilità e redditività rappresenta una sfida importante nel passaggio a forme di turismo più responsabili. Se da un lato la necessità di pratiche sostenibili diventa sempre più urgente di fronte alle crisi ambientali e sociali, dall'altro gli imperativi economici continuano a esercitare una forte influenza sulle decisioni degli operatori turistici.

Analisi delle tensioni tra pratiche sostenibili e imperativi economici

Coûts initiaux et perceptions de la rentabilité :

Le pratiche sostenibili, come l'implementazione di sistemi di energia rinnovabile, la costruzione di infrastrutture sostenibili o l'adozione di procedure di gestione dei rifiuti rispettose dell'ambiente, possono richiedere investimenti iniziali significativi.⁶⁹ Questi costi possono costituire un deterrente per le imprese turistiche, soprattutto se non c'è una chiara percezione della redditività a breve termine. Inoltre, in un settore competitivo, il timore di perdere clienti o quote di mercato aumentando i prezzi per incorporare i costi sostenibili può rafforzare la resistenza ad adottare tali pratiche.

La sfida di quantificare i benefici a lungo termine :

I benefici a lungo termine della sostenibilità, come la conservazione delle risorse naturali, la stabilità sociale e il miglioramento dell'immagine del marchio, sono spesso difficili da quantificare e integrare nei modelli di business tradizionali. Questo può portare a una sottovalutazione del valore reale delle pratiche sostenibili e al mancato riconoscimento dei costi nascosti o differiti del turismo non sostenibile, come il degrado ambientale o gli impatti negativi sulle comunità locali.

⁶⁹ « Gli studi quantitativi sul turismo durevole: un'analisi dei principali lavori di ricerca » di Mbaye Fall Diallo affronta questo tema / Management & Avenir 2014/ <https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2014-3-page-204.htm>

➤ Esempi di modelli aziendali sostenibili di successo :

Nonostante queste sfide, esistono esempi di modelli di business nel turismo che sono riusciti a conciliare sostenibilità e redditività, dimostrando che è possibile trovare un equilibrio tra questi due imperativi.

- **Eco-lodges e hotel sostenibili** : le strutture di tutto il mondo hanno adottato pratiche sostenibili pur rimanendo economicamente redditizie. Utilizzano energie rinnovabili, materiali da costruzione ecologici, sistemi efficienti di gestione dell'acqua e dei rifiuti e si impegnano in pratiche di acquisto responsabili. Questi eco-lodge e hotel sostenibili non solo riducono la loro impronta ambientale, ma attirano anche una clientela disposta a pagare un premio per esperienze ecologiche.
- **Turismo basato sulla comunità** : come già detto, il coinvolgimento degli stakeholder locali può essere un modo per offrire esperienze turistiche nuove e arricchenti, sostenendo al contempo lo sviluppo economico locale e la conservazione di una regione.
- **Certificazione e marketing** : la certificazione delle pratiche sostenibili e una strategia di marketing mirata possono migliorare la reputazione e l'attrattiva delle imprese turistiche, portando a una base di clienti più ampia e fedele. I marchi di sostenibilità riconosciuti possono quindi diventare un vantaggio competitivo, consentendo alle aziende di distinguersi e di giustificare prezzi potenzialmente più elevati grazie al valore aggiunto percepito.

↳ La tensione tra sostenibilità e redditività nel turismo è una sfida complessa che richiede una riflessione e un'innovazione continue. Sebbene gli ostacoli siano reali, le storie di successo dimostrano che, grazie a strategie creative e all'impegno verso valori sostenibili, è possibile creare modelli di business a vantaggio dell'industria turistica, dell'ambiente e delle società. Questi modelli aziendali sostenibili di successo sono la prova che la sostenibilità non è solo necessaria per il futuro del turismo, ma può anche essere una fonte di differenziazione e di crescita economica in un settore in rapida evoluzione.

Gestione delle risorse e impatto ambientale

Il turismo, in quanto industria globale, ha un impatto significativo sull'ambiente, sollevando questioni critiche legate alla gestione delle risorse naturali e alla riduzione dell'impatto ambientale. La transizione verso pratiche sostenibili in questo contesto rappresenta una sfida fondamentale per le nuove forme di turismo.

Le sfide della gestione sostenibile delle risorse naturali⁷⁰ :

La gestione delle risorse naturali è al centro delle preoccupazioni ambientali legate al turismo. Le destinazioni turistiche spesso si affidano alla loro bellezza naturale, alla biodiversità e agli ecosistemi unici per attirare i visitatori. Tuttavia, senza una gestione adeguata, il turismo può portare a uno sfruttamento eccessivo delle risorse, al degrado degli habitat, all'inquinamento e alla perdita di biodiversità.

⁷⁰ <https://climate.selectra.com/fr/comprendre/tourisme-durable>

Sovrasfruttamento delle risorse : e attività turistiche possono esercitare una pressione eccessiva sull'acqua, sull'energia e su altre risorse naturali, in particolare nelle aree in cui queste risorse sono limitate. L'uso eccessivo può portare a carenze e compromettere la capacità di rigenerazione degli ecosistemi.

Deterioramento degli ecosistemi : pratiche non sostenibili come costruzioni non regolamentate, sovraffollamento e attività turistiche inappropriate possono danneggiare i paesaggi naturali, disturbare la fauna selvatica e ridurre la qualità degli habitat.

Inquinamento : il turismo genera una serie di rifiuti e inquinamento, tra cui rifiuti di plastica, acque reflue ed emissioni di gas serra, contribuendo all'inquinamento di terra, acqua e aria.

« Le risorse sono strumenti di potere ».

« Non esistono più beni gratuiti. Esistono solo beni 'politici' nella misura in cui rispondono a beni collettivi, tanto più che i bisogni non sono esogeni ma endogeni ai sistemi tecnici ed economici »
Claude Raffestin, *Pour une géographie du pouvoir* (1980).

Misure per ridurre l'impatto ambientale

Per ridurre l'impatto ambientale del turismo e promuovere una gestione sostenibile delle risorse, è possibile attuare una serie di misure che coprono vari aspetti come la regolamentazione, il consumo sostenibile, gli investimenti in tecnologie verdi, la certificazione e l'educazione.

- **Pianificazione e regolamentazione** : politiche di pianificazione e regolamenti rigorosi sono essenziali per controllare l'espansione del turismo e garantire che le attività siano svolte in modo sostenibile. Ciò può includere limiti al numero di visitatori, requisiti di edilizia sostenibile e aree protette.
- **Pratiche di consumo sostenibile** : è fondamentale incoraggiare pratiche di consumo sostenibile tra i turisti e i fornitori di servizi. Ciò include la riduzione del consumo di acqua ed energia, la scelta di opzioni di trasporto meno inquinanti e la minimizzazione dei rifiuti attraverso il riciclo e il riutilizzo.
- **Investimenti in tecnologie verdi** : L'adozione di tecnologie verdi come l'energia rinnovabile, i sistemi di gestione dell'acqua e le soluzioni di trasporto sostenibili possono ridurre in modo significativo l'impronta ambientale delle operazioni turistiche.⁷¹
- **Certificazioni e marchi ecologici** : le certificazioni e i marchi ecologici possono aiutare a guidare i consumatori verso scelte più sostenibili e a incoraggiare le imprese ad adottare pratiche rispettose dell'ambiente. Questi sistemi offrono anche un modo per riconoscere e premiare gli sforzi di sostenibilità.⁷²
- **Educazione e sensibilizzazione** : è fondamentale sensibilizzare i turisti e le comunità locali sull'impatto ambientale del turismo e su come ridurlo. Programmi educativi, campagne di sensibilizzazione e informazioni accessibili possono incoraggiare comportamenti più rispettosi dell'ambiente.

⁷¹ Il settore turistico genera numerose pressioni sull'ambiente, sia attraverso il trasporto dei turisti, sia attraverso il cibo, l'alloggio o le attività di svago. Allo stesso tempo, è un settore molto esposto ai cambiamenti climatici, con l'innalzamento del livello del mare, le inondazioni, l'erosione della biodiversità ecc. La mobilità rappresenta il ¼ delle emissioni di gas serra nel settore turistico. Il 68% dell'impronta di carbonio della mobilità è legato ai viaggi da e verso le destinazioni, il 41% dei quali è legato ai viaggi aerei.

⁷²Turismo sostenibile : un approccio eco-responsabile per il settore turistico <https://greendeed.fr/le-tourisme-durable-une-demarche-ecoresponsable-pour-le-secteur-du-tourisme/>

↳ La gestione delle risorse e la riduzione dell'impatto ambientale sono questioni cruciali per il turismo nell'attuale crisi ecologica. Affinché le nuove forme di turismo si sviluppino in modo sostenibile, è essenziale affrontare queste sfide con strategie innovative, l'impegno di tutte le parti interessate e la volontà di attuare cambiamenti significativi. Agendo in modo responsabile e investendo nella sostenibilità, il turismo può non solo ridurre al minimo il suo impatto negativo, ma anche contribuire attivamente a preservare l'ambiente per le generazioni future.

SWOT (punti di forza/debolezza/minacce/opportunità)

L'analisi SWOT⁷³ (Strengths/Weaknesses/Threats/Opportunities) fornisce un quadro di riferimento per la valutazione delle nuove forme di turismo, esaminando i punti di forza, le debolezze, le opportunità e le minacce associate alla loro comparsa.

Questa sezione finale elenca e riassume, sulla base delle considerazioni precedenti, i principali fattori che consentono l'emergere di nuove forme di turismo socialmente responsabile ad alto valore sociale.

PUNTI DI FORZA

Crescente consapevolezza ambientale e sociale :

I viaggiatori sono sempre più consapevoli dell'impatto ambientale e sociale dei loro viaggi e cercano esperienze che non siano solo personalmente gratificanti, ma anche benefiche per le comunità locali e l'ambiente.

Innovazione e creatività :

Le nuove forme di turismo incoraggiano l'innovazione, con l'emergere di pratiche, prodotti e servizi unici che attraggono un mercato diversificato e in crescita.

Sostegno e coinvolgimento della comunità :

Queste forme di turismo spesso incoraggiano un maggiore coinvolgimento delle comunità locali, generando benefici economici diretti e valorizzazione culturale.

Potenziale di mercato :

Il turismo responsabile e inclusivo apre nuovi mercati e segmenti per i fornitori di servizi turistici, offrendo significativi fattori di differenziazione competitiva.

PUNTI DI DEBOLEZZA

Manca di consapevolezza e comprensione : Spesso i consumatori e i fornitori non comprendono e non sono consapevoli di cosa significhi realmente turismo responsabile e di come abbracciarlo.

Costi e accessibilità : Le pratiche sostenibili possono talvolta essere più costose, rendendo le offerte meno competitive rispetto al turismo convenzionale, soprattutto per i consumatori sensibili al prezzo.

Frammentazione e mancanza di coerenza : La proliferazione di etichette e certificazioni può creare confusione e mancanza di coerenza nel significato di turismo responsabile e solidale.

Resistenza al cambiamento : Le strutture consolidate e le abitudini dei consumatori e delle imprese possono essere resistenti al cambiamento, rallentando l'adozione di nuove pratiche.

⁷³ Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats

OPPORTUNITÀ

Crescente domanda di esperienze autentiche : I consumatori sono sempre più alla ricerca di esperienze autentiche e significative, offrendo un'opportunità per un turismo che valorizzi lo scambio e la conservazione culturale.

Innovazioni tecnologiche : I progressi tecnologici offrono nuovi modi per ridurre l'impatto ambientale, migliorare la gestione delle risorse e comunicare pratiche sostenibili.

Sostegno politico e normativo : Sempre più governi e organizzazioni internazionali riconoscono e sostengono il turismo sostenibile come via per lo sviluppo economico e la conservazione.

Partenariati e collaborazione : La collaborazione tra le varie parti interessate può portare a una più ampia adozione di pratiche turistiche responsabili e inclusive e a una maggiore innovazione.

LE MINACCE

Concorrenza del turismo di massa : Il turismo di massa, con le sue offerte spesso più economiche e commercializzate, continua a dominare il mercato, rendendo difficile la concorrenza di forme di turismo più sostenibili.

Crisi economiche e politiche : Le crisi economiche o politiche possono distogliere l'attenzione e le risorse dalle iniziative sostenibili, in quanto le parti interessate si concentrano su esigenze o emergenze a breve termine.

Rapidi cambiamenti ambientali : Minacce come il cambiamento climatico, la perdita di biodiversità e l'inquinamento possono compromettere le destinazioni turistiche e gli sforzi di sostenibilità.

Greenwashing e cinismo : Il greenwashing da parte di alcuni attori può minare la fiducia dei consumatori nel turismo responsabile ed equo, mentre lo scetticismo generale può ridurre la domanda di tali offerte.

↳ *L'analisi SWOT rivela che, nonostante le sfide significative, esistono notevoli punti di forza e opportunità emergenti per le nuove forme di turismo. Per massimizzare il loro potenziale, è necessario un approccio coordinato che coinvolga l'educazione, l'innovazione, la collaborazione e una forte regolamentazione. Affrontando i punti di debolezza e proteggendo le minacce, il turismo può evolvere in un'industria non solo più sostenibile ed equa, ma anche economicamente redditizia e culturalmente gratificante.*

CONCLUSIONE

Nel cuore dell'industria globale dei viaggi, stiamo assistendo a un significativo spostamento dal turismo consumistico a un approccio più integrato, responsabile e solidale. Questa trasformazione non è solo una risposta alle crescenti critiche sull'impatto ambientale e sociale del turismo di massa, ma anche un riconoscimento della crescente importanza della sostenibilità e della solidarietà in tutti gli aspetti della vita moderna.

Il turismo consumistico, caratterizzato da un'incessante ricerca della novità e dell'abbondanza, ha favorito a lungo una cultura dell'eccesso, spesso a scapito delle risorse naturali, della dignità culturale e del benessere sociale delle comunità locali. In risposta, il turismo integrato e responsabile sta emergendo come un modello più etico, che cerca di bilanciare i bisogni e i desideri dei viaggiatori con la salvaguardia dell'ambiente e il miglioramento della qualità della vita delle popolazioni locali.

Questo modello si basa su principi di sostenibilità, equità, rispetto e solidarietà. Mira non solo a ridurre al minimo gli impatti negativi sull'ambiente e sulle società, ma anche a massimizzare i contributi positivi, promuovendo una distribuzione più equa dei benefici del turismo e coinvolgendo attivamente gli stakeholder locali nelle decisioni e nei benefici del settore.

Le aziende e le destinazioni adottano strategie che favoriscono il rafforzamento e lo sviluppo delle comunità locali, tra cui l'occupazione, la formazione e le iniziative di condivisione dei ricavi. Utilizzano tecnologie innovative per gestire le risorse in modo più efficiente e inclusivo e attuano strategie di marketing per attrarre viaggiatori consapevoli del loro impatto e desiderosi di far parte di questa dinamica di solidarietà.

I marchi e le certificazioni di turismo responsabile includono ora criteri relativi alla giustizia sociale e all'economia solidale, fornendo una garanzia di qualità e guidando i consumatori verso scelte che sostengono pratiche etiche. Allo stesso tempo, le politiche e le normative si stanno evolvendo per sostenere non solo il turismo sostenibile, ma anche le iniziative di turismo equo e solidale, incoraggiando modelli di business che beneficiano equamente tutte le parti interessate.

La dimensione solidale del turismo responsabile e integrato implica una responsabilità condivisa tra viaggiatori, fornitori di servizi, stakeholder locali e governi. Tutti hanno un ruolo da svolgere nella costruzione di un settore più equo e inclusivo. Ciò richiede un impegno costante all'innovazione, alla collaborazione e alla rivalutazione delle pratiche per garantire che il turismo rimanga una fonte di benefici culturali, ambientali e sociali.

Integrando la solidarietà e il valore sociale come componenti essenziali del turismo responsabile, l'industria del turismo può dare un contributo significativo ai cambiamenti positivi nei modelli di consumo e di viaggio. Questo cambiamento di paradigma non solo offre un percorso verso un turismo più etico e sostenibile, ma apre anche la possibilità di viaggiare in un modo che arricchisce tutti i partecipanti, rafforza le comunità e celebra la diversità culturale e naturale del nostro mondo. È una visione che richiede impegno e innovazione, ma i vantaggi per gli individui, le società e il pianeta sono notevoli.

Per quanto riguarda più specificamente il progetto Alcotra SENS'ACTION, i partner si stanno ponendo come precursori, grazie a una serie di iniziative e strategie volte ad affermare un turismo ad alto valore sociale. Adottando un approccio olistico, stanno abbracciando una visione del turismo che va oltre la semplice conservazione dell'ambiente per includere dimensioni economiche e sociali profondamente radicate nel tessuto locale.

L'attuazione dei principi dell'economia circolare e le iniziative di riciclo (attraverso l'uso di risorse rinnovabili, ad esempio), unite alla valorizzazione dell'ambiente locale, sottolineano l'impegno dei partner verso un turismo che protegge le risorse naturali e promuove i valori umani. A questo proposito, l'ESAT de la Ferme de Chosal (struttura medico-sociale e partner del progetto) è un esempio notevole di impegno e inclusione sociale nel contesto della sua offerta culturale e turistica.

In breve, attraverso il loro impegno per un turismo responsabile e inclusivo, i partner del progetto Alcotra SENS'ACTION stanno dimostrando che è possibile conciliare lo sviluppo turistico con il rispetto degli ecosistemi sociali e ambientali. Il loro approccio è pienamente in linea con la tendenza attuale e futura verso un turismo più consapevole ed equo.

ANALISI DEI BISOGNI SPECIFICI DELLE DIFFERENTI TIPOLOGIE DI UTENTI

A cura di Stefano Camanni e Ivana Grimod

Arnica Progettazione Ambientale sc

PREMESSA

Per costruire un'offerta turistica mirata e di qualità occorre conoscere le esigenze e le aspettative dei vari target di pubblico potenzialmente interessati alla rete transfrontaliera dei percorsi. A tale scopo è stata effettuata un'analisi dei bisogni strutturata secondo i seguenti punti:

- individuazione di associazioni e di categorie di fruitori potenzialmente interessate a visitare la rete dei percorsi di barefooting;
- elaborazione di un questionario mirato a individuare i bisogni specifici per le varie tipologie di utenza;
- invio del questionario e organizzazione di incontri con i responsabili per illustrare il progetto e identificare le loro aspettative e i loro bisogni;
- analisi dei dati raccolti;
- selezione degli elementi da inserire nelle proposte turistiche;
- elaborazione di un decalogo per l'accoglienza delle singole tipologie di utenza.

INDIVIDUAZIONE DI ASSOCIAZIONI E DI CATEGORIE DI FRUITORI POTENZIALMENTE INTERESSATE A VISITARE LA RETE DEI PERCORSI DI BAREFOOTING A CUI FAR RIFERIMENTO PER L'ANALISI DEI BISOGNI

Per l'individuazione delle varie categorie oggetto di analisi, è stata esaminata la composizione del pubblico che dall'apertura dei sentieri di barefooting a oggi ha frequentato la rete dei percorsi; questo primo elenco è stato completato andando a ipotizzare le varie attività sviluppabili intorno ai percorsi e identificando di conseguenza altre categorie di fruitori potenzialmente interessati.

L'analisi ha coinvolto i seguenti target:

- ✓ Insegnanti (Scuola infanzia, Scuola primaria, Scuola secondario di primo e secondo grado);
- ✓ Guide (Guide escursionistiche naturalistiche, Guide turistiche, Guide mountain bike, Guide nordic walking);
- ✓ Associazioni che organizzano attività per il tempo libero per ragazzi e adulti (CAI, Scout, ecc.);
- ✓ Associazioni per persone con disabilità (non vedenti e ipovedenti, sordi, persone con ritardo cognitivo, persone con disabilità motoria, ragazzi in cura oncologica);
- ✓ Associazioni e cooperative Terza Età;
- ✓ Tour operator.

ELABORAZIONE DI UN QUESTIONARIO MIRATO A INDIVIDUARE I BISOGNI SPECIFICI DELLE VARIE TIPOLOGIE DI UTENZA

Al fine di raccogliere i bisogni e le esigenze dei potenziali visitatori, è stato realizzato un questionario in grado di comprendere tutti gli elementi utili all'analisi ma che si presenti nel contempo semplice e abbastanza contenuto per incoraggiare le persone a compilarlo.

Il questionario è stato strutturato per la raccolta dei seguenti dati:

- ✓ Dati informativi sull'associazione/categoria
- ✓ Numeri ed età dei partecipanti
- ✓ Tipologia di trasporti per recarsi in loco
- ✓ Periodi e orari preferiti per le visite
- ✓ Esigenze particolari
- ✓ Budget a disposizione
- ✓ Necessità relative al ristoro e al pernottamento
- ✓ Abbinamento della visita ad altre proposte

Si riporta qui di seguito il questionario proposto:



France - Italia ALCOTRA

SENSACTION

Accoglienza, percorsi esperienziali e cooperazione

Accoglienza, percorsi esperienziali e cooperazione

PROGETTO SENS'ACTION
 Bisogni specifici alla preparazione della visita ai percorsi di hardfoting della rete 5 enclavesiam

Stato realtà Motivo referente e contatti (mail e tel) Tipologia utenza Fascia di età Composizione numerica del gruppo Numero accompagnatori Tipologia di trasporto in possesso Tipologia di trasporto necessaria Periodo migliore per la visita Giorni preferibili della settimana Durata preferibile dell'attività Orari preferibili Esigenze particolari Budget a disposizione per la giornata Melioro l'esperienza sia di guidamento, quante volte si prevede di tornare nell'anno o con quante persone Necessità di abbinare la visita con altre attività all'interno o nei pressi dell'area	
---	--





France - Italia ALCOTRA

SENSACTION

Accoglienza, percorsi esperienziali e cooperazione

Accoglienza, percorsi esperienziali e cooperazione

Se sì, abbinamento di tipo culturale, naturalistico, ludico, enogastronomico, ecc. Necessità di punto di ristoro Se la visita è di più giorni Budget a disposizione Allergie o problemi particolari Per le associazioni basate sul volontariato, se vi è disponibilità a collaborare per aumentare le possibilità di fruizione per pubblico appartenente a fasce deboli	Ristorante Bar Distributore caffè, bevande, snack Area picnic con fontanella (uso gratuito) n. giorni Pernotamento in ostello Pernotamento in agriturismo Pernotamento in albergo Pernotamento nell'area o nelle vicinanze Pernotamento in città
--	---



INVIO DEL QUESTIONARIO E ORGANIZZAZIONE DI INCONTRI CON I RESPONSABILI PER ILLUSTRARE IL PROGETTO E IDENTIFICARE LE LORO ASPETTATIVE E I LORO BISOGNI

In riferimento alle categorie individuate, sono state selezionate nell'ambito del territorio transfrontaliero circa cento realtà alle quali è stato inviato via mail il questionario. Per facilitare la compilazione dello stesso e per far conoscere la rete dei percorsi, sono stati allegati i relativi dépliant e un filmato di presentazione.

In totale sono stati inviati 102 questionari così ripartiti nelle varie tipologie di utenza considerate

Tipologia di utenza	n. questionari inviati
<i>Associazioni per persone con disabilità</i>	23
<i>Associazioni e cooperative Terza Età</i>	10
<i>Insegnanti</i>	12
<i>Guide</i>	24
Tour operator	18
<i>Associazioni varie per il tempo libero</i>	15

In alcuni casi i questionari sono stati riconsegnati compilati nel giro di qualche giorno, in altri casi si è provveduto a un contatto diretto, organizzando un incontro con i responsabili per una compilazione congiunta, in altri casi ancora le associazioni/enti/professionisti non hanno risposto all'invito di collaborazione. Dei questionari inviati ne sono stati raccolti circa la metà di cui si è proceduto a un'analisi dei dati.

ANALISI DEI DATI RACCOLTI

L'analisi dei dati raccolti ha permesso di individuare dei bisogni generali, validi per tutte le categorie, e dei bisogni specifici.

I bisogni individuati nei questionari sono relativi ai soggetti potenzialmente interessati alla visita e non necessariamente agli interlocutori a cui è stato inviato il questionario (rappresentante dell'associazione, guida, ecc.). Per semplificare l'analisi e per rendere i dati significativi, sono state individuate quattro macro categorie di fruitori:

1. Persone con esigenze particolari
2. Anziani attivi
3. Famiglie
4. Scuole

(d) Bisogni generali

Analizzando i dati raccolti, abbiamo rilevato una serie di necessità che sono state evidenziate dalla maggioranza delle categorie potenzialmente interessate alla visita dei percorsi e che vengono di seguito riportate in forma sintetica:

- ✓ Possibilità di accedere anche con trasporto pubblico
- ✓ Pulizia dei locali di accoglienza e dei bagni in particolare
- ✓ Qualità dell'offerta
- ✓ Abbinamento della visita ai sentieri di barefooting con altre attività di tipo storico-naturalistico per l'organizzazione dell'intera giornata
- ✓ Gruppi di massimo 15-20 persone
- ✓ Informazioni sui ristoranti della zona (avere a disposizione prezzi concordati, elenco dei ristoranti dove si pone attenzione a esigenze particolari: piatti vegetariani, vegani e senza glutine)
- ✓ Informazioni su dove trovare in loco prodotti di enogastronomia

(e) Bisogni "Persone con esigenze particolari"

Per "persone con esigenze particolari" intendiamo le persone con disabilità sensoriali (non vedenti, ipovedenti, non udenti), con disabilità cognitiva e con disabilità fisica ma anche le persone con disabilità temporanea, ad esempio quelle che hanno un arto rotto o che camminano con un bastone, o ancora quelle caratterizzate da problematiche diverse legate al loro stato di salute. In questa categoria sono state incluse anche le persone obese, le mamme con i passeggini e le donne incinta oltre agli anziani non autosufficienti.

L'Unità del Turismo e degli Affari Culturali della Commissione europea indica che il numero di viaggiatori con bisogni speciali aumenterebbe del 24% con l'attuazione di pochi miglioramenti di

base del livello di servizi e strutture. Questo numero potrebbe aumentare fino al 45% se venissero offerti una migliore informazione e servizi specifici ai viaggiatori con particolari esigenze che sono soliti muoversi accompagnati, generando un ulteriore effetto moltiplicatore.

Di seguito si elencano i bisogni emersi dai questionari analizzati:

- ✓ Accessibilità all'area e ai servizi
- ✓ Attività strutturata per piccoli gruppi per favorire il contatto fra le persone
- ✓ Guide preparate all'accoglienza di persone con disabilità
- ✓ Importanza del pranzo come momento conviviale
- ✓ Durata dell'attività che si adatti all'esigenza del gruppo
- ✓ Abbinamento della visita ai sentieri di barefooting con altre attività in loco
- ✓ Semplicità del linguaggio utilizzato e delle attività da proporre
- ✓ Per le persone non vedenti: avere a disposizione materiale da toccare e da odorare e una mappa tattile del percorso
- ✓ Per le persone sorde: guida per il linguaggio dei segni

(f) Bisogni "Anziani attivi"

L'invecchiamento attivo è stato definito dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) nel 2002 come "il processo di ottimizzazione delle opportunità di salute, partecipazione e sicurezza per migliorare la qualità della vita delle persone che invecchiano". Numerosi studi fanno emergere un legame positivo tra l'invecchiare in maniera attiva e i benefici sulla salute fisica e sulla sfera psicologica. Invecchiamento attivo significa essere attivi in uno o più ambiti della sfera sociale o di quella personale (attività del tempo libero come viaggi, giardinaggio, musica, ecc.) scegliendo liberamente le attività nelle quali immergersi a seconda delle proprie aspirazioni e motivazioni.

Il mercato delle vacanze dedicate alla Terza Età è considerato tra i più interessanti e in continua ascesa, ma sono ancora pochi i prodotti di buona qualità offerti a questa tipologia di utenza che spesso viene considerata una scelta di ripiego per riempire i periodi di bassa stagione. Non essendo un target privilegiato, le proposte sul mercato sono poco attente agli effettivi bisogni di questa categoria. Nella società di oggi le persone sono molto più longeve e il momento della vecchiaia è stato spostato più in avanti negli anni. Occorre dunque rivedere il concetto di invecchiamento e

considerare la terza età come l'età in cui si può disporre di maggior tempo libero e, di conseguenza, dedicarsi alle proprie passioni, agli hobby e ai viaggi.

Gli anziani di oggi non vogliono essere considerati persone non attive, non possono e non devono essere incasellati in un gruppo unico, essi amano riconoscersi individualmente e dunque desiderano proposte e servizi personalizzati. Gli anziani attivi considerano la vacanza come un modo per arricchirsi da un punto di vista culturale, per conoscere situazioni e persone diverse, per poter svolgere passeggiate all'aria aperta e attività sportive alla loro portata. Essi cercano svago, una compagnia piacevole (viaggi di gruppo con coetanei), parchi naturali da visitare, itinerari culturali non stressanti e poco affollati con una guida attenta alle loro esigenze e ai loro tempi, strutture efficienti e sicure.

Di seguito si elencano i bisogni emersi dai questionari analizzati:

- ✓ Attività strutturate per piccoli gruppi per favorire il contatto fra le persone (per questa utenza è molto importante condividere e stare in compagnia)
- ✓ Occorre trovare delle sedute lungo il percorso o punti di sosta
- ✓ Attività strutturate in modo equilibrato per non stancare troppo
- ✓ Evidenziare i benefici del barefooting
- ✓ Tranquillizzare sulla camminata a piedi nudi
- ✓ Necessità di un benvenuto specifico
- ✓ Importanza del pranzo come momento conviviale

(g) Bisogni "Famiglie"

Prima di introdurre i bisogni di questa categoria occorre riflettere sulle molteplici tipologie di famiglia che esistono e che, in futuro, potranno ancora evolvere: le famiglie con bambini 0-6 anni, 6-12 anni o adolescenti, due adulti e i bambini, un adulto e i bambini, i nonni con i loro nipoti, le "tribù" composte da famiglie miste che portano con sé anche qualche cugino o amico. Ognuna di queste tipologie sarà caratterizzata da alcune specificità di cui tenere conto ma soprattutto ci saranno esigenze comuni a cui è possibile soddisfare.

Il mercato europeo del turismo per famiglie è destinato a crescere del 25% nei prossimi anni (dati Global Data), secondo uno studio realizzato nel 2023 da Family Travel Association sono in netto

aumento i viaggi “multigenerazionali”, vacanze con presenza di genitori, figli e nonni. Specialmente dopo la pandemia, la vacanza è diventata un “momento” per stare insieme e per rinforzare i legami familiari, in particolare per i nonni è un modo per trascorrere tempo di qualità con i nipoti.

Di seguito si elencano i bisogni emersi dai questionari analizzati:

- ✓ Necessità di fasciatoio nei bagni e di avere a disposizione un’area picnic con possibilità di un luogo idoneo alla “nanna relax”
- ✓ Proposte concentrate nei Weekend e nei periodi di vacanza
- ✓ Per il pranzo, preferenza per un’area picnic o un bar
- ✓ Sicurezza del percorso
- ✓ Attività con contenuti divertenti e sensoriali (piacere immediato, risate, tranquillità)
- ✓ Durante le attività utilizzo di strumenti semplici senza rischio di rottura
- ✓ Abbinamento della visita dei sentieri di barefooting con altre attività di tipo ludico
- ✓ Le attività proposte devono essere utili anche a rafforzare il legame familiare

(h) Bisogni “Scuole”

Il turismo scolastico muove grandi numeri ed è costituito da varie forme quali viaggi di istruzione, visite guidate, vacanze-studio, campi estivi; si tratta di iniziative educative, scolastiche o extrascolastiche, orientate a forme di turismo educativo.

La pandemia ha determinato il blocco dei viaggi d’istruzione e delle uscite didattiche con il conseguente annullamento del 93% delle gite già prenotate per l’anno scolastico 2019/20. Tale turismo è ora in netta ripresa.

In Italia durante l’anno scolastico 2022/23, quasi il 100% dei docenti ha organizzato almeno un viaggio o un’uscita didattica, in netto aumento rispetto all’anno scolastico precedente e superiore al periodo pre-covid. In particolare, si è osservata un incremento nella pianificazione di viaggi di più giorni, in special modo per le scuole primarie: nel 2022/23, il 30% dei docenti delle primarie ha effettuato viaggi con almeno un pernottamento, rispetto all’8% del 2019/20 (dati tratti da Orizzontescuola.it).

In Francia, se consideriamo il periodo di registrazione che va dal 1° gennaio al 30 aprile 2023, per i soggiorni che si svolgono nell'arco dell'anno solare 2023, notiamo una netta ripresa, anche se i valori non raggiungono ancora quelli del periodo pre-Covid. Notiamo un calo del -34% sui soggiorni organizzati per le scuole medie e superiori rispetto al 2019 (nel 2022 questo dato era del -75%), e solo del -10% sui soggiorni di scoperta organizzati per le scuole materne e primarie (dati UNOSEL).

Di seguito si elencano i bisogni emersi dai questionari analizzati:

- ✓ Fornire un legame tra le attività proposte sulla rete dei percorsi con i programmi scolastici e le competenze da sviluppare
- ✓ Attività sensoriali e ludiche
- ✓ Attività per favorire la coesione e la collaborazione del gruppo
- ✓ Prezzi contenuti
- ✓ Necessità di accedere ai siti con trasporti pubblici
- ✓ Area riparata per il pranzo
- ✓ Attività alternativa in caso di pioggia
- ✓ Organizzazione di una giornata intera anche con altra attività di formazione tematica
- ✓ Imparare al di fuori delle aule scolastiche

DECALOGO PER L'ACCOGLIENZA DELLE SINGOLE TIPOLOGIE DI UTENZA

Il 24 marzo 2024 è stata organizzata, nell'ambito del progetto Sens' Action, una giornata di formazione transfrontaliera per gli operatori presso Cascina Brero (Parco La Mandria) dedicata all'accoglienza del pubblico presso la rete dei sentieri di barefooting. I 25 partecipanti, durante la seconda fase della formazione, sono stati divisi in 4 gruppi, hanno prima analizzato i bisogni specifici desunti dai questionari e successivamente hanno redatto un decalogo per l'accoglienza delle seguenti tipologie di Utenza: persone con esigenze particolari, anziani attivi, famiglie e scuole.

Di seguito si riportano i decaloghi elaborati nell'attività di formazione.

Decalogo accoglienza “Persone con esigenze particolari”

1. Sorridere, utilizzare un linguaggio semplice
2. Non giudicare ma valorizzare la diversità di ciascuno
3. Cercare di sviluppare la propria sensibilità andando incontro e anticipando i bisogni dell'altro
4. Fornire indicazioni semplici, in caso di informazioni su carta/mappa evidenziare ciò che si vuol mettere in evidenza con l'uso di colori e simboli chiari
5. Predisporre dei box video sul percorso per le persone sorde e per le persone con disabilità motoria che non possono accedere a tutte le postazioni
6. Predisporre pannelli con scritte in braille e con disegni in rilievo
7. Predisporre una mappa semplificata del percorso
8. Per le attività occorre avere a disposizione materiali da toccare e da odorare
9. Adattare il tempo del percorso e delle attività allo stato psicofisico delle persone
10. Posizionare alcune zone di sosta che permettono di riposare e nello stesso tempo di “stare insieme”

Decalogo accoglienza “Anziani Attivi”

1. Creare un primo momento di aggregazione e di conoscenza con un'attività ludica e di socializzazione
2. Ricordare agli utenti di prendersi il proprio tempo per svolgere il percorso, che va fatto con calma e serenità, sia se svolto in autonomia che all'interno di un'attività guidata
3. Precisare che in caso di bisogno, in più punti sarà possibile utilizzare un percorso alternativo più breve che riporterà alla partenza
4. Posizionare delle sedute lungo il percorso (sedute di diverse altezze per i diversi target)
5. Evidenziare nelle proposte i benefici del barefooting (fisici, psicologici, sociali)
6. Per affrontare con maggior tranquillità e sicurezza le varie postazioni del percorso, consigliare l'uso di bastoncini
7. Pensare a un benvenuto specifico
8. Per tranquillizzare sulla camminata a piedi nudi fornire una spiegazione dettagliata del percorso

9. In caso di persone titubanti, consigliare di portare con sé delle ciabattine da utilizzare nei tratti meno agevoli
10. Ricordare che è sempre possibile fare il percorso con le scarpe

Decalogo accoglienza “ Famiglie”

1. Abbinare la proposta con altre attività ludiche
2. Predisporre la presenza di fasciatoio nei bagni
3. Predisporre un’area picnic con ombra e prato e con giochi sensoriali affinché la famiglia possa trascorrere un ‘intera giornata
4. Ideare visite guidate con laboratori tematici sensoriali inclusivi per tutta la famiglia
5. Legare tra di loro le varie realtà del territorio con pacchetti famiglia (coupon, “gioco con timbri”, ecc.)
6. Predisporre una mappa dedicata e una segnaletica specifica per bambini
7. Ideare e realizzare kit didattici
8. Accogliere in maniera attenta e divertente i bambini e le loro famiglie
9. Predisporre e posizionare alla fine del percorso una cassetta per i suggerimenti, per avere un feedback anche da parte dei più piccoli
10. Proporre ai bambini, con l’aiuto dei genitori, di realizzare un “ricordo dell’esperienza” da portare a casa (lavoretti con elementi naturali)

Decalogo accoglienza “Scuole”

1. Preparare schede pedagogiche prima e dopo l’attività
2. Predisporre Kit didattici
3. Ideare attività per piccoli gruppi
4. Potenziare gli aspetti sensoriali soprattutto quando ci sono alunni con disabilità
5. Ospitare più classi in contemporanea per dimezzare i costi del trasporto privato (bus) e offrire loro attività per l’intera giornata
6. Elaborare attività alternative in caso di pioggia
7. Invitare i docenti che prenotano l’attività a visitare gratuitamente in anticipo il percorso

8. Lungo il percorso invitare gli alunni e gli insegnanti ad esprimere le loro sensazioni ed emozioni
9. Rendere l'attività lungo il percorso anche un momento di incontro e di confronto
10. Alla fine delle attività occorre che rimanga un ricordo positivo dell'esperienza da portare a casa

ELEMENTI UTILI DA INSERIRE NELLE PROPOSTE TURISTICHE

Dopo aver raccolto i bisogni specifici per le varie categorie di utenza e dopo aver predisposto un decalogo di accoglienza, durante un incontro di formazione con gli operatori, sono emersi elementi utili per la costruzione di proposte turistiche specifiche per i gruppi considerati.

Elementi utili da inserire in una proposta turistica per "Persone con esigenze particolari

Per questa tipologia di utenza è fondamentale fornire tutti i dettagli utili per pianificare al meglio l'esperienza: gamma dei servizi offerti, accessibilità delle strutture e dei percorsi;

In particolare per l'accessibilità ai sentieri è importante fornire le seguenti indicazioni: lunghezza, larghezza, pendenza, punti di riposo, ecc.;

Occorre inoltre una descrizione dettagliata dell'accessibilità alla biglietteria e alle toilette (presenza di sedie/poltrone, scale, ecc.);

Nella proposta occorre indicare la presenza di guide con una preparazione specifica;

Nella proposta è importante la presenza di eventuali attrezzature e servizi (audioguide, brochure adattate o in braille, sedia a rotelle o altri accessori per facilitare la deambulazione, guida in lingua dei segni, ecc.);

Offrire, in caso di necessità, navetta o trasporto specifico;

Fornire un elenco ristoranti consigliati e con specialità enogastronomiche del territorio, se la visita è di più giorni suggerire le strutture di accoglienza accessibili in loco;

Si consiglia di fare una sezione ad hoc, sul proprio Sito, per far conoscere le attività e le proposte per il turismo dedicato alle persone con esigenze particolari;

Un canale privilegiato di comunicazione passa attraverso le numerose associazioni che si occupano di disabilità che possono diffondere i programmi ai propri iscritti.

Se le attività proposte sui sentieri risultano interessanti e stimolanti la questione budget è secondaria.

Per offerte di più giorni è consigliabile una struttura accessibile (albergo o agriturismo) in loco.

Elementi utili da inserire in una proposta turistica per “Anziani attivi”

La proposta deve essere chiara e dettagliata e deve comprendere le caratteristiche e la durata dei viaggi, delle escursioni, del soggiorno e delle varie attività previste;

La proposta, fuori dai periodi di alta stagione, deve comprendere attività particolarmente interessanti, deve essere “animata” ed “enfaticizzata” nella comunicazione;

Le gite, le attività e i trasferimenti devono essere ben calibrati tra loro e intervallati a momenti di riposo;

Nella scelta dei periodi occorre fare attenzione alle stagioni e ai mesi climaticamente idonei;

I mezzi di trasporto e le sistemazioni devono essere gradevoli e adatti;

Se la proposta è articolata su più giorni, è preferibile soggiornare nello stesso albergo, organizzando le escursioni con partenze dalla stessa località;

Occorre evitare escursioni che siano troppo lunghe con partenze troppo presto al mattino e ritorni molto tardi alla sera;

La proposta deve comprendere anche la scoperta delle peculiarità enogastronomiche del luogo;

Occorre prevedere la presenza di personale di riferimento per i vari problemi o necessità che si possono incontrare durante le attività, i trasferimenti e le registrazioni in albergo/agriturismi;

Si consiglia di fare una sezione ad hoc, sul proprio Sito, per far conoscere le attività e le proposte per il turismo dedicato agli anziani attivi;

Un importante canale di comunicazione passa attraverso le numerose associazioni della Terza Età che possono diffondere i programmi ai propri iscritti.

Se le attività proposte sui sentieri risultano interessanti e stimolanti, la questione budget è secondaria per i piccoli gruppi. Per le cooperative occorre invece contenere i costi.

Per offerte di più giorni è consigliabile una struttura ricettiva (albergo o agriturismo) in loco.

Elementi utili da inserire in una proposta turistica per "Famiglie"

Nella proposta occorre fornire informazioni dettagliate (indicazione dei tempi, percorso adatto a tutti, divertente, gestito e sicuro, orari);

Il tempo della vacanza per la famiglia è un momento di incontro tra bambini e adulti: il bambino è il perno per la scelta di luoghi e attività. Nelle proposte vanno dunque evidenziate gli aspetti ludici e divertenti del percorso e delle attività ad esso connesse;

Nelle proposte occorre anche ideare delle offerte specifiche per gli adolescenti;

Anche alle famiglie con bambini è possibile fare delle proposte tematiche originali per osservare la natura in momenti particolari come nelle ore serali e notturne;

Nel predisporre l'offerta dell'attività è necessario porre particolare attenzione agli orari affinché rispettino le esigenze dei bambini;

Le proposte di visita dovranno interessare l'intera la giornata e focalizzarsi nei weekend e nelle vacanze scolastiche;

Fornire indicazioni specifiche sulla presenza in loco di un'area picnic per il pranzo al sacco o di altri punti di ristoro;

Si consiglia di fare una sezione ad hoc, sul proprio Sito, per far conoscere le attività e le proposte per il turismo dedicato alle famiglie.

Per offerte di più giorni è consigliabile una struttura ricettiva (albergo o agriturismo) in loco.

Elementi utili da inserire in una proposta turistica per “Scuole”

La promozione delle proposte didattiche dovrà rispettare i tempi dell’organizzazione scolastica;

Occorre fornire agli insegnanti tutte le indicazioni utili per programmare la visita (orari, tempi e tematiche delle attività, numero di telefono di un operatore in grado di rispondere a eventuali richieste di chiarimenti);

Evidenziare nella proposta i collegamenti possibili tra le attività proposte e il programma scolastico di ciascuna realtà;

Nella proposta occorre indicare la presenza di valide alternative in caso di brutto tempo;

Occorre indicare la possibilità di raggiungere il percorso con mezzi pubblici precisando orari e tempi;

Fornire indicazioni specifiche sulla presenza in loco di un’area picnic per il pranzo al sacco o di altri punti di ristoro;

L’offerta didattica dovrà poter prevedere la giornata intera, abbinando la visita ai percorsi con altri momenti di formazione e di attività specifiche;

Si consiglia di fare una sezione ad hoc, sul proprio Sito, per far conoscere le attività e le proposte per il turismo dedicato alle scuole.

Per offerte di più giorni è consigliabile una struttura ricettiva in loco (ostello).

SINTESI

Lo studio transfrontaliero SENS'ACTION ha dimostrato scientificamente i benefici fisici e psicologici della camminata a piedi nudi sui sentieri sensoriali della rete.

Lo studio relativo alle ricadute positive sul benessere fisico, condotto dal Centro SUISM e dal Dipartimento di Scienze Mediche dell'Università di Torino, ha permesso di valutare l'efficacia di un programma di esercizio fisico a piedi nudi, all'interno di uno dei percorsi di barefooting, su una popolazione di anziani. In particolare, sono state prese in esame le variabili fisiche, psicosociali e di funzionalità generale.

L'attività, che ha coinvolto 42 persone, è stata svolta in gruppi di 12-15 partecipanti con una frequenza bi-settimanale, in giorni non consecutivi, un'ora a seduta, per una durata di 8 settimane nel periodo da maggio ad agosto 2023. Il programma è stato strutturato e condotto da una Chinesiologa, con specifiche competenze nelle attività con le persone anziane, affiancata da due studenti del Corso di laurea magistrale in Scienze dell'Educazione Motoria e delle Attività Adattate dell'Università di Torino. Al termine del programma sono state indagate le variabili per la funzionalità fisica (equilibrio bipodalico/monopodalico, forza arti inferiori, mobility, forza delle mani, fitness cardiorespiratorio e quantità di attività fisica svolta) e i parametri per gli aspetti psicosociali e di funzionalità generale (fragilità multidimensionale, percezione di benessere mentale, ansia e umore negativo, relazioni sociali, qualità di vita). I primi risultati mostrano un miglioramento nella maggior parte dei test motori (ad es. fitness cardiorespiratorio, mobility, equilibrio, ecc) con alti livelli di soddisfazione per l'attività. Le conclusioni sono estremamente incoraggianti e spingono a proseguire le ricerche scientifiche sul ruolo che l'esercizio fisico, condotto a piedi nudi, può avere sulla salute della persona anziana.

Lo studio sui benefici psicologici è stato condotto dal Dipartimento di Psicologia dell'Università degli Studi di Torino e ha coinvolto un campione di 249 adulti a cui è stato sottoposto un questionario self-report nel quale si raccoglievano informazioni socio-demografiche (età, sex bio, città, titolo di studio, conviventi, abitazione, BMI) ed indicazioni relative alla familiarità con la natura (esperienze come Scout, escursioni in natura, campeggio, arrampicata, orienteering, pregressa conoscenza del barefooting).

I risultati dello studio sull'associazione tra connessione con la natura (su un percorso di barefooting) e aumento del sentimento ristorativo di recupero psicologico, sono in linea e rafforzano gli studi

recenti su questo argomento. Le conclusioni indicano esserci effetti positivi sul benessere psicologico come aspetto ristorativo di recupero dallo stress, miglioramento dell'umore, gestione delle emozioni e sul benessere sociale nel rafforzamento delle relazioni tra gli individui.

Lo studio condotto dalla Ferme di Chosal vuole presentare l'analisi e i possibili sviluppi di un approccio più integrato, responsabile e solidale del turismo. Nel cuore dell'industria globale dei viaggi, si assiste a un significativo spostamento da un turismo consumistico a un approccio più responsabile, che crea esperienze più arricchenti per i viaggiatori contribuendo allo sviluppo delle comunità locali visitate. Lo studio analizza le varie iniziative europee volte a favorire il turismo sostenibile ed equo. Esamina inoltre i possibili sviluppi sui versanti francese e italiano andando ad individuare quali sono le pratiche da rafforzare (coinvolgimento e sensibilizzazione degli attori locali, promozione dei trasporti sostenibili e dell'uso di energie rinnovabili nelle strutture ricettive, innovazione e digitalizzazione). Educazione e sensibilizzazione, marketing territoriale e comunicazione, collaborazione tra più partner, una politica più attenta, marchi e certificazioni di qualità costituiscono la base di un turismo rinnovato che rispetta sia l'ambiente che le culture locali.

Lo studio dedica un'interessante sezione all'analisi di alcune realtà che hanno puntato sul turismo equo e solidale. In conclusione lo studio sostiene che i partner del progetto Alcotra SENS'ACTION si stanno ponendo come precursori, grazie a una serie di iniziative e strategie indirizzate verso una visione del turismo che va oltre la semplice conservazione dell'ambiente per includere dimensioni economiche e sociali profondamente radicate nel tessuto locale. In sintesi, attraverso il loro impegno responsabile e inclusivo, i partner del progetto Alcotra SENS'ACTION stanno dimostrando che è possibile conciliare lo sviluppo turistico con il rispetto degli ecosistemi ambientali e un'attenzione particolare alle persone con bisogni specifici.

Per promuovere e diffondere al grande pubblico un'offerta turistica di qualità e coordinata dei sentieri di barefooting, è estremamente utile conoscere le esigenze e le aspettative dei vari target di pubblico potenzialmente interessati alla rete transfrontalieri dei percorsi. A tale scopo è stata effettuata un'analisi dei bisogni da parte della cooperativa Arnica.

Al fine di raccogliere i bisogni e le esigenze delle potenziali categorie di fruitori, è stato realizzato un questionario con tutti gli elementi utili all'analisi (dati informativi sull'associazione/categoria, numeri ed età dei partecipanti, tipologia di trasporti per recarsi in loco, periodi e orari preferiti per le visite, esigenze particolari, budget a disposizione, necessità relative al ristoro e al pernottamento, abbinamento della visita ad altre proposte).

In totale sono stati inviati 102 questionari, di cui 50 sono stati restituiti compilati. Su questi è stata effettuata l'analisi dei bisogni relativa alle 4 macro categorie individuate (persone con esigenze particolari, anziani attivi, famiglie e scuole). Dall'analisi dei bisogni sono emersi alcuni elementi utili per la costruzione di proposte turistiche specifiche per i gruppi considerati.

Lo studio comprende infine una serie di decaloghi per l'accoglienza delle varie tipologie di utenza, elaborati il 24 marzo 2024 durante una giornata di formazione transfrontaliera per gli operatori presso Cascina Brero (Parco La Mandria).