

# ROT

la RIVISTA del TURISMO



CENTRO STUDI TOURING CLUB ITALIANO

Corriere del Mare

**NOTIZIE DALLA CRISI**  
**Come risponde**  
**l'Italia del turismo**

**TURISMO RESPONSABILE | Yes, we can**  
**ALLEANZE LOCALI | L'agroalimentare bussca in hotel**

# ROT

la RIVISTA del TURISMO



CENTRO STUDI TOURING CLUB ITALIANO

- Quattro numeri all'anno sui principali temi turistici
- Il contributo dei più autorevoli esperti del settore
- Il turismo italiano attraverso l'archivio fotografico Tci
- Prezzi di abbonamento scontati per i Soci Tci



## SCHEDA DI ABBONAMENTO

**Sì, mi abbono per un anno (4 numeri) a la Rivista del Turismo**

Completare e spedire il presente modulo a:  
Touring Club Italiano, corso Italia 10, 20122 Milano o via fax al n. 02 53599.878,  
allegando copia della ricevuta di pagamento. Per informazioni: tel. 840 888802

**Dati**  
Ragione sociale (se azienda, ente, istituto) \_\_\_\_\_  
Nome e Cognome \_\_\_\_\_  
Via \_\_\_\_\_ n° \_\_\_\_\_  
Città \_\_\_\_\_ Prov. \_\_\_\_\_ Cap \_\_\_\_\_  
Tel. \_\_\_\_\_ E-mail \_\_\_\_\_

Desidero ricevere fattura. Partita IVA n. \_\_\_\_\_

Per il pagamento verserò, se socio TCI	Tipo abbonamento	Codice
<input type="checkbox"/> € 80	(Sostenitore: aziende, enti, istituti)	09960005
<input type="checkbox"/> € 36	(Personale)	09960006
<input type="checkbox"/> € 80	(Estero)	09960008

Tessera TCI n° \_\_\_\_\_

Altrimenti verserò	Tipo abbonamento	Codice
<input type="checkbox"/> € 100	(Sostenitore: aziende, enti, istituti)	09960001
<input type="checkbox"/> € 45	(Personale)	09960002
<input type="checkbox"/> € 100	(Estero)	09960004
<input type="checkbox"/> € _____	(Indicare convenzione _____)	

### Utilizzando

- il conto corrente postale n. 5264 intestato a: Touring Club Italiano, Corso Italia 10, 20122 Milano (specificare nella causale il tipo di abbonamento e il relativo codice)
- il conto corrente bancario n. 271 intestato a Touring Club Italiano, Corso Italia 10, 20122 Milano presso la Banca Popolare di Bergamo, IBAN: IT4680542801601000000000271 (specificare nella causale il tipo di abbonamento e il relativo codice)
- la seguente carta di credito:

American Express     VISA     Mastercard     Diners

n° \_\_\_\_\_ scadenza \_\_\_\_\_

Data \_\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_

I dati che lo sottoscrittore avrà raccolti e trattati con modalità informatiche e manuali da Touring Club Italiano, in esecuzione del d.lgs 196/2003, al fine di consentire la rivista richiesta e di adempire agli obblighi contrattuali connessi. Il conferimento dei dati richiesti è obbligatorio e indispensabile per la corretta gestione del rapporto contrattuale e l'eventuale rifiuto di fornire tali dati comporterà la mancata fornitura del servizio. Responsabile del trattamento è il Direttore Generale pro tempore. I dati non saranno oggetto di diffusione ma potranno essere comunicati per i medesimi fini per i quali sono stati raccolti alle altre Società del Gruppo Touring Club Italiano. Lei può esercitare i suoi diritti ai sensi dell'art. 7 del d.lgs 196/2003 scrivendo al responsabile all'indirizzo designato presso il Touring Club Italiano, corso Italia 10, 20122 Milano.

## Touring Club Italiano

**Presidente:** Roberto Ruozzi

**Direttore generale:** Fabrizio Galeotti

### Centro Studi Tci

Direttore

Massimiliano Vavassori

Responsabile Area Ricerche e Pubblicazioni  
Matteo Montebelli

Ricercatori

Fabrizio Lucci

Maria-Chiara Minciaroni

### RdT - la RIVISTA del TURISMO

Touring Club Italiano

Corso Italia, 10 - 20122 Milano

Tel. 02 8526331 - Fax 02 8526482

rdt@touringclub.it

### Direttore responsabile

Marco Berchi

### Progetto grafico e impaginazione

Studio Cappellato e Laurent Srl

### Stampa

Gruppo Stampa GB Srl, Cologno M. (MI)

### Ufficio Pubblicità

Tel. 02 8526216 - Fax 02 8526947

lara.cremonesi@touringclub.it

### Ricerca iconografica

Elisabetta Porro

(Centro Documentazione Tci)

### Informazioni sugli abbonamenti

tel. 840 888802

prontotouring@touringclub.it

La Rivista del Turismo è in vendita

in abbonamento (per le tariffe si veda

la pagina con il coupon). Copie singole

e arretrate sono disponibili al prezzo

di € 15 chiamando il n. 840 888802

o presso i Punti Touring (l'elenco è sul sito

www.touringclub.it)

Registrazione Tribunale di Milano

10 febbraio 1999, n. 94

© 2009 Touring Club Italiano,

Milano

Codice NKAAR

Finito di stampare

nel mese di luglio 2009

ISSN 1972-1390

### In copertina:

Transatlantico Giulio Cesare, vita di bordo,

1954, Archivio Tci

# SOMMARIO

## 2 | 2009

### ■ EDITORIALE

**Turismo italiano: che tempo fa?**

3

### ■ MANAGEMENT

**Come governare le destinazioni?**

4

Sebastiano Peluso

**Viaggiare per passione**

12

Marco Montemaggi

### ■ FOCUS: CRISI

**Le tre crisi del turismo**

18

Josep Ejarque e Umberto Martini

**Italia: dalla notorietà al consolidamento**

20

Giorgio Castoldi

**La nuova politica turistica di Alitalia**

21

Guido Improta

**Il caso Amsterdam: crisi come opportunità**

23

Hans Dominicus

**La strategia di VisitBritain**

24

Sofia Astrid Pennacchi

### ■ TENDENZE

**Incontriamoci sul green**

26

Raffaella Caso

**Vacanze sì, ma responsabili**

30

Claudio Visentin

### ■ ESPERIENZE

**Sostenibilità: una parola, tanti significati**

36

Luca Savoja

### ■ MERCATI

**Il territorio nel piatto del turista**

44

Andrea Boi

**Come cambia l'ospitalità made in Italy**

52

Carmine Tripodi e Angela Amodio

### ■ RUBRICHE

**PERCORSI Turismo e mondo del lavoro**

59

**OPEN SPACE Un patrimonio di valore**

61

**SEGNALIBRO**

63



# VACANZE SÌ, MA RESPONSABILI



*Marib (l'antica Saba) vista dal fortino, Yemen, 1955, Archivio Tci*

**Il turismo responsabile, affermatosi negli anni Settanta del secolo scorso in opposizione all'industria delle vacanze di massa, è promotore dei principi di giustizia sociale ed economica e del rispetto dell'ambiente e delle diverse culture**

CLAUDIO VISENTIN

I primi movimenti di critica al turismo risalgono agli anni 70, e crescono con un ritmo sempre più sostenuto negli anni 80 e 90. Al turismo di massa ormai pienamente dispiegato si rimprovera al tempo stesso lo sfruttamento dell'ambiente e delle culture, entrambi ridotti a pura occasione di consumo. Nel 1996 viene pubblicato un documento cruciale per il turismo sostenibile, l'*Agenda 21 for Travel and Tourism*, seguita nel 1997 dalla *Dichiarazione di Manila sull'impatto sociale del turismo dell'Organizzazione Mondiale del Turismo* che nel 1999 approva anche il *Codice mondiale di etica nel turismo*, allargando compiutamente il discorso al tema della responsabilità. Nel frattempo in Italia 11 associazioni hanno dato vita all'Associazione Italiana Turismo Responsabile (AITR; [www.aitr.org](http://www.aitr.org)), fondata nel 1998. Certo i fondatori non potevano immaginare gli sviluppi successivi, né che dieci anni dopo quella italiana sarebbe stata la principale realtà di questo tipo in Europa e nel mondo, tanto da far parlare di un "caso italiano". Oggi le associazioni in AITR sono oltre 90, di dimensioni diseguali, da quelle che rimandano a grandi realtà come il Centro Turistico Studentesco e Giovanile - CTS o Legacoop, sino a quelle con poche decine di associati. AITR ha giocato un ruolo fondamentale anche nella creazione della nuova rete europea EARTH (European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality; [www.earth-net.eu](http://www.earth-net.eu)) che riunisce organizzazioni di turismo responsabile e organizzazioni non governative di sei Paesi (Italia, Francia, Germania, Spagna, Regno Unito e Belgio). Il decennale dell'istituzione viene a coincidere con una fase di ripensamento dei modelli economici tradizionali, scossi alle fondamenta dalla crisi, e il turismo responsabile, come tutte le forme di consumo etico, sembra conoscere un'improvvisa fortuna. Per esempio il turismo responsabile ha avuto ampia visibilità nell'ambito dell'ultima Borsa Internazionale del Turismo (BIT), e il Ministro del Turismo Michela Vittoria Brambilla ha lanciato una campagna di sensibilizzazione contro il turismo sessuale che riprende temi cari ad AITR.

Concluse le celebrazioni, è forse questo il momento migliore per riflettere sui successi e i fallimenti, sui punti di forza e di debolezza del sistema. Naturalmente non voglio e non posso fare qui una storia del turismo responsabile in Italia (alla quale pure sarebbe tempo di mettere mano), invece cercherò soprattutto di evidenziare quali sono, a mio giudizio, le sfide che si pongono in apertura di questo secondo decennio di attività.

## UN PO' DI STORIA DEL TURISMO RESPONSABILE

Il turismo responsabile in Italia ha attraversato diverse fasi di sviluppo. Ha il suo primo nucleo nell'Associazione RAM, che dal 1994 ha promosso un Forum nazionale da cui successivamente è emersa AITR. Lungo questi dieci anni AITR ha realizzato campagne di informazione e sensibilizzazione, e ha formato i suoi associati alle buone pratiche nel turismo. Il turismo responsabile ha attecchito dapprima soprattutto negli ambienti della cooperazione allo sviluppo, sia che il turismo fosse lo strumento principale a tal fine, sia integrandolo in più articolati progetti di lotta alla povertà (per esempio nel caso di associazioni come la Comunità Impegno Servizio Volontariato - CISV o l'Istituto Cooperazione Economica Internazionale - ICEI). Un buon numero di piccoli gruppi di turisti responsabili sono stati condotti soprattutto in Africa, America latina e Asia, in forme rispettose dell'ambiente e delle culture, garantendo la giusta remunerazione dei fornitori di servizi locali, ai quali – a differenza del turismo organizzato – viene riservata la maggior parte possibile della quota spesa dal turista. Da quella fase vengono tour operator anche di qualche consistenza (ne sono un esempio Viaggi solidali, Viaggi e miraggi ecc.).

In questi anni AITR ha conseguito diversi obiettivi importanti. Per cominciare, è riuscita a mettere a fuoco una definizione condivisa di turismo responsabile, adottata dall'assemblea AITR di Cervia dell'ottobre 2005: "Il turismo responsabile è il turismo attuato secondo principi di giustizia sociale ed economica e nel pieno rispetto dell'ambiente e delle culture. Il turismo responsabile riconosce la centralità della comunità locale ospitante e il

suo diritto a essere protagonista nello sviluppo turistico sostenibile e socialmente responsabile del proprio territorio. Opera favorendo la positiva interazione tra industria del turismo, comunità locali e viaggiatori".

Sin dai primi anni si pose la questione cruciale di elaborare un marchio di qualità che distinguesse i prodotti di turismo responsabile da altri proposti dal mercato. Le discussioni sono state infinite e la procedura si è più volte arenata. Solo recentemente sono stati elaborati e adottati i criteri per i viaggi di turismo responsabile, la cui condivisione apre la via alla concessione del marchio.

La novità maggiore nella storia di AITR ha riguardato, tuttavia, una ridefinizione della propria sfera di azione. Nel 2006 il mondo del turismo responsabile conosce la sua rivoluzione copernicana con il "ritorno a casa", o la "svolta di Penne", dal nome del comune della provincia di Pescara dove si tenne l'assemblea generale di quell'anno. A Penne matura la consapevolezza che il turismo responsabile può trovare applicazione anche all'interno dei confini nazionali. È un'elaborazione teorica che muove da dati concreti: i viaggi di solidarietà all'estero, infatti, crescono molto lentamente, mentre iniziative ispirate al turismo responsabile si sviluppano vigorosamente in Italia, specie nella regione dell'Appennino. In questa prospettiva alcuni soci acquistano maggior rilievo in AITR: per esempio, dopo un lungo lavoro di preparazione (è stata fondata nel 1994), l'associazione la Boscaglia ([www.boscaglia.it](http://www.boscaglia.it)) ha saputo diffondere tra migliaia di soci la pratica del viaggio a piedi nella natura.

## I RAPPORTI DIFFICILI CON L'INDUSTRIA TURISTICA

Il numero di viaggiatori direttamente riconducibili alle attività di AITR è stato sempre contenuto. La stessa associazione stima i "suoi" viaggiatori in circa 5.000 all'anno, mentre potrebbero essere dieci volte più numerosi quanti viaggiano in forme indipendenti, ma ispirandosi in varia misura agli stessi principi. Numeri non insignificanti, ma evidentemente ridotti: basti pensare che la nave da Crociera "Freedom of the Seas", varata da Royal Caribbean nel 2006, e che par-

## TRA PASSATO E FUTURO

di Maurizio Davolio, Presidente AITR e EARTH

Oggi AITR è la più consistente rete a livello europeo impegnata sui temi dell'etica nel turismo e vanta ormai una storia più che decennale. Deve però affrontare una pluralità di problemi di non poco conto, che proverò a riassumere in poche righe.

Lo sforzo di "contaminazione" dell'industria turistica tradizionale impatta contro posizioni di indifferenza ai limiti della sopportabilità da un lato, e contro atteggiamenti di natura opportunistica, di "green washing" dall'altro, mentre sono pochi oggi (ma crescono) i tour operator che hanno avviato in forma convinta e determinata politiche ispirate alla sostenibilità e alla responsabilità, in tema di rispetto ambientale, di interrelazione con le comunità locali, di solidarietà, di educazione al viaggio.

I viaggiatori sono poco e male informati, hanno pregiudizi riguardo ai popoli che vanno a visitare, faticano ad aprirsi ai prodotti alimentari locali, alla cucina, alle abitudini che incontrano nei luoghi di destinazione. Non sanno come comportarsi in merito a mance, elemosina, negoziazione dei prezzi, fotografie, abbigliamento consono soprattutto nei luoghi di culto. Emerge, dunque, un grande bisogno di educazione al viaggio. Il Vademecum pubblicato lo scorso anno da AITR con Mondial Assistance è stata una prima risposta in questo senso.

Le Università ormai offrono una grande quantità di corsi e di master rivolti al turismo, si fanno anzi concorrenza fra loro in questo campo, e cercano il rapporto con AITR a volte per convinzione, ma a volte anche per avere un partner in più da poter mettere sul piatto della bilancia nelle attività promozionali. Nondimeno noi crediamo che il rapporto con le Università sia strategico per chi si occupa di turismo responsabile, perché nelle Università si formano i futuri imprenditori, i dirigenti e gli operatori del turismo impegnati nelle sfide di domani.

La certificazione dei viaggi di turismo responsabile si è rivelata in questi anni un problema enorme, la cui soluzione ha richiesto uno sforzo immane. Si sono dovuti affrontare problemi di ogni genere; in primo luogo la certificazione dei comportamenti umani (anziché dei prodotti) è di per sé molto difficile e forse anche arbitraria; poi ci sono i costi, che sono inevitabili se si vuole ricorrere a consulenze e controlli da parte di soggetti esterni, che siano competenti e affidabili.

Poi ci sono le ovvie differenze di opinione che si presentano anche di fronte a un sistema di valori e di principi condiviso: lo stesso principio può essere interpretato in modo diverso, con approcci e sensibilità differenze in alcuni casi fra di loro, viene declinato, graduato e tradotto in norme concrete che possono presentare differenze anche significative. E, sullo sfondo, ci sono i disciplinari, tutti diversi fra di loro, elaborati e condivisi dai cugini francesi, tedeschi, spagnoli...

Ma alla fine AITR è arrivata ad approvare uno standard, che prevede un percorso di riconoscimento dei viaggi di turismo responsabile, controlli esterni autorevoli e imparziali, l'iscrizione a un registro per i soci che organizzano viaggi di turismo responsabile, la concessione di un logo. Un risultato importan-

te, davvero condiviso, che apre ora una fase di sperimentazione e di molto probabili aggiustamenti metodologici.

Intanto parte l'iniziativa dei soci che offrono accoglienza e ospitalità in Italia, partono i laboratori per costituire i Sistemi locali di turismo responsabile, frutto del felice incontro fra l'Associazione Borghi Autentici d'Italia e il Consorzio Le Mat (un'agenzia di sviluppo), entrambi soci di AITR. Laboratori finalizzati appunto alla costituzione di aggregazioni locali in cui il Comune, le associazioni maggiormente attive, gli imprenditori turistici interessati, i produttori e tutti i soggetti locali disponibili avvieranno esperienze di ospitalità che possano coinvolgere l'intero territorio, offrendo autenticità e identità.

Il progetto dei laboratori si combina con l'avvio dell'Osservatorio sugli impatti negativi e positivi del turismo, un progetto che AITR ha sottoposto a Unioncamere, che è stato approvato e sarà gestito in collaborazione con l'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche (ISNART). L'Osservatorio ha lo scopo di rilevare esempi di buone pratiche, sulla base di segnalazioni che perverranno dai soci di AITR, che possano essere conosciuti adeguatamente e replicati in altri contesti territoriali; così come di rilevare impatti negativi, situazioni critiche, che dovranno essere denunciate e, ove possibile, recuperate. Ricordo che in AITR sono presenti tutte le tre maggiori associazioni ambientaliste italiane, WWF, Legambiente, Centro Turistico Studentesco e Giovanile (CTS), e ciò rende possibile una collaborazione di alto profilo per monitorare il rispetto ambientale nel turismo, considerando anche altri apporti che potranno venire da altri soci ben presenti nel territorio e dotati di adeguata competenza anche in campo sociale ed economico: l'Istituto per la Certificazione Etica e Ambientale (ICEA), l'Associazione Italiana Scienze Ambientali (AISA), Legacoop, ARCI.

A livello europeo AITR ha promosso la nascita della rete denominata EARTH, European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality; con questa azione AITR si è posta alla guida di un movimento europeo che vede impegnati, oltre agli italiani, soggetti francesi, tedeschi, belgi, spagnoli, britannici. La Commissione europea ha già riconosciuto questa nuova rete, che sta gestendo un progetto europeo per la sostenibilità e la competitività delle piccole imprese turistiche.

Il privato sociale italiano è dunque all'avanguardia in Europa in termini di attenzione e di sensibilità verso i temi dell'etica e della responsabilità nel turismo, e può trovare un'autorevole alleanza nell'azione avviata dal Ministro del Turismo che ha lanciato al campagna "E se fosse tuo figlio" contro la vergogna dello sfruttamento sessuale dei minori nel turismo, ha concesso la sede permanente a Roma al Comitato Mondiale di Etica dell'Organizzazione Mondiale del Turismo, ha costituito e insediato un Comitato Italiano di Etica. Dunque si delinea una possibile forte collaborazione fra associazioni, cooperative, Università, Comuni particolarmente virtuosi, piccole imprese da un lato e l'autorità governativa dall'altro, sensibile ai temi dell'etica e della responsabilità.



Lambretta in missione, 1961, Archivio Tci

te ogni domenica da Miami, può accogliere a bordo quasi 6.000 persone tra passeggeri ed equipaggio in *ciascuna* crociera. Ed è solo una delle circa 300 navi da crociera in attività per i mari del mondo: il turismo industriale continua ad avere decisamente un'altra dimensione... Il turismo responsabile outgoing insomma ha rappresentato piuttosto la testi-

monianza della possibilità di un diverso modo di fare turismo, che non un reale competitor dell'industria turistica tradizionale. Eppure le polemiche non sono mancate, e hanno raggiunto punte di asprezza notevoli. Dieci anni fa, infatti, l'industria turistica era quasi del tutto indifferente al tema della sostenibilità e della responsabilità. Da qui, inevitabil-

mente, una quasi totale assenza di dialogo, e scontri frequenti. Poi, gradualmente, l'industria del turismo ha fatto proprie alcune delle posizioni dei suoi critici più radicali, e ha adottato alcune parole d'ordine del turismo responsabile. La sostenibilità ambientale è entrata stabilmente tra i riferimenti teorici (la prassi poi è tutta da verificare caso per caso), anche



attraverso la creazione di appositi gruppi di lavoro, e sia pure con minor incisività anche l'etica applicata al turismo ha fatto progressi. Per parte sua anche AITR ha attenuato i toni, sia in conseguenza dello stabilirsi di un dialogo più costruttivo, sia in virtù del consolidarsi di una diversa prospettiva: si è fatta strada l'idea sensata che il turismo responsabile non

debba restare isolato in una posizione di orgogliosa ma sterile autosufficienza, ma debba piuttosto proporsi di "contaminare" ogni attività turistica, accettando ovviamente, sia pure di malavoglia, che i principi della responsabilità siano adottati in forme anche molto parziali o talvolta opportunistiche (specie in un momento di crisi). Il turismo responsabile insomma non si pensa più come un *altro* turismo, ma come un riferimento per *tutto* il turismo.

Si è determinata una situazione quasi paradossale: l'industria del turismo ha saputo imparare dal turismo responsabile, ma non sempre è avvenuto l'opposto, nonostante molte buone ragioni consigliassero uno scambio di conoscenze e competenze. Infatti organizzare viaggi di turismo responsabile è difficile, molto più difficile che non proporre pacchetti turistici standard. Si opera in Paesi lontani, in condizioni difficili, spesso imprevedibili, con costi elevati ed economie di scala ridotte. Il turismo responsabile ha dunque bisogno di livelli elevati di efficienza, organizzazione, comunicazione. Tali competenze in sé sono strumenti neutri, e possono applicarsi con eguale efficacia anche nel campo del non profit. Ma troppo spesso – mi sembra – le imprese di turismo responsabile hanno sottovalutato questo aspetto, e hanno così perso un'occasione per apprendere dall'industria turistica che, pressata dalle necessità di contenere i costi e aumentare i profitti, ha accumulato competenze più avanzate e aggiornate.

Questa mi pare essere la prima sfida cruciale che il turismo responsabile dovrà affrontare nei prossimi anni.

### L'ATTIVITÀ DELLE ALTRE ASSOCIAZIONI ITALIANE

È opinione comune che una parte consistente e crescente del turismo responsabile in Italia non passi oggi attraverso AITR, ma sia perseguita da associazioni che non lo annoverano magari tra i fini statutari, ma lo realizzano poi con considerevole efficacia. Penso a Slow Food, che attraverso una nuova cultura del cibo e del vino ha saputo valorizzare e soprattutto comunicare efficacemente l'identità del territorio e della comunità che lo custodisce; ma anche il FAI, e molti altri,

annoverano il turismo tra i loro strumenti d'azione in forme almeno tendenzialmente sostenibili e responsabili. C'è poi una vasta rete di piccole, a volte microscopiche, imprese turistiche – pensiamo al pullulare di agriturismi (quelli autentici naturalmente!) – che vanno anch'esse, con molte incertezze e oscillazioni, in quella direzione. La formidabile rete di turismo nei masi in Alto Adige ([www.gallorosso.it](http://www.gallorosso.it)) è un ottimo esempio, e non certo l'unico. Collegarsi a queste forze per raggiungere una massa critica, coordinare con esse le proprie attività pur nella distinzione è la seconda sfida che i tempi pongono all'Associazione Italiana Turismo Responsabile.

### IL TURISMO RESPONSABILE DEL FUTURO

In una ricorrenza importante come questa è forse inevitabile riconsiderare il cammino percorso, ma è altrettanto inevitabile, anzi ancora più necessario, aprire nuove prospettive per il futuro. Le proposte di turismo responsabile sono state sin qui caratterizzate da due aspetti fondamentali: la valenza fortemente etica e il recupero della tradizione (ecologia, vita di comunità, mestieri tradizionali e così via). La critica della modernità tuttavia non mi sembra sufficiente per costruire una prospettiva veramente nuova. Io credo che il turismo responsabile abbia bisogno di creare nuovi "prodotti" caratterizzati da creatività, espressione di sé e – perché no? – anche puro divertimento, che certo non può essere lasciato in esclusiva al turismo commerciale *leisure*, ma dev'essere invece reinventato in forme sostenibili e responsabili. Servono nuovi prodotti turistici che, senza venir meno alle loro giuste premesse, appaiano attraenti a un consumatore cresciuto nella società dei consumi e dei media. Questo aspetto ha particolare importanza perché il turismo responsabile è cresciuto insieme a una generazione consapevole, coinvolta, partecipe alla vita politica. Ma non è detto che tali caratteristiche si conserveranno anche nelle nuove generazioni, che dovranno forse essere raggiunte per altra via.

È questa l'ultima, ma sicuramente non meno importante, sfida che si pone al turismo responsabile nei tempi nuovi. ■