



*Conferenza Episcopale Italiana*

UFFICIO NAZIONALE PER LA PASTORALE DEL TEMPO LIBERO, TURISMO E SPORT


# IL TURISMO E LO SVILUPPO DELLE COMUNITÀ



27 SETTEMBRE 2014

35<sup>A</sup> GIORNATA MONDIALE  
DEL TURISMO

SUSSIDIO PER L'ANIMAZIONE PASTORALE



*“Il turismo può prosperare solo se si coinvolge la popolazione locale, contribuendo a valori sociali come la partecipazione, l’istruzione e rafforzamento della governance locale.*”

*Allo stesso tempo, non ci può essere vero sviluppo del turismo se tale sviluppo danneggia in qualsiasi modo i valori e la cultura delle comunità ospitanti o se i benefici socio-economici generati dal settore turistico non siano ricondotti al livello di comunità”.*

*“Ogni volta che viaggiamo, utilizziamo il trasporto locale o acquistiamo prodotti da un mercato locale, stiamo contribuendo a una lunga catena di valore che crea posti di lavoro, fornisce mezzi di sussistenza, aiuta le comunità locali, e porta infine a nuove opportunità per un futuro migliore”.*

**Messaggio per la Giornata Mondiale del Turismo 2014**

di **Taleb Rifai,**

Segretario Generale Unwto

(Organizzazione Mondiale del Turismo)



*Conferenza Episcopale Italiana*

UFFICIO NAZIONALE PER LA PASTORALE DEL TEMPO LIBERO, TURISMO E SPORT

***Sussidio per l'Animazione Pastorale***

***il Turismo  
e lo Sviluppo  
delle Comunità***

**35<sup>a</sup> Giornata Mondiale del Turismo  
27 settembre 2014**



# il Turismo e lo Sviluppo delle Comunità

## Presentazione

Il tema che l'Omt (Organizzazione Mondiale del Turismo) ha scelto per la Giornata 2014 è sicuramente accattivante per il turista "consapevole", un turista cioè esigente ed esperto che vuole immergersi totalmente nei luoghi che visita. Il turista "consapevole" non è un semplice consumatore. Non compra un prodotto. Sceglie un "luogo". E la scelta del "luogo", opposto radicalmente al concetto di "non luogo" ben illustrato da Marc Augè, si basa sull'identità, la storia, gli stili di vita, le relazioni del territorio che poi sono essenziali per la promozione e lo sviluppo locali. Di conseguenza gli elementi promozionali sono più "emozionali" che "strutturali": l'autenticità del luogo, lo stile dell'accoglienza che diventa un fatto "comunitario" in cui protagonista è la "comunità ospitante", un "marketing comunitario".

Sono determinanti in tal senso una vita comunitaria impregnata di valori quali la salvaguardia del creato, dell'ambiente, l'integrazione tra le generazioni, il rispetto per la

vita, la solidarietà, la tolleranza, l'attenzione all'altro che rendono quel luogo "più accogliente", "meno chiuso".

Le piccole comunità inoltre hanno dalla loro un grande patrimonio culturale, relazionale, che diventano risorsa di un turismo di qualità.

Negli ultimi anni si è assistito ad una costante evoluzione del turismo: da fenomeno di elite a fenomeno di massa molto articolato e complesso: ormai è la prima industria al mondo e determina lo sviluppo e il declino di un territorio. Ecco perché si vuole evitarne uno sviluppo incontrollato, e alla lunga insostenibile.

La nuova idea di turismo fa leva sulla convinzione che la comunità locale, con chiare connotazioni etiche, sostenibili, responsabili possa essere il principale soggetto attivo di sviluppo.

I più recenti dati dicono come sia crescente il "bisogno" di turismo: la mobilità umana per fini turistici ha superato il miliardo di persone.

### MOVIMENTI TURISTICI NEL MONDO

#### ANNO 2013

Arrivi internazionali nel mondo	1.087 mln	↑	+5,0% rispetto al 2012
Arrivi internazionali in Italia	47,7 mln	↑	+2,9% rispetto al 2012
<b>ANNO 2012</b>			
Arrivi internazionali nel mondo*	1.035 mln	↑	+4,1% rispetto al 2011
Arrivi internazionali in Italia	46,4 mln	↑	+0,5% rispetto al 2011
<b>ANNO 2011</b>			
Arrivi internazionali nel mondo*	996 mln	↑	+4,8% rispetto al 2010
Arrivi internazionali in Italia	46,1 mln	↑	+5,7% rispetto al 2010

Per questo è necessaria una pianificazione turistica che sappia coniugare lo sviluppo di un territorio, la centralità della persona e la tutela dei suoi diritti, la sostenibilità dei flussi, l'etica delle responsabilità, il rispetto verso le comunità ospitanti.

Le comunità ospitanti sono di fatto un sistema che coinvolge non solo le imprese, gli enti, le organizzazioni turistiche ma anche altre competenze presenti nella comunità riguardo soprattutto alla cultura dell'accoglienza (l'artigianato, l'agricoltura, l'ospitalità diffusa ma anche le tradizioni, la cultura, le relazioni, la cura dei luoghi).

Anche la vita religiosa di una comunità incide nelle dinamiche dell'accoglienza. Ma attenzione a non trasformare la vita di fede di una comunità (comprese le sue feste, i suoi gesti, i segni) in prodotti turistici.

Il turismo di comunità non vuole questo: trasformare in prodotti, in gadget, in souvenir tradizioni, usi, costumi, valori ma far assaporare ciò che dà identità e valore a quella comunità.

In quest'ottica la comunità dei credenti è a pieno titolo parte della comunità ospitante in maniera partecipe, aperta e solidale.

Contribuisce con il suo stile a considerare il turista come dono, alla centralità della cultura, al primato della persona. Il ministero dell'accoglienza è segno di una apertura.

E il turismo di comunità si presta molto ad arginare fenomeni di disgregazione (sociale e culturale), di degrado ambientale, soprattutto contribuisce a rispettare il genius loci, lo spirito di un territorio, di un luogo, di una comunità spesso plasmato come nel caso delle "città santuario", delle chiese rurali, rupestri, alpine, degli eremi di atteggiamenti, comportamenti, stili di vita, valori.

Anche nel linguaggio comune il territorio assume, per chi lo frequenta, come nome del luogo stesso la sua identificazione con la figura carismatica.

E questo è bello perché la vacanza è anche ricerca di identità e radici: chi ha scoperto il gusto e l'arte di viaggiare sa di trovare se stesso attraverso gli altri. E soprattutto nel totalmente Altro.

E questo apre l'uomo all'esplorazione di territori nuovi, sconosciuti, sconfinati, immensi: i territori della solitudine, dell'interiorità, del mistero.

*Mons. Mario Lusek*



# Turismo e Sviluppo Comunitario

## Messaggio del Pontificio Consiglio dei Migranti e degli Itineranti

**1.** Il 27 settembre, con il tema *“Turismo e sviluppo comunitario”*, si celebra la Giornata Mondiale del Turismo, promossa come ogni anno dall’Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT). Consapevole dell’importanza sociale ed economica del turismo nel momento attuale, la Santa Sede vuole accompagnare questo fenomeno dall’ambito che le è proprio, in particolare nel contesto dell’evangelizzazione.

Nel suo Codice Etico Mondiale, l’OMT afferma che il turismo deve essere un’attività benefica per le comunità di destinazione: *“Le popolazioni locali saranno partecipi delle attività turistiche, e ne condivideranno in modo equo i benefici economici, sociali e culturali, in particolare per quanto attiene alla creazione diretta e indiretta di occupazione”*.<sup>1</sup>

Ciò vuol dire che occorre instaurare tra le due realtà una relazione di reciprocità, che porti ad un mutuo arricchimento. La nozione di “sviluppo comunitario” è strettamente legata ad un concetto più ampio che è parte della dottrina sociale della Chiesa, quello cioè di “sviluppo umano integrale”, a partire dal quale leggiamo e interpretiamo il primo. A questo riguardo sono illuminanti le parole di Papa Paolo VI, che nell’enciclica *Populorum progressio* affermava che *“lo sviluppo non si riduce alla semplice crescita economica. Per essere sviluppo autentico, dev’essere integrale, il che vuol dire volto alla promozione di ogni uomo e di tutto l’uomo”*.<sup>2</sup>

Come può il turismo contribuire a questo sviluppo? Per rispondere a questa domanda, lo sviluppo umano integrale e, di conseguenza, lo sviluppo comunitario nel campo del turismo devono essere diretti al conseguimento di un progresso equilibrato che sia sostenibile e rispettoso di tre ambiti: economico, sociale e ambientale, intendendo con ciò tanto la sfera ecologica quanto il contesto culturale.

**2.** Il turismo è un motore fondamentale di sviluppo economico, per l’importante contributo che apporta al PIL (tra il 3% e il 5% a livello mondiale), all’impiego (tra il 7% e l’8% dei posti di lavoro) e alle esportazioni (il 30% delle esportazioni mondiali di servizi).<sup>3</sup>

Nel momento presente, in cui si riscontra una diversificazione delle destinazioni, ogni luogo del pianeta diventa una meta potenziale. Per questo, il settore turistico si evidenzia come una delle opzioni più attuabili e sostenibili per ridurre il livello di povertà delle aree più arretrate. Se adeguatamente sviluppato, esso può essere uno strumento prezioso di progresso, di creazione di posti di lavoro, di sviluppo di infrastrutture e di crescita economica.

Siamo consapevoli che, come ha affermato Papa Francesco, *“la dignità dell’uomo è collegata al lavoro”*, e che pertanto ci viene chiesto di affrontare il problema della disoccupazione con *“gli strumenti della creatività e della solidarietà”*.<sup>4</sup>

In questa linea, il turismo appare come uno dei settori con più capacità di generare un tipo di impiego “creativo” e diversificato, del quale con maggiore facilità possono beneficiare i gruppi più svantaggiati, di cui fanno parte donne, giovani e

1 Organizzazione Mondiale del Turismo, *Codice Etico Mondiale per il Turismo*, 1° ottobre 1999, art. 5 § 1.

2 Paolo VI, *Enciclica Populorum progressio*, 26 marzo 1967, n. 14.

3 Cfr. Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) e Consiglio Mondiale dei Viaggi e del Turismo (WTTC), *Lettera aperta ai Capi di Stato e di Governo sui viaggi e il turismo*.

4 Francesco, *Discorso ai dirigenti e agli operai delle acciaierie di Terni e ai fedeli della diocesi di Terni-Narni-Amelia*, 20 marzo 2014.

alcune minoranze etniche.

È essenziale che i benefici economici del turismo raggiungano tutti i settori della società locale e abbiano un impatto diretto sulle famiglie e, al tempo stesso, ci si deve avvalere al massimo delle risorse umane locali. È fondamentale altresì che per ottenere questi benefici si seguano criteri etici, che siano rispettosi, anzitutto, delle persone, tanto a livello comunitario quanto di ogni singolo individuo, fuggendo da *“una concezione economicista della società, che cerca il profitto egoista, al di fuori dei parametri della giustizia sociale”*.<sup>5</sup> Nessuno, infatti, può costruire la propria prosperità a spese degli altri.<sup>6</sup>

I benefici di un turismo a favore dello *“sviluppo comunitario”* non possono essere ridotti esclusivamente all’aspetto economico, ma vi sono altre dimensioni di uguale o maggiore importanza. Tra queste compaiono l’arricchimento culturale, l’opportunità di incontro umano, la costruzione di *“beni relazionali”*, la promozione del rispetto reciproco e della tolleranza, la collaborazione tra enti pubblici e privati, il potenziamento del tessuto sociale e associativo, il miglioramento delle condizioni sociali della comunità, lo stimolo ad uno sviluppo economico e sociale sostenibile e la promozione della formazione lavorativa dei giovani, per citarne alcune.

**3.** Lo sviluppo turistico esige che protagonista principale sia la comunità locale, che lo deve far proprio, con l’attiva presenza dei partner sociali, istituzionali e degli enti civici. È importante creare opportune strutture di partecipazione e coordinamento, favorendo il dialogo, assumendo impegni, integrando gli sforzi e determinando obiettivi comuni e soluzioni basate sul consenso. Non si tratta di fare qualcosa *“per”* la comunità, bensì *“con”* la comunità. Inoltre, una destinazione turistica non è soltanto un bel paesaggio o una confortevole infrastruttura, ma è, anzitutto, una comunità locale, con il suo contesto fisico e la sua cultura. Occorre promuovere un turismo che si sviluppi in armonia con la comunità che accoglie, con l’ambiente, con le sue forme tradizionali e culturali, con il suo patrimonio e i suoi stili di vita. E, in questo incontro rispettoso, la popolazione locale e i visitatori possono instaurare un dialogo fecondo che incoraggi la tolleranza, il rispetto e la reciproca comprensione. La comunità locale, poi, deve sentirsi chiamata a salvaguardare il proprio patrimonio naturale e culturale, conoscendolo, sentendosene orgogliosa, rispettandolo e rivalorizzandolo, affinché possa dividerlo con i turisti e trasmetterlo alle generazioni future. Infine, anche i cristiani del luogo devono essere capaci di mostrare la loro arte, le tradizioni, la storia, i valori morali e spirituali, ma soprattutto la fede che è all’origine di tutto questo e gli dà senso.

**4.** In questo cammino verso uno sviluppo integrale e comunitario, la Chiesa, esperta in umanità, vuole contribuire offrendo la propria visione cristiana di sviluppo, proponendo *“ciò che possiede in proprio: una visione globale dell’uomo e dell’umanità”*.<sup>7</sup>

A partire dalla nostra fede, noi possiamo offrire il senso della persona, il senso di comunità e di fraternità, di solidarietà, di ricerca della giustizia, di saperci custodi (e non proprietari) del creato e, sotto l’azione dello Spirito Santo, continuare a collaborare con l’opera di Cristo. Seguendo quanto chiedeva Papa Benedetto XVI a coloro che lavorano nella pastorale del turismo, dobbiamo moltiplicare i nostri sforzi al fine di *“illuminare questo fenomeno con la*


<sup>5</sup> Francesco, *Udienza generale*, 1° maggio 2013.

<sup>6</sup> *“I Paesi ricchi hanno dimostrato di avere la capacità di creare benessere materiale, ma sovente a spese dell’uomo e delle fasce sociali più deboli”* (Pontificio Consiglio della Giustizia e della Pace, Compendio della Dottrina Sociale della Chiesa, 2 aprile 2004, n. 374).

<sup>7</sup> Paolo VI, *Enciclica Populorum progressio*, 26 marzo 1967, n. 13.







*dottrina sociale della Chiesa, promuovendo una cultura del turismo etico e responsabile, in modo che giunga ad essere rispettoso della dignità delle persone e dei popoli, accessibile a tutti, giusto, sostenibile ed ecologico”.*<sup>8</sup>

Con particolare gioia vediamo come in diverse parti del mondo la Chiesa abbia riconosciuto le potenzialità del settore turistico e abbia messo in moto progetti semplici ma efficaci.

Sempre più numerose sono le associazioni cristiane che organizzano viaggi di turismo responsabile in zone in sviluppo, come pure quelle che promuovono il cosiddetto “turismo solidale o di volontariato”, durante il quale le persone approfittano del tempo delle vacanze per collaborare a progetti di cooperazione nei paesi in via di sviluppo.

Degni di nota sono, poi, quei programmi di turismo sostenibile e solidale, promossi da Conferenze episcopali, diocesi o congregazioni religiose in zone svantaggiate, che accompagnano le comunità locali aiutandole a creare spazi di riflessione, promuovendo la formazione e l'autodeterminazione, consigliando e collaborando alla redazione di progetti e favorendo il dialogo con le autorità e altri gruppi. Ciò ha portato alla creazione di un'offerta turistica gestita dalle comunità locali, attraverso associazioni e microimprese dedite al turismo (alloggio, ristorazione, guide, produzione artigianale, ecc.).

Numerose, inoltre, sono le parrocchie delle zone turistiche che accolgono il visitatore offrendo proposte liturgiche, formative e culturali, con il desiderio che le vacanze “*siano proficue per la loro crescita umana e spirituale, convinti che nemmeno in questo tempo possiamo dimenticare Dio, che mai si dimentica di noi*”.<sup>9</sup>

Pertanto, esse cercano di sviluppare una “pastorale dell'amabilità”, che permetta di accogliere con uno spirito di apertura e fraternità, mostrando il volto di una comunità viva e accogliente. E affinché l'ospitalità sia più efficace, si rende necessaria una collaborazione effettiva con gli altri settori coinvolti.

Queste proposte pastorali sono ogni giorno più significative, specialmente quando sta crescendo un tipo di “turista vivenziale”, che cerca di instaurare legami con la popolazione locale e desidera sentirsi membro della comunità ospitante, partecipando alla sua vita quotidiana, valorizzando l'incontro e il dialogo. La sollecitudine ecclesiale nell'ambito del turismo si è concretizzata, pertanto, in numerosi progetti, originati da una moltitudine di esperienze nate dallo sforzo, dall'entusiasmo e dalla creatività di tanti sacerdoti, religiosi e laici che desiderano collaborare, in questo modo, allo sviluppo socio-economico, culturale e spirituale della comunità locale, e aiutarla a guardare con speranza al futuro.

Consapevole del fatto che la sua prima missione è l'evangelizzazione, la Chiesa vuole offrire pertanto la sua spesso umile collaborazione, per rispondere alle situazioni concrete dei popoli, specialmente dei più bisognosi. Essa lo fa convinta che “*evangelizziamo anche quando cerchiamo di affrontare le diverse sfide che possano presentarsi*”.<sup>10</sup>

*Città del Vaticano, 1° luglio 2014  
Antonio Maria Card. Vegliò  
Presidente  
X Joseph Kalathiparambil*

<sup>8</sup> Benedetto XVI, *Messaggio in occasione del VII Congresso mondiale di pastorale del turismo*, Cancún (Messico), 23-27 aprile 2012.

<sup>9</sup> VII Congresso mondiale di pastorale del turismo, *Dichiarazione finale*, Cancún (Messico), 23-27 aprile 2012.

<sup>10</sup> Francesco, *Esortazione apostolica Evangelii gaudium*, 24 novembre 2013, n. 61.



# *il Sistema Turistico e la Comunità Locale*

Sono diversi e differenziati i soggetti che interagiscono nel sistema turistico e diversificato l'approccio che le scienze del turismo propongono.

Si sta consolidando da tempo l'idea di un rapporto stretto tra turismo e comunità locale.

E gli attori che diventano protagonisti di questo modello innovativo sono molti in ambito pubblico, privato, sociale, culturale.

La Chiesa, che custodisce un notevole patrimonio artistico, culturale, storico offre ai visitatori, siano essi viaggiatori ma soprattutto pellegrini, un sistema di significati che la pone a pieno titolo accanto ai protagonisti dello sviluppo delle comunità locali.

Si dice che è portatrice di "beni immateriali" ma forse è più corretto dire che mette in gioco la sua competenza educativa ed un sistema di significati e di valori.

La Comunità Parrocchiale, soprattutto nei piccoli centri, quasi coincide totalmente con la comunità civile, e anche chi non si definisce credente vive e sperimenta la comune appartenenza. Ma come il turismo può favorire un incontro vero con la comunità locale, come impedire che la relazione tra comunità ospitante e ospite diventi "prodotto". Si sa che il turismo è essenzialmente impresa. E come impresa evolve continuamente. Se si struttura in una serie di servizi per l'ospite (agenzie, strutture recettive, associazioni di categoria e di utenti, cooperative) si accorge ben presto che non basta e che c'è bisogno di "fare rete" (dapprima forse con catene di servizi, poi con rapporti più stretti e coinvolgenti con l'ente pubblico, i sistemi economici del territorio, le altre imprese) fino a diventare "sistema" che coinvolge tutti i soggetti e in primis i residenti, la comunità locale, che diviene a pieno titolo la protagonista principale del sistema turistico. Cosa qualificherà la comunità locale?

Mettendo in campo non tanto gli elementi strutturali (strutture recettive, sportive, ricreative, trasporti) o di servizio (informazione) o ambientali (pulizia, contenimento dei ru-

mori, cura del verde, controllo dell'inquinamento) pur necessari e doverosi ma anche culturali (favorire l'incontro, le relazioni, l'integrazione) o emozionali (la simpatia, la cordialità, l'attenzione) nonché le tradizioni (stili di vita, caratteristiche). Insieme, questi elementi, diventano un circuito virtuoso di relazioni ospitali. Non un prodotto, non un marchio, non una tipicità culinaria ma una "tipicità di vita" in cui anche l'elemento religioso trasmette e contribuisce ad un sistema articolato di accoglienza.

In quest'ottica è doveroso che il mondo del turismo e la comunità locale agiscano con un "fine comune": devono convergere su alcune elementi fondativi e fondamentali per dare vita ad un "sistema" di turismo locale.

Esso dovrà avere sì una sorta di "cabina di regia" ma le soggettività degli attori dei protagonisti non vengono omologate ma si riconoscono e caratterizzano.

Un sistema poi offre non una serie di marchi di qualità ma una "qualità di squadra" e qui la Comunità Parrocchiale può offrire alla comunità intera il suo contributo specifico per una "qualità totale" della proposta di accoglienza (a livello valoriale, storico, artistico, culturale, sociale, religioso). Ha soprattutto nella "via pulchritudinis". Scrive Papa Francesco nell'Evangelii Gaudium al n° 167: "*Se, come afferma sant'Agostino, noi non amiamo se non ciò che è bello, il Figlio fatto uomo, rivelazione della infinita bellezza, è sommamente amabile, e ci attrae a sé con legami d'amore. Dunque si rende necessario che la formazione nella **via pulchritudinis** sia inserita nella trasmissione della fede.*

È auspicabile che ogni Chiesa particolare promuova l'uso delle arti nella sua opera evangelizzatrice, in continuità con la ricchezza del passato, ma anche nella vastità delle sue molteplici espressioni attuali, al fine di trasmettere la fede in un nuovo "linguaggio parabolico".

Bisogna avere il coraggio di trovare i nuovi segni, i nuovi simboli, una nuova carne per la trasmissione della Parola,

le diverse forme di bellezza che si manifestano in vari ambiti culturali, e comprese quelle modalità non convenzionali di bellezza, che possono essere poco significative per gli evangelizzatori, ma che sono diventate particolarmente attraenti per gli altri.”

La prima offerta che le nostre comunità parrocchiali sono chiamate a far vivere all'ospite, al turista, al pellegrino che arriva è proprio la vita comunitaria, la “bellezza” di fare comunità, residenti ed ospiti, insieme: un turismo di comunità. Anche nel turismo per la Chiesa “è necessario proporre il messaggio di Cristo in tutta la sua bellezza, in grado di attirare le menti e i cuori attraverso legami di amore, nel contempo, bisogna vivere e testimoniare la bellezza della comunione in un mondo spesso segnato dalla disarmonia e dalla divisione.

Si tratta di trasformare in «avvenimenti di bellezza» tutti i gesti di carità quotidiana e l'insieme delle attività pastorali ordinarie delle chiese locali.

La bellezza salvatrice di Cristo chiede di essere presentata in modo nuovo per essere accolta e contemplata non solamente da ogni credente, ma anche da coloro che si dichiarano poco coinvolti, e addirittura indifferenti.

I cristiani sono chiamati a testimoniare la gioia di sapersi amati da Dio e la bellezza di una vita trasformata da questo amore che viene dall'Alto. (*La Via pulchritudinis, Cammino privilegiato di evangelizzazione e di dialogo. Documento finale della plenaria del Pontificio Consiglio della Cultura, 2006*).



# il Turismo di Comunità

Con il termine **turismo di comunità** si indica una forma di accoglienza turistica, che punta sull'autenticità dei luoghi rimasti ancora integri e incontaminati, che ha l'obiettivo di coinvolgere l'intera collettività e le sue diverse componenti pubbliche e private, variamente organizzate, per promuovere in forma partecipata lo sviluppo sostenibile, responsabile e solidale del turismo di un determinato territorio.

È una forma creativa e innovativa di ospitalità turistica: coinvolge tutta la popolazione di un borgo, di un paese, di un villaggio, di una valle, di un'isola che è disponibile a dare valore e qualità all'accoglienza e all'ospitalità ai turisti, attraverso la testimonianza della cultura, delle tradizioni, della storia del luogo, come anche degli antichi mestieri, gusti, sapori, produzioni locali: la Comunità si prende cura del turista in un percorso di conoscenza e nella condivisione di una "vacanza" nuova ed originale.

In sintesi il Turismo di comunità si caratterizza

- nell'ospitalità: con il termine *albergo diffuso* si realizza una offerta recettiva che interessa tutto l'abitato fino ai centri limitrofi (camere in case private, foresterie, case non abitate, strutture tradizionali) contraddistinta da una gestione unitaria;
- nei servizi comuni (ristorazione, iniziative, itinerari, accompagnamento, eventi, feste, rievocazioni);
- nella sinergia degli enti pubblici (comune, enti, parchi) con aziende private (laboratori artigiani, aziende rurali, guide) associazioni (di categoria, pro-loco) e cittadini che mettono in circolo le loro esperienze di vita e il quotidiano;
- passando dall'offrire *servizi* a proporre *esperienze*: il turista cerca eventi indimenticabili, memorabili e li trova in attività coinvolgenti che lo fa immergere nella vita della Comunità locale non più da *cliente* ma da *ospite*.

Il Turismo di Comunità può svilupparsi in contesti territoriali in cui esiste ancora un nucleo (anche piccolissimo) di persone che si riconoscano e che portino avanti valori, tradizioni, usi e costumi tali da poter essere definiti "di comunità". Infatti al centro del turismo di comunità ci sono le esperienze di vita ed il lavoro quotidiano di chi risiede nel borgo o nella valle, come quella di tanti agricoltori, allevatori, artigiani, imprenditori turistici in bilico tra tradizione e modernità, tra passato e futuro; esperienze che potranno, grazie al turismo di comunità, non solo essere scoperte e valorizzate dai turisti, ma diventare capitale fisso di un'economia sostenibile di cui beneficerà tutta la comunità, generando attorno ad esse consenso, solidarietà e supporto concreto al loro proseguimento."





# Idee e Forme del Turismo di Comunità e di Sviluppo Locale

## 1.Promosse nei Territori



## I Borghi più belli d'Italia

Il fascino dell'Italia nascosta

**dal sito [www.borghitalia.it](http://www.borghitalia.it)**

Nel marzo del 2001 nasceva il club de I Borghi più Belli d'Italia su impulso della Consulta del Turismo dell'Associazione dei Comuni Italiani (ANCI).

Questa iniziativa è sorta dall'esigenza di valorizzare il grande patrimonio di Storia, Arte, Cultura, Ambiente e Tradizioni presente nei piccoli centri italiani che sono, per la grande parte, emarginati dai flussi dei visitatori e dei turisti.

Sono infatti centinaia i piccoli borghi d'Italia che rischiano lo spopolamento ed il conseguente degrado a causa di una situazione di marginalità rispetto agli interessi economici che gravitano intorno al movimento turistico e commerciale.

Per questo si è deciso di costituire un Club di Prodotto che raccogliesse le giuste esigenze di quegli amministratori più accorti e più sensibili alla tutela e alla valorizzazione del Borgo e che intendessero partecipare con convinzione ad una struttura associativa così importante ed impegnativa.

Per essere ammessi occorre infatti corrispondere ad una serie di requisiti di carattere strutturale, come l'armonia architettonica del tessuto urbano e la qualità del patrimonio edilizio pubblico e privato, e di carattere generale che attengono alla vivibilità del borgo in termini di attività e di servizi al cittadino.

Occorre inoltre impegnarsi per migliorare continuamente tali requisiti in quanto l'ingresso nel Club non ne garantisce la permanenza se non viene riscontrata una volontà, attraverso azioni concrete, di accrescerne le qualità.

Per questo il nostro Club, che non è stato creato per effettuare una mera operazione di promozione turistica integrata, si prefigge di garantire attraverso la tutela, il recupero e la valorizzazione, il mantenimento di un patrimonio di monumenti e di memorie che altrimenti andrebbe irrimediabilmente perduto.

L'Italia minore, quella a volte più sconosciuta e nascosta, rappresenta al meglio il dipanarsi della storia millenaria che ha lasciato i suoi segni indelebili soprattutto in questi luoghi rimasti emarginati dallo sviluppo e dalla modernità a tutti i costi.

Non proponiamo dei Paradisi in Terra ma vogliamo che le sempre più numerose persone che ritornano a vivere nei piccoli centri storici e i visitatori che sono interessati a conoscerli possano trovare quelle atmosfere quegli odori e quei sapori che fanno diventare la tipicità un modello di vita che vale la pena di "gustare" con tutti i sensi.

Questo sito vi propone un piccolo assaggio che potrete approfondire meglio attraverso la GUIDA e gustare fino in fondo con una "gita".

Fiorello Primi  
Presidente Club dei Borghi più belli d'Italia



# Borghi Autentici d'ITALIA

dal sito [www.borghiautenticiditalia.it](http://www.borghiautenticiditalia.it)

**L'Associazione Borghi Autentici d'Italia** attualmente raggruppa 210 territori e comunità, realtà italiane che “... **ce la vogliono fare...**”. Si tratta di un'Associazione indipendente sul piano politico, economico ed istituzionale; essa è aperta ad ogni forma di confronto e collaborazione con altri soggetti pubblici e privati che siano impegnati su iniziative di sviluppo locale caratterizzate da obiettivi di valorizzazione delle risorse e delle identità locali, di sostenibilità e tutela della biodiversità dei territori, di promozione della qualità e delle capacità locali, quali opportunità per disegnare uno sviluppo competitivo basato sull'innovazione. Borghi Autentici d'Italia, quindi, promuove un percorso articolato di cambiamento e sviluppo in sede locale, un approccio che considera i patrimoni esistenti quali punti di partenza per costruire strategie concrete ed attuabili di crescita. La mission cruciale dell'Associazione è quella di concorrere a migliorare le condizioni di vita della popolazione e generare prospettive per stimolare nuovi insediamenti di persone e imprese sensibili ed interessate alla qualità e allo stile di vita che caratterizzano il contesto sociale di ogni territorio. In questo quadro l'Associazione collabora ed interagisce con altre reti ed enti allo scopo allo scopo di incrementare i potenziali strategici e per favorire un efficace scambio di esperienze e conoscenze. Nel “manifesto” dei Borghi autentici si parla di 13 temi strategici. L'ottavo tema ci sembra particolarmente utile alla nostra riflessione su turismo e sviluppo locale

## Ospitalità e Turismo

Se è vero che il mercato è fatto di prodotti ed il territorio di per se stesso non lo è, è anche vero che il valore aggiunto dato da un territorio ad un prodotto (turistico in particolare) è assoluto. Il **concetto di territorio** assume connotati molto estesi e arriva a comprendere tutto quello che insiste su di esso, anche se all'interno delle emergenze qualcuna assume un ruolo altamente prevalente. Non è il singolo elemento di richiamo che connota una località, ma il delicato equilibrio che si crea tra gli elementi a far nascere una particolare atmosfera. I borghi sono il fulcro di questi territori ricchi di elementi che, se integrati e valo-

rizzati, costituiscono, appunto un “prodotto”.

I **borghi caratteristici** possono essere contesti nei quali basare uno sviluppo sostenibile del turismo che vada incontro ai bisogni dei turisti e delle aree ospitanti, ed allo stesso tempo protegga e migliori le opportunità per il futuro. Questa logica strategica deve essere il principio guida per una gestione delle risorse. Una logica secondo cui i bisogni economici, sociali ed estetici possano essere soddisfatti e contemporaneamente possano essere preservati l'integrità culturale, gli equilibri fondamentali della natura, la biodiversità e il sostegno al miglioramento della qualità della vita.

Se il territorio è la base su cui si sviluppa il **prodotto**, le azioni messe in atto devono essere prese in questa ottica. Occorre pensare con una **visione di sistema e di marketing**, favorendo le azioni che sviluppano le potenzialità collegate ad un triangolo fatto da **risorse, imprese/pubbliche amministrazioni e mercato** all'interno dei principi “dell'**economia dell'esperienza**”.

Orientare al mercato risorse, imprese, pubbliche amministrazioni, ossia le componenti di un territorio, è l'unica possibilità, per i borghi, di creare le condizioni per consentire al territorio di rafforzare il valore che esso è in grado di offrire ai propri utenti attuali o potenziali, tenendo altresì presente che “... il territorio non è progettato o modificato in funzione delle attese della domanda – come avviene per le produzioni industriali – ma viene valorizzato nelle sue caratteristiche tangibili ed intangibili per massimizzare la considerazione da parte dei diversi utenti, attuali o potenziali”.

Orientare al mercato vuol dire considerare le esigenze del visitatore e i suoi interessi, i suoi bisogni, le sue curiosità prima, durante e dopo la visita del territorio sulla base di un principio che non è più semplicemente quello dell'offerta di un servizio, ma quello di favorire e facilitare una completa e indimenticabile esperienza.

Quando un consumatore acquista un servizio o una serie di servizi compra un prodotto intangibile, capace di soddisfare un bisogno. Quando compra un'esperienza paga per trascorrere parte del suo tempo godendo di attività “memorabili”, capaci di coinvolgerlo in maniera personale. Quindi molti borghi e i loro territori e comunità possono diventare il contesto per una “esperienza distinta”, un momento carico di sensazioni ed emozioni dove l'utente



non è passivo fruitore ma è un soggetto attivo in grado di trarre un vantaggio oltre a quello della semplice fruizione turistica. Un concetto che va oltre la semplice qualità del servizio per arrivare a toccare l'analisi approfondita del comportamento del singolo utente.

I borghi e le loro comunità spesso rappresentano condizioni ideali per divenire soggetti attivi "dell'economia dell'esperienza", ovvero artefici di una ospitalità nuova, sostenibile e capace di far partecipare il visitatore al ritmo di vita locale. Tuttavia a livello locale occorre una visione strategica chiara e una energia manageriale sospinta da ogni attore pubblico e privato. Occorre in altre parole "fare sistema", un "sistema ospitale".

Il **sistema locale di offerta turistica, culturale e ambientale** costruito a partire dall'integrazione delle sue componenti istituzionali e private può realizzare un insieme di attività e fattori di attrattiva, situati in uno spazio definito (sito, località, area), in grado di proporre un'offerta articolata in attività che determinano la "destinazione".

Per i **piccoli comuni** si tratta di pianificare ambiti strategici nei quali una coalizione di soggetti sia pubblici che privati, possano congiuntamente dar vita a programmi per la riqualificazione del territorio e dell'offerta di accoglienza d'area, in particolare attraverso adeguate politiche di comunicazione e marketing territoriale – turistico.

Beni culturali, ambientali, prodotti tipici e dell'artigianato, così come i servizi turistici forniti dagli operatori, divengono quindi parte integrante dell'offerta: le singole componenti danno luogo ad un sistema di valorizzazione locale in chiave turistica nel momento in cui l'Amministrazione Comunale riesce a gestirle in modo integrato, ovvero in modo da renderlo un "sistema ospitale".

Un sistema può definirsi ospitale e integrato quando la capacità per il piccolo comune di organizzare servizi per il cittadino equivale a farlo anche per i turisti e, dunque, se gli stessi cittadini possono contare su una buona qualità della vita e sono "ben serviti", a maggior ragione potranno esserlo i non residenti del territorio.

In questo quadro l'eventuale fiscalità locale, con particolare riferimento all'imposta di soggiorno, non può essere causa di difficoltà per le politiche turistiche locali; qualora tale scelta fosse compiuta, sarebbe auspicabile che il gettito fiscale fosse destinato esclusivamente a supportare politiche ed interventi per migliorare il "sistema ospitale" locale.

Altrettanto importante nelle strategie di ospitalità locale sono le forme e la qualità delle strutture ricettive (alberghiere ed extralberghiere). In questo ambito vanno incoraggiati interventi e modelli che si basano sul recupero

edilizio sostenibile del patrimonio urbano, evitando quindi l'uso ulteriore del territorio e la realizzazione di manufatti incoerenti o addirittura anacronistici con la tradizione costruttiva locale e con lo stilema architettonico presente.

La **qualità della struttura ricettiva è una componente fondamentale dell'ospitalità**. La struttura comunica all'ospite il "linguaggio" del territorio, trasferisce i caratteri storici –identitari e determina una modalità di fruizione della destinazione coerente con l'immagine percepita. Ogni borgo, ogni territorio, hanno le loro tipicità e specificità: linguaggi, cibi, cultura – identità, paesaggio, storia e capacità produttiva. Il "**sistema ospitale**" deve essere in grado di riassumere questo insieme e, tramite una politica di "**brand identity**", costruire un'offerta originale e non standardizzata.



## 2.Promosse dalla Comunità Cristiana



### *il Parco Culturale Ecclesiale*

L'idea del Parco s'inserisce in un contesto sociale in cui assume una rilevanza strategica la valorizzazione del territorio attraverso un sistema di "spazi naturali", e tra questi si colloca a pieno titolo lo spazio ecclesiale con le sue risorse. L'autentica ricchezza dell'Italia sta nella straordinaria disseminazione e stratificazione, geografica e temporale, del

patrimonio storico e artistico. Una Di fronte al crescente sviluppo di spazi anonimi definiti *non-luoghi* (centri commerciali, villaggi outlet, luoghi di transito, etc.) nel Parco Ecclesiale si rendono possibili le relazioni, il dialogo, l'incontro, la ricerca. Qui i *nomadi* del nostro tempo, i turisti, possono trovare accoglienza e il senso di appartenenza e l'identità

delle comunità locali ne uscirebbe altresì rafforzato. Il parco valorizza molto le comunità e ne promuove uno sviluppo integrale e non solo economico. Si tratta infatti di un sistema territoriale che promuove, recupera e valorizza, attraverso una strategia coordinata e integrata, il patrimonio liturgico, storico, artistico, architettonico, museale, recettivo di una o più Chiese. Azione particolarmente importante per una fruizione turistica, promozionale e pastorale. E per una vacanza di qualità. L'idea è nata da una naturale convergenza di obiettivi della rivista "Luoghi dell'Infinto" (mensile di Avvenire) diretta da Giovanni Gazzaneo anche nella sua polivalente veste di presidente della fondazione "Crocevia" e l'Ufficio Nazionale della Cei e trovando poi attenzione in diverse parti d'Italia. E' di creatività, infatti, che ha bisogno la Pastorale del turismo. Creatività nella cultura dell'accoglienza che non è solo questione di ricettività ma di presenza: "esserci" con gli strumenti propri della pastorale (ascolto, accompagnamento, guida, spazi di incontro, qualificazione dei nostri volontari, collaborazioni con le associazioni di categoria). Creatività nella "qualità" dell'offerta: qui la Chiesa mette in campo non solo i "beni culturali", ma anche la sua competenza educativa evidenziando le diverse sfaccettature della "qualità stessa": storica, artistica, teologica, umana. Nella formazione. Ma anche una nuova idea di "marketing" che non metta al primo posto il profitto ma la persona, in questo caso il viaggiatore. L'idea di "parco ecclesiale" va letta nella prospettiva della "pastorale integrata": non disperdere un patrimonio incredibile di risorse umane, culturali, storiche e di fede rappresentato dalle Cattedrali, dai Santuari, dai Monasteri ed Eremi, dai Musei ecclesiastici, dalle feste patronali, alle vie di pellegrinaggio fino alle foresterie, alle case per ferie, alle strutture di accoglienza semplice. Queste risorse "messe in rete" e collegate tra di loro da eventi e iniziative di spessore e di qualità, diventano non "offerta" da vendere ma sistema che produce cultura, promuove il dialogo e la pace, diventa evangelizzante. Unendo le forze e indicando strategie comuni si rendono possibili nuove forme di presenza e azione in questo campo. "Terre di Senigallia: fede semplicità bellezza" nella Diocesi marchigiana è uno dei primi territori interessati; "Terra Celeste. I luoghi di Celestino V in terra d'Abruzzo" nella Diocesi di Chieti-vasto è frutto del lavoro del laboratorio sui Parchi della Scuola di Alta Formazione di Arte e Teologia della Pontificia Facoltà Teologica dell'Italia Meridionale, Sez. San Luigi; il "Parco Romanico di Almenno", a pochi chilometri da Bergamo, dove sono concentrate chiese romaniche di grande pregio, tra cui il Ponte di Clanezzo e il Tempietto di San Tomé è anch'esso oggetto di attenzione della Diocesi di Bergamo. I vantaggi offerti da questa nuova entità sono molteplici.

- La rete territoriale entrerebbe in rapporto con le altre reti (ecologico-ambientali, sistemi turistici locali, istituzioni) rispondendo così anche a esigenze complementari della fruizione culturale, turistica e del tempo libero.
- Il Parco potrebbe essere un fattore innovativo anche nella prospettiva del recupero e riuso del patrimonio ecclesiale, artistico ma anche immobiliare, mettendo in relazione soggetti locali diversi ma insieme interessati a dare un volto nuovo al turismo non vendendo ma *producendo cultura* e soprattutto *"itinerari di senso"*.
- È un'opportunità per le realtà più piccole, per le quali è faticoso e problematico trovare forze e finanziamenti per avviare progetti autonomi.
- Importante la possibilità di contribuire allo sviluppo economico e sociale *sostenibile* del territorio attraverso la generazione di un'economia di indotto ma anche offrendo concrete opportunità di lavoro ai giovani (l'occupazione culturale nel nostro Paese è del 2,1 per cento contro una media dei Paesi del Nord Europa del 3,3 per cento).
- Il Parco offrirebbe l'opportunità di far entrare a pieno titolo nella quotidianità della prassi ecclesiale ambiti pastorali apparentemente settoriali e ancillari, sicuramente nuovi, ma capaci di incidere negli stili di vita e nei comportamenti dell'uomo-turista.
- Non secondaria l'occasione di crescita per la vita di comunità ecclesiali che si trovano sollecitate ad accogliere al proprio interno, se pure per periodi delimitati di tempo, individui con storia, sensibilità ed esperienze diverse.



# *le Città Santuario*

L'*homo viator* di oggi manifesta nuovi bisogni. Molte ricerche inseriscono anche il bisogno **di immergersi nel luogo che si visita, di protagonismo (visit-attore), di ricerca** di cui la riscoperta del **“sacro”** è un segno. **Vuole capire l'anima del luogo che visita.** E se il luogo che visita ha il suo “centro”, il suo “sviluppo”, la sua “identità in un Santuario l'esperienza si fa più coinvolgente, evangelizzante, arricchente sul versante culturale.

**1. Le città-Santuario hanno un'anima.** C'è una **dimensione immateriale** nel suo sviluppo che è altrettanto necessaria per la sua **umanizzazione**.

**La dimensione spirituale** è generatrice di valori, di speranze, di sogni.

**Parlare di spirituale riferito ad una città, ad un paese, un borgo** è dire la sua identità e di solito essa è dinamica, sempre in costruzione, in continuo rinnovamento.. **Vive un continuo processo di mutamento ed ha una specifica vocazione:** attirare, attrarre, accogliere e tenere le porte aperte verso tutto ciò che è inatteso.

**Una vocazione alla pluralità e alla complessità.**

La città per dirla con Enzo Bianchi è segnata da tre elementi: **la differenza, l'alterità, la pluralità**. Anche i turisti sono segnati da questi tre elementi. **Turismo e città incontrano insieme la differenza, l'alterità e la pluralità**. E **l'accoglienza**, nei suoi elementi strutturali, logistici, emozionali, commerciali, culturali è chiamata a differenziarsi, relazionarsi, strutturarsi in una pluralità di atteggiamenti e proposte.

**2.** Lo *"spirituale"* contribuisce ad una nuova *"urbanità"* con i suoi luoghi che poi sono geograficamente centrali: pensate di solito a dove sono collocati la Cattedrale o un Santuario in una città, ai numerosi segni del sacro che la abitano. Allora lo *spirituale* va compreso come **il convergere di percorsi diversi, di tensioni e di istanze differenti**. E diventa principio di **identificazione, di senso, di orientamento**.

**3.** In molte città la presenza di un Santuario è.. "tutto". E' centrale. **Il simbolismo del centro:** nelle culture arcaiche il centro è là dove si dà la relazione al trascendente. E a partire da quel centro si organizza lo spazio e la struttura del villaggio, del borgo, della città. Attorno a quel centro si costruisce lo spazio vitale. Oggi sembra non esistere più questa cultura del centro. Si pensa che esistono altri centri. Crediamo che si possa trovare una sintesi **in un CENTRO che si MOLTIPLICA** in termini culturali ed esistenziali in **una PLURALITA' DI CENTRI** che è la rete di collegamento con le contrade, i quartieri (che a loro volta *hanno anche i loro "centri"*).

**4.** Per questo è importante non ridurre il "centro" ad un "non lieu" "non luogo": i luoghi dello spirituale sono luoghi antropologici che disegnano un universo simbolico cosa che non avviene con quelli che Marc Augè ha definito

NON LUOGHI (i centri commerciali, le grandi vie di comunicazione, i vari divertimentifici, compresi i villaggi turistici di massa) luoghi che non hanno identità, storia e relazioni.

**Il turista cerca accoglienza, incontro, relazione, simpatia, attenzione, vita.**

Allora bisognerà da parte nostra **ripensare il territorio** e abitarlo : è una condizione necessaria. Anche il territorio del turismo rischia di diventare un non-luogo: spazio che vorrebbero rispondere ai diversi bisogni di aggregazione, socialità, incontro, festa e si risolvono invece ad essere luoghi privi di identità, di relazioni, di progettualità, di storia; luoghi dove si transita, si gioca, ci si diverte, si fa affari, ma dove le individualità se si incrociano non entrano mai in relazione. Abitare il territorio del turismo, farne un "luogo aperto di relazioni" in cui si recupera il concetto di visitare ,viaggiare, accogliere in un'ottica che vuol dire "prossimità", "attenzione", "scambio da parte della Chiesa chiamata ad immergersi nel vasto e differenziato mondo turistico. Con un'ottica missionaria (nei contenuti, nei destinatari, nell'efficacia) la Comunità Ecclesiale esce dal seminato tradizionale, valorizza i luoghi "sacri" non solo nell'ottica dell'annuncio, della proposta cristiana ,ma anche della cultura. Incontra così nuovi "terreni", si apre al confronto con il mondo e semina speranza.

Cosa rappresenta, allora, a livello ecclesiale, sociale, culturale la presenza di un Santuario in una città territorio?

**Ecclesialmente:** *"si presenta come segno di una speciale benevolenza di Dio che, a partire dall'evento di fondazione, si prolunga nel tempo, come dimostrano le grazie concesse e le conversioni che vi si verificano. La sua forza di attrazione promana dall'evento di fondazione, dalla collocazione ambientale, dal richiamo spirituale che agisce come anticipazione della «patria vera». Ogni santuario ha, per così dire, un suo carisma, un suo messaggio, che perdura nei secoli. Anche per l'uomo disincantato di questo nostro tempo, i santuari veicolano il passaggio dal mondo visibile al mondo invisibile, comunicano i valori eterni che stanno alla base dell'esperienza spirituale."* (Cei, Nota Pastorale, *Venite saliamo sul monte del Signore* (Is.2,3) Il pellegrinaggio alle soglie del terzo millennio).

**Socialmente:** La presenza di un Santuario permea, impregna, plasma il territorio di atteggiamenti, comportamenti, stili di vita, valori. Cosa sarebbero oggi S.Giovanni Rotondo senza S.Pio, Loreto senza la Santa Casa, Padova senza S.Antonio, Cascia senza S.Rita, Torino senza i santi sociali dell'800 e via dicendo. Anche nel linguaggio comune il territorio assume, per chi lo frequenta, come

nome del luogo stesso la sua identificazione con la figura carismatica. E questo è bello perché il viaggio è anche ricerca di identità e radici: chi ha scoperto il gusto e l'arte di viaggiare sa di trovare se stesso attraverso gli altri. E soprattutto nel *totalmente Altro*. E questo apre l'uomo all'esplorazione di territori nuovi, sconosciuti, sconfinati, immensi: i territori della solitudine, dell'interiorità, del mistero. In sintesi un Santuario socialmente

- **identifica il territorio, la città**
- **ne manifesta il volto**
- **lo caratterizza**
- **lo promuove**

**culturalmente:** significa “ ritrovare i segni di una bimillenaria presenza cristiana. Segni anzitutto nella forma di arte religiosa (chiese, santuari, canoniche, abbazie, e relativi dipinti, sculture, oggetti sacri) ma anche di manifestazioni di devozione popolare (cippi di devozione mariana, crocefissi, ex-voto, sagre di paese, riti tradizionali) o di semplici elementi di costume spesso portatori di un lascito cristiano implicito, ma non per questo meno importante. Segni che hanno un valore non solo documentaristico, ma che parlano del passato e di chi ci ha preceduto, un passato sostanziato di valori e comportamenti profondamente cristiani, di fedeltà, laboriosità, e grande apertura alla vita. Segni che sollecitano un atteggiamento attivo e di sana curiosità, offrendosi solo a chi li sa cercare in città e in zone rurali, spesso estranee ai grandi flussi turistici. Segni che possono essere gustati in un clima di silenzio, che diventa sempre più complicato sperimentare nei ritmi della quotidianità.” (Siena, 2008, Convegno Cei sulla “Via Francigena)

Questi elementi esaltano il valore della Comunità Locale, ne caratterizza lo sviluppo e ne richiama valori quali

- **la sobrietà**
- **la cordialità**
- **la simpatia e l'empatia**
- **l'essenzialità**
- **il gusto dell'incontrarsi e dello stare insieme**
- **il raccontare**
- **il... pregare, contemplare, ammirare, stupire.**





# *il Turismo di Cooperazione*

È una formula usata nel nostro mondo dal **Centro Turistico Acli** e dal **Sistema Acli** ed è legato al “turismo di comunità” che fa di un luogo il “territorio dell’accoglienza” per eccellenza. È segno quindi dell’impegno creativo di questa Associazione.

Il turismo di cooperazione è legato infatti “*all’incontro e alla collaborazione con realtà locali che si occupano dei disagi e dei problemi di chi arriva*” (citazione aclista) non per turismo ma per disperazione e quindi necessità di interventi di condivisione: “*il turista in questo contesto diventa un vero e proprio viaggiatore cooperante*” che mette a disposizione parte del suo tempo di vacanza per “*innescare processi di solidarietà,*

*cambiamento e sviluppo con la sperimentazione di modelli nuovi e differenti di relazione*” (cfr. il dramma di Lampedusa, ma anche le “alluvioni” che hanno toccato e segnato diverse località turistiche).

“Il turismo di cooperazione diventa così uno strumento educativo e forma di cittadinanza attiva. Non irrilevante è poi il bacino di beneficiari potenziali se si considera la base” dell’associazionismo e del turismo sociale.

Questo tipo di turismo “contribuisce al rilancio della normalità di territori problematici e nello stesso tempo paesaggisticamente e culturalmente turistici, attraverso appunto un turismo consapevole, ragionato, responsabile che tenga insieme la dimensione classica del viaggiare con una dimensione del conoscere e del rispetto ambientale dei luoghi.







# *Celebrare con la Comunità Parrocchiale la Giornata Mondiale del Turismo 2014*

## Liturgia Domenicale

**1.** Domenica 28 settembre (giorno che segue la Gmt 2014) durante la Celebrazione Eucaristica domenicale si può compiere un gesto di saluto ed esprimere delle intenzioni nella Preghiera dei Fedeli:

**Saluto:** Termina la stagione turistica. Anche la nostra comunità si è arricchita della presenza di “nuovi” amici venuti da lontano. Con loro abbiamo vissuto *“tempi e spazi di raccoglimento, di meditazione, di calma”*. In tanti hanno avuto la gioia di scoprire e ammirare le bellezze che attraverso la natura e l’arte Dio ha profuso in questa nostra comunità. Abbiamo capito che il turista è un dono.

E questo dono è stato accolto offrendo a nostra volta quello che avevamo di più caro: la nostra vita di comunità, le nostre tradizioni, le nostre proposte, i nostri incontri. Insieme abbiamo gustato la gioia della serena fraternità e della sincera amicizia. La presenza di tanti nuovi volti ci ha aperti al dialogo, all’incontro, alla conoscenza dell’altro: Abbiamo fatto esperienza di comunione. Abbiamo vissuto anche momenti di festa, di svago, di divertimento.

Abbiamo insieme capito che la nostra festa è Cristo. Di nuovo insieme ci viene proposto di verificare se il tempo della vacanza, in questo tempo di difficoltà collettive, di crisi globale, di incertezza e di precarietà a motivo di tante difficoltà, sia stata occasione di un tempo vissuto all’insegna di una “sobrietà gioiosa”, dell’essenzialità, della semplicità.

Il tema della giornata *“turismo e sviluppo delle comunità locali”*, ci richiama a verificare se gli “stili” di vita nel “fare vacanza” in questo territorio siano stati improntati nell’ottica del senso del limite che i tempi impongono.

In questo Giorno del Signore ci illumini la sua Parola nell’essere cercatori di verità e di pace in questo nostro tempo.



## Per la Preghiera dei fedeli:

• Al termine della stagione turistica ringraziamo Dio per il dono del riposo, per gli incontri vissuti, per la bellezza contemplata, per l'accoglienza ricevuta e per tutti i momenti in cui abbiamo ammirato lo splendore della creazione e preghiamo per tutti gli operatori del turismo perché mossi dall'amore per il creato e ascoltando la voce di Colui che bussa alla porta favoriscano modelli di turismo equo, sostenibile, attento alla persona. Preghiamo.

• Perché la celebrazione della Giornata Mondiale del Turismo che ha per tema **"Il turismo e lo sviluppo delle comunità locali"** sia occasione per coltivare e diffondere il valore dell'ospitalità, dell'accoglienza, dell'incontro dando valore alla cultura e alle tradizioni del luogo e soprattutto lo stile di vita della comunità ospitante. Preghiamo.

• Perché l'incontro del viaggiatore con la bellezza del luogo sia occasione per ripartire da essa, la bellezza, per saziare la sua sete di infinito e per ricercare attraverso il bello, anche il vero, il buono e il santo. Preghiamo

## Proposte per l'animazione

**2.** Dove è consuetudine celebrare con i turisti e con le organizzazioni turistiche territoriali la **"festa di fine vacanza"** si può proporre una **serata di riflessione** a più voci sul tema della giornata valorizzando tradizioni, espressioni di vita, culture proprie del luogo.

**3.** Con i giovani interessati e impegnati nell'associazionismo e nella promozione di un turismo sostenibile si possono realizzare delle **Veglie tematiche** sul tema della "comunità ospitale" o sul rapporto "comunità turistica e comunità ecclesiale".

**4.** Il pellegrinaggio a piedi favorisce l'incontro con Dio, i fratelli ed esprime il volto di una comunità in cammino. Camminando si apprende meglio l'arte di pregare. È una preghiera che raccoglie la voce dell'universo, che contempla le meraviglie di Dio, apre allo stupore del "bello" che accompagna il cammino dell'uomo. È una preghiera "creaturale" quella del pellegrino. **Un pellegrinaggio con gli ospiti, i villeggianti, i turisti** in occasione della Gmt 2014 verso le chiese rurali di un territorio, verso le edicole sparse sui monti, verso eremi incastonati nella bellezza di paesaggi incontaminati o verso santuari che la tradizione e la devozione popolare hanno posto come mete abituali per il "riposo" del cuore, può diventare occasione di Meditazione e preghiera.

**5.** Valorizzare le "tipicità" del territorio: non solo quelle culturali, paesaggistiche, enogastronomiche, ma anche e soprattutto le "tipicità di vita" e le "tipicità religiose" (feste patronali, rievocazioni, figure e testimoni della fede).

**6.** Promuovere "l'uso delle arti" e delle opere d'arte presenti nel luogo per occasioni di "trasmissione della fede" ai visitatori attraverso la "via della bellezza" (presentazione di una opera, catechesi attraverso l'arte, serate di arte e fede).

**7.** Promuovere "momenti comunitari" tra residenti ed ospiti caratterizzati dalla convivialità, dalla dimensione ludica, dalla festa e dalla condivisione.

**8.** Nelle località turistiche con presenza di forti e evidenti disagi sociali (immigrazione, precarietà, povertà) promuovere momenti di "solidarietà" "attenzione" "condivisione" favorendo la cultura di un "turismo di cooperazione" in grado di favorire lo sviluppo dei territori.



*per la Preghiera  
individuale*



## **PREGHIERA DEL TURISTA**

Dammi, o Signore,  
la gioia di scoprire e ammirare le bellezze  
che attraverso la natura e l'arte  
hai profuso ad ogni passo nell' universo.

Dammi la gioia della serena fraternità  
e della sincera amicizia con tutti quelli  
che mi hai dato come compagni di viaggio.

Dammi la gioia di scoprire dei buoni fratelli  
in tutti quelli che incontrerò sul mio cammino.

Dammi la gioia di apprezzare  
le buone qualità di ciascuno e  
di passare fraternamente sopra i difetti di tutti.

Dammi la gioia della gentilezza,  
della stabilità di umore,  
della adattabilità alle circostanze,  
della sollecita puntualità in modo che  
nessuno abbia da me motivo di tristezza.

E conservami sempre nel cuore  
la gioia pensosa del viandante  
che passa per le vie del mondo  
come pellegrino e forestiero  
con lo sguardo sempre fisso alla Patria celeste.  
Amen.

## **PREGHIERA DELL'OSPITE**

Signore,  
che nel creato hai posto la firma più bella  
del tuo essere Dio,  
accogli la nostra gratitudine  
per essere tuoi figli amati.  
Quanto profondi i tuoi disegni  
in nostro favore.  
La creazione ci sprona ad essere  
autentici ogni giorno,  
perché assetati di vera pace.  
La contemplazione delle montagne  
ci faccia sentire  
l'urgenza di saperci giocare  
bene la nostra vita.

Gli ospiti che vivranno  
le loro vacanze,  
facendo esperienza  
dell'armonia del creato,  
possano riscoprire lo spessore  
delle loro esistenze,  
per ritornare alle proprie case  
rinnovati nel profondo,  
diventando lievito buono  
per le proprie comunità.  
Spirito Santo riempi d  
el tuo amore le menti  
e i cuori di ogni uomo e donna,  
perché siano testimoni credibili  
della Resurrezione del tuo Figlio.  
Amen

## **PREGHIERA DELL'ESCURSIONISTA**

Grazie, Signore  
per le gioie che ricevo dalla montagna,  
per la soddisfazione che provo  
quando raggiungo la cima,  
per lo stupore contemplativo che mi sopravviene  
quando lo sguardo si apre all'orizzonte sconfinato.

Grazie Signore,  
perché la montagna mi ricorda  
che ho bisogno di Te,  
che ho bisogno degli altri,  
che ho bisogno di essere libero dalle cose.

Ti prego Signore  
perché la cordialità e l'amicizia,  
doni spontaneamente scambiati in montagna  
diventino fatti concreti  
nella mia vita quotidiana.

Ti ricordo gli amici scomparsi,  
quelli che hanno chiuso la giornata terrena  
sui monti innevati o nei dirupi scoscesi.  
Amen.

## PREGHIERA DEL GIOVANE TURISTA

Aprimi, o Signore, il sentiero della vita e guidami sulle strade dei Tuoi desideri, insegnami i paesi della Tua dimora e fà risplendere ai miei occhi la meta delle mie fatiche.

Dammi di capire questa inquietudine che mi fa uomo della strada, questa curiosità che mi fa investigatore di bellezza, questa gioia che mi dà il giusto della vita e la volontà di fare del bene sulla terra.

Dammi di capire la bellezza delle cose e le parole che Tu esprimi a mio insegnamento dalle profondità di essa. Donami di comprendere la bontà delle cose e di saperne rettamente usare per la Tua gloria e per la mia felicità. La mia preghiera, il mio canto, il mio lavoro, tutta la mia vita siano espressioni di riconoscenza verso di Te.

Concedimi di capire gli uomini che incontro sul mio cammino e il dolore che nascondono, e quelli che dividono con me la fatica della strada, l'amore dell'avventura, la soddisfazione della scoperta: dammi il dono della vera amicizia e della vera allegria: fammi cordiale, attento, magnanimo, puro, misericordioso.

Fammi sentire la voce della strada: quella che mi invita sulle vie del mondo a conoscere sempre più i segni del Tuo amore, quella che batte il cammino dei cuori, quella che conosce il sentiero delle altezze dove Tu abiti nello splendore della Verità.

Lontano da Te e dalle Tue vie, fammi sentire l'inutilità del tutto, il silenzio e la sordità delle cose ed il desiderio della casa. A questa Casa dammi di poter giungere dove Tu con tutti i santi sei Bellezza vera, Luce increata, Amore pieno, Riposo perfetto. Amen.

*(Preghiera del CTG)*

## PREGHIERA DELL'ACCOGLIENZA

Aiutami Signore  
ad essere per tutti un amico  
che attende senza stancarsi,  
che ascolta senza fatica,  
che accoglie con bontà,  
che dà con amore.

Un amico che si è sempre certi  
di trovare quando se ne ha bisogno.

Aiutami ad essere una presenza sicura  
a cui ci si può rivolgere  
quando lo si desidera,  
ad offrire questa amicizia riposante,

che arricchisce con te e per te,  
ad irradiare una pace gioiosa,  
la tua pace, o Signore,  
sempre disponibile e accogliente.

Il tuo pensiero non mi abbandoni,  
per rimanere sempre nella tua verità  
e non venir meno alla tua legge.

Così, senza compiere opere straordinarie  
senza vanagloria,  
io possa aiutare gli altri a sentirti più vicino,  
perché la mia anima  
ti accoglie ad ogni istante.  
Amen.

## LIBERACI DALL'ESTRANEITÀ

Padre ti preghiamo,  
togli l'estraneità  
dai nostri cuori,  
e fa' che ci ritroviamo  
l'un l'altro,  
che nessuno disprezzi  
l'altro come estraneo.

Mostraci la strada  
che conduce all'uomo che  
ci è accanto  
affinché egli diventi  
il nostro prossimo,  
e dacci la stupefacente  
forza dell'amore  
che fa anche del più lontano  
il più vicino.

Facci riconoscere  
che siamo fatti a tua immagine  
e somiglianza,  
e che col tuo amore  
ci hai chiamati all'amore.  
Togli l'indifferenza e l'odio  
dai nostri cuori,  
e benedici noi  
con la grazia del perdono.  
*(Schalom Ben-Chorin)*

# Indice

<b>Il Turismo e lo Sviluppo delle Comunità</b>	<b>pag. 5</b>
<b>Turismo e Sviluppo Comunitario</b> <i>Messaggio del Pontificio Consiglio dei Migranti e degli Itineranti</i>	<b>pag. 7</b>
<b>Il Sistema Turistico e la Comunità Locale</b>	<b>pag. 11</b>
<b>Il Turismo di Comunità</b>	<b>pag. 13</b>
<b>Idee e Forme del Turismo di Comunità e di Sviluppo Locale</b> <i>1. Promosse nei Territori</i>	<b>pag. 15</b>
<i>2. Promosse dalla Comunità Cristiana</i> <b>Il Parco Culturale Ecclesiale</b>	<b>pag. 18</b>
<b>Le Città Santuario</b>	<b>pag. 20</b>
<b>Il Turismo di Cooperazione</b>	<b>pag. 23</b>
<i>Celebrare con la Comunità Parrocchiale</i> <b>La Giornata Mondiale del Turismo 2014</b>	<b>pag. 25</b>
<b>Per la Preghiera dei Fedeli</b>	<b>pag. 27</b>
<b>Proposte per l'Animazione</b>	<b>pag. 27</b>
<b>Per la Preghiera Individuale</b>	<b>pag. 29</b>
<i>Preghiera del Turista</i>	<i>pag. 29</i>
<i>Preghiera dell'Ospite</i>	<i>pag. 29</i>
<i>Preghiera dell'Escursionista</i>	<i>pag. 29</i>
<i>Preghiera del Giovane Turista</i>	<i>pag. 30</i>
<i>Preghiera dell'Accoglienza</i>	<i>pag. 30</i>
<i>Liberaci dall'Estraneità</i>	<i>pag. 30</i>

*24/25 Ottobre 2014*

CELEBRAZIONE NAZIONALE DELLA

*Giornata Mondiale  
del Turismo*

SUL TEMA



*il Turismo  
e lo Sviluppo  
delle Comunità*