

Antonio
Magliulo

Le case per ferie e il nuovo turismo sociale. Un'introduzione

Il turismo è la prima industria dell'economia mondiale.

Lo dimostrano le cifre. Il turismo genera circa il 10% del Pil (mondiale, europeo e nazionale) e occupa più del 10% della forza lavoro. Ma il dato più eclatante riguarda il futuro. Nel 1950 il numero di arrivi turistici internazionali, cioè di viaggi oltre i confini nazionali, era pari a 50 milioni. Nel 2000 era salito a 666 milioni. Nel 2010 aveva toccato la punta del miliardo. Nel 2020 raggiungerà la vetta di 1 miliardo e seicento milioni. Una crescita impressionante.

Eppure, il turismo resta, per molti aspetti, un enigma. Gli esperti, correttamente, sostengono che è improprio parlare di un settore. Nella contabilità nazionale, non a caso, manca un comparto denominato turismo e, di conseguenza, le statistiche divulgate diventano oggetto di interminabili controversie.

Anziché di turismo, aggiungono gli esperti, si dovrebbe parlare di turismi. E infatti, nella stampa specializzata e nel linguaggio comune, il turismo viene aggettivato in mille modi: culturale, balneare, montano, lacuale, congressuale, sociale, sostenibile. Ed anche se facciamo lo sforzo di fissare lo sguardo sul turista, ci accorgiamo che egli domanda, consuma e valuta, non un solo bene, ma un insieme di beni e servizi: dal trasporto all'accoglienza.

In questa ricerca ci occupiamo di un turismo – quello sociale – e di un'antica e nobile struttura ricettiva: le case per ferie. Abbiamo cercato di capire se, nella nuova economia di cui il turismo è la più potente espressione, esse hanno ancora una funzione da svolgere. Se sono ruderi di un mondo che declina o se, al contrario, possono essere le accoglienti dimore di un mondo che ascende.

Prima di spiegare com'è articolata la ricerca, abbiamo pensato che potesse essere utile, soprattutto per il lettore poco familiare con questi temi,

dire qualcosa sulla natura del turismo e dei turismi e sulla storia delle case per ferie e del turismo sociale.

La World Tourism Organization – la più autorevole organizzazione internazionale del settore – definisce turista chiunque viaggi in località diverse dal luogo di abituale residenza per un periodo compreso tra una notte e un anno e per uno scopo diverso dall'esercizio di un'attività remunerata nel paese visitato.

Spazio, tempo e scopo sono i fattori coesenziali del fenomeno turistico. Se ne manca uno, siamo in presenza d'altro.

Un giovane italiano lavora sei mesi in Francia come cameriere. Non è un turista: manca il terzo requisito. Una famiglia riminese trascorre le ferie nel vicino stabilimento balneare. Non sono turisti: manca il primo requisito. La stessa famiglia trascorre una giornata, senza pernottare, a Roma. Non sono turisti: manca il secondo requisito. Sono escursionisti: la durata del viaggio non comprende infatti «almeno una notte».

L'essenza economica del turismo è un reddito prodotto nel luogo di abituale residenza e speso altrove. Spesso per acquistare un paniere di beni – dal trasporto alla ristorazione – che, complessivamente, soddisfano un bisogno dominante, diverso da quello di procurarsi un reddito.

Gli scopi del viaggio sono molti. La World Tourism Organization ne elenca alcuni, quasi a titolo esemplificativo: si viaggia per svago, riposo, cultura, salute, benessere, per partecipare a convegni e convention o per visitare amici e parenti. La stessa organizzazione, sempre a titolo esemplificativo, raccoglie le tante possibili motivazioni in due classi, che costituiscono le forme principali di turismo: *leisure* e *business*.

Vi sono fattori *push*, che spingono un soggetto ad abbandonare temporaneamente il luogo di abituale residenza (per svago, riposo, cultura...) e fattori *pull*, che lo attraggono verso una particolare destinazione.

Combinando i due fattori troviamo i diversi turismi. Nella destinazione c'è un attrattore (mare, arte, terme ...) che soddisfa un bisogno prevalente (di relax, cultura, benessere...). Abbiamo così i turismi: balneare, culturale, termale...

La combinazione tra *push factors* e *pull factors* dovrebbe consentire di identificare anche i caratteri del turismo sociale. Qui invece il discorso si complica.

Il Bureau International du Tourism Sociale – recentemente ribattezzato Organization International du Tourism Sociale – è ancora alla ricerca di una soddisfacente definizione universale e, per circoscrivere il proprio ambito, ha adottato una formulazione proposta nel 2006 dall'European Economic and Social Committee.

Si ha un'attività di turismo sociale quando sussistono tre condizioni:

1. deve essere accertata l'incapacità, parziale o totale, economica o di altra natura, ad esercitare il diritto alla vacanza;

2. un soggetto, pubblico o privato, intraprende un'azione volta a ridurre o rimuovere l'impedimento;
3. l'azione deve ispirarsi a principi di sostenibilità, accessibilità e solidarietà.

La definizione solleva qualche legittimo interrogativo. In che senso sociale? Perché aspira ad includere soggetti a cui è precluso, in modo parziale o totale, il diritto al turismo? O sociale anche nel senso che mira a soddisfare un prevalente bisogno di socialità che emerge in quanti domandano e praticano questa forma di turismo?

La storia, come sempre, aiuta a sciogliere i dubbi e a chiarire i significati.

La storia del turismo sociale è in gran parte da scrivere. Quello che qui si può fare è tracciare un rapido schizzo.

Le origini sono incerte. Secondo alcuni, il turismo sociale nasce in Francia nel 1936 quando una legge nazionale garantisce a tutti le ferie pagate riconoscendo, di fatto, il diritto alle vacanze. Secondo altri, nasce in Svizzera nel 1939 quando l'istituzione di una Cassa viaggi e vacanze permette a lavoratori, fino ad allora esclusi, di poter trascorrere periodi di vacanza in bassa stagione. Altri ricordano i treni popolari e le colonie estive organizzate dal fascismo per le fasce meno abbienti della popolazione. Negli stessi anni sorgono le nuove case per ferie, eredi di un turismo religioso proto-moderno. Nell'estate del 1923 Don Luigi Re fonda a Motta, in Valchiavenna, una casa alpina che potrà ospitare fino a cinquecento persone.

Ma forse, come ha osservato qualche storico, il turismo sociale nasce molto prima, in Inghilterra, il 5 luglio 1841. Quel giorno, Thomas Cook, fervente apostolo della Temperance Society, organizza un viaggio in treno da Loughborough a Leicester. L'iniziativa rientra in un più vasto programma di lotta all'alcolismo. Il viaggio è organizzato in modo tale da garantire la massima partecipazione. La speranza, e il proposito, è che la bellezza di luoghi mai visti prima e di amicizie inaspettatamente sbocciate nel tragitto possa prevalere su un'atavica malattia sociale.

A quel viaggio ne seguono altri e Cook fonda il primo, moderno, tour operator.

Il turismo moderno nasce, cioè, sociale.

Nel secondo dopoguerra, il turismo diventa di massa. Nella Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo, siglata a Parigi il 10 dicembre 1948, viene riconosciuto che «ogni individuo ha diritto alla libertà di movimento e di residenza entro i confini di ogni Stato e che ha il diritto di lasciare qualsiasi paese, e di ritornarvi». Inoltre «ogni individuo ha il diritto al riposo e allo svago, ad un orario lavorativo limitato ed a congedi periodici remunerati».

Negli anni cinquanta si svolge una serie di convegni internazionali che sfocia nella costituzione, avvenuta nel 1963, del Bureau International du Tourism Sociale (BITS).

Nel 1958 viene approvata in Italia la prima normativa che disciplina, ma non incentiva, i «complessi ricettivi complementari a carattere turistico sociale», tra cui le case per ferie. La Legge n. 326 del 21 marzo 1958, all'articolo 1, recita: «Sono case per ferie i complessi ricettivi stabili sommariamente attrezzati per ospitare, in periodi determinati, i dipendenti di amministrazioni o aziende pubbliche o private e i soci di associazioni ed organizzazioni aventi esclusivo fine di assistenza sociale».

Le case per ferie, secondo la legge, sono strutture ricettive, «sommariamente attrezzate», per ospitare dipendenti (pubblici e privati) e soci di enti assistenziali. Perseguono cioè un fine mutualistico.

Nel 1952 le Case affiliate all'Azione Cattolica sono 152.

Il 12 marzo 1968 viene approvata la legge n. 326, che finalmente incentiva i complessi ricettivi complementari.

Il 1972 è un anno di svolta. A Vienna il BITS approva una Carta che all'articolo 1 definisce il turismo un diritto inalienabile dell'uomo e all'articolo 8 affida allo Stato il compito di sviluppare una politica sociale del turismo (Dall'Ara e Montanari 2005: 32).

Nello stesso anno viene trasferita alle regioni italiane la potestà legislativa in materia di turismo.

La legge quadro sul turismo, la n. 217 del 17 maggio 1983, conferma il carattere mutualistico delle organizzazioni senza scopo di lucro. Recita l'articolo 10: «Le associazioni senza scopo di lucro che operano a livello nazionale per finalità ricreative, culturali, religiose o sociali, sono autorizzate, esclusivamente per i propri associati, ad esercitare attività turistiche e ricettive».

L'articolo 6 disciplina l'attività delle case per ferie: «strutture ricettive attrezzate per il soggiorno temporaneo di persone o gruppi e gestite, al di fuori di normali canali commerciali, da enti pubblici, associazioni o enti religiosi operanti senza fine di lucro per il conseguimento di finalità sociali, culturali, assistenziali, religiose, o sportive, nonché da enti o aziende per il soggiorno dei propri dipendenti e loro familiari».

Le case per ferie, secondo la legge quadro, sono strutture ricettive attrezzate per singoli e gruppi e gestite da organizzazioni, pubbliche o private, non profit o profit, che, nello svolgimento della loro attività, perseguono fini non di lucro (sociali, culturali, sportivi...).

Due sembrano essere i caratteri distintivi:

- a. le strutture ricettive sono attrezzate per ospitare sia singoli che gruppi;
- b. la gestione è affidata a enti di varia natura che perseguono un fine sociale.

La successiva legge quadro, approvata nel 2001, non muta lo scenario giuridico.

Negli anni novanta del Novecento inizia l'era del turismo postmoderno. In realtà, inizia l'era dell'economia postmoderna. Il turismo è, infatti,

soltanto la propaggine avanzata di un movimento più ampio. Nel tempo dell'economia (e del turismo) moderno si riteneva che il benessere economico dipendesse prevalentemente dalla disponibilità di beni di consumo. Nel tempo dell'economia (e del turismo) postmoderno si riscopre il valore dei beni relazionali. Ci si accorge che le relazioni umane non servono soltanto a procurarsi beni. Sono esse stesse un bene, che incide, positivamente o negativamente, sul benessere umano. I rapporti di lavoro, per esempio, servono certamente a procurarsi i mezzi necessari per soddisfare i bisogni. Ma la qualità delle relazioni che si instaurano nei luoghi di lavoro incide in sé, direttamente, sulla soddisfazione di alcuni primari bisogni di stima e autorealizzazione. Lo stesso accade nel turismo. Si può tristemente soggiornare nel più lussuoso albergo di Manhattan o trascorrere felicemente una vacanza con gli amici nel più sobrio campeggio della Toscana. Ciò che fa la differenza non è il luogo, ma l'esperienza che là si vive. Scrive Patrizia Battilani (2009: 14): «L'epoca del turismo postmoderno è quella che stiamo vivendo: in essa non ci sono nuovi luoghi da scoprire, poiché ogni stazione è stata raggiunta non solo dal turismo d'élite, ma anche da quello di massa. Non sono più le mete a fare quindi la differenza, ma le esperienze che si possono vivere»

Gli ultimi anni sono stati per il turismo sociale una fase di crescita e di incertezza: crescita economica e incertezza identitaria. La postmodernità ha rappresentato una minaccia e, insieme, una grande opportunità. In passato il turismo sociale costituiva una 'povera nicchia'. Oggi è un potenziale business. Il rischio è l'omologazione: di non riuscire più a capire, e a far comprendere, cosa differenzia, per esempio, una casa per ferie da un normale albergo. L'opportunità è di poter soddisfare più e meglio di altri la crescente domanda di relazionalità che emerge dall'economia e nel turismo.

Il 19 ottobre 2007 è un altro, e per ora l'ultimo, giorno di svolta. La Commissione europea approva la comunicazione «Agenda per un turismo sostenibile e competitivo» in cui traccia una strategia di politica turistica che connette competitività, sostenibilità e socialità.

Il turismo è competitivo se è sostenibile. Se cioè protegge, valorizza e preserva, per le generazioni future, l'intero capitale turistico. Una destinazione che è in grado di ridurre l'impatto negativo dei trasporti, migliorare la qualità di vita dei residenti, attenuare la stagionalità delle presenze, rafforzare l'identità locale, e raggiungere altri obiettivi di sostenibilità, è più competitiva nel presente e nel futuro.

Ma il turismo è sostenibile se è anche sociale se cioè – come recita la comunicazione – tende a «rendere disponibile a tutti senza discriminazioni le esperienze turistiche».

Qui, come si vede, sociale sta per inclusivo, in un'accezione ampia.

Nel 2009 la Commissione Europea lancia il progetto Calypso. Il progetto evoca la ninfa greca che per sette anni trattenne Ulisse nella propria isola impedendogli di riprendere il viaggio. La Commissione vuole rimuovere

gli ostacoli che impediscono a larghe fasce della popolazione europea di fare l'esperienza del viaggio. Lo scopo è allungare la stagione turistica e rafforzare il sentimento di appartenenza alla comunità europea.

Il progetto individua quattro categorie di soggetti svantaggiati: i giovani in età compresa tra 18 e 30 anni, gli anziani over 65, i diversamente abili e le famiglie con difficoltà economiche.

Qui, come si vede, sociale sta ancora per inclusivo, ma in un'accezione ristretta. E solleva ancora un legittimo interrogativo: l'inclusione riguarda soltanto le quattro categorie di soggetti svantaggiati elencate nel progetto Calypso o va intesa, come nella legislazione italiana e nei programmi europei, in un'accezione più ampia?

Infine, il 30 giugno 2010 la Commissione europea approva la comunicazione «L'Europa, prima destinazione turistica mondiale» che delinea una politica volta a sviluppare un turismo competitivo, sostenibile e sociale.

La breve storia che abbiamo tratteggiato aiuta, pur lasciando alcune domande aperte, a sciogliere i dubbi e a chiarire i caratteri identitari.

Il turismo sociale è un'attività economica diretta a consentire al maggior numero di persone di esercitare il diritto alla vacanza per soddisfare un prevalente bisogno di socialità. È inclusivo, non profit e relazionale.

Inclusivo: mira ad estendere il diritto alla vacanza alle generazioni presenti e a quelle future. L'inclusione, in questa accezione, comprende la sostenibilità, intesa come solidarietà intergenerazionale.

Non profit: è gestito da soggetti che perseguono un fine sociale. La socialità praticata dagli stessi gestori concorre a creare un clima relazionale che trasforma il cliente in ospite.

Relazionale: è organizzato per rendere possibile anche un'esperienza di relazionalità umana. Insieme ai tradizionali beni e servizi, sono infatti co-prodotti e co-consumati altri beni: familiarità, amicizia, *agàpe*.

Il turismo, come si vede, è sociale nel fine politico (l'inclusione), nell'organizzazione economica (non profit) e nella connotazione della domanda (relazionale). Una socialità tridimensionale.

Un albergo a cinque stelle abbatte le barriere architettoniche e consente ad una persona diversamente abile di trascorrere un soggiorno in montagna. È un turismo inclusivo ma non pienamente sociale (è *for profit* e non è relazionale).

Un gruppo di famiglie, con tanti figli e senza particolari problemi economici, soggiorna a Roma in una struttura ricettiva complementare. Lo scopo della vacanza è duplice: visitare Roma e godere della compagnia di amici. È un turismo pienamente sociale: è inclusivo (garantisce il diritto alla vacanza a soggetti che altrimenti sarebbero esclusi), non profit (si svolge in strutture gestite da organizzazioni che perseguono un fine sociale), relazionale (l'organizzazione del luogo permette di vivere un'esperienza di amicizia).

La ricerca che presentiamo è nata con l'intento di capire se le case per ferie possono essere ancora strutture ricettive idonee a soddisfare i molteplici bisogni del turista postmoderno.

La ricerca è idealmente divisa in due parti.

Nella prima parte si è cercato di descrivere cosa sono oggi le case per ferie.

Lucia Varra inquadra il fenomeno nel contesto culturale e nel variegato quadro giuridico nazionale e regionale.

Francesca Papini presenta i risultati di un'indagine campionaria condotta su circa duecento strutture alle quali è stato somministrato un questionario contenente informazioni volte ad indagare le caratteristiche istituzionali e gestionali, nonché i rapporti che queste strutture instaurano con i turisti e il territorio.

Nella seconda parte si è cercato di descrivere cosa possono diventare le case per ferie nell'immediato futuro.

Negli ultimi due contributi, Lucia Varra rielabora, in modo originale, una teoria classica dei bisogni per ridisegnare le molteplici e potenziali funzioni delle antiche strutture ricettive.

Nelle conclusioni cercheremo di stabilire se, e a quali condizioni, le case per ferie possono essere accoglienti dimore del nuovo turismo sociale¹.

¹ Per un'introduzione all'economia del turismo, cfr. Magliulo (2007). Sui beni relazionali, cfr. Bruni (2006), Zamagni (2006) e Magliulo (2008). Sulla storia del turismo, cfr. Battilani (2009). Su storia e caratteri del turismo sociale, cfr. Dall'Ara e Montanari (2005), Tonini (2007), Magistrali (2008), Carera (2008), Laurano (2010). Sul turismo sociale in Italia, cfr. Magliulo, Papini, Varra *et al.* (2010). Sull'identità delle case per ferie, cfr. Conferenza Episcopale Italiana (2009).