

CNEL
CONSIGLIO NAZIONALE DELL'ECONOMIA E DEL LAVORO

Commissione Attività produttive e risorse ambientali (VI)

Proposta di convenzione di ricerca

**TURISMO SOCIALE: NUOVI PARADIGMI E TRACCIATI DI
SVILUPPO**

Assemblea
28 novembre 2002

Schema di ricerca

**TURISMO SOCIALE: NUOVI PARADIGMI E
NUOVI TRACCIATI DI SVILUPPO**

I COSTI DELLA RICERCA

La ricerca, come formulata nella presente progettazione, comporta un notevole lavoro progettuale, operativo e redazionale.

- Sono state individuate 10 attività operative.

1. Definizione del progetto esecutivo di ricerca.
2. Analisi dei contesti.
3. Realizzazione delle interviste ai dirigenti delle organizzazioni ed elaborazione degli output.
4. Effettuazione degli incontri con gli stakeholders e redazione dei materiali.
5. Lavoro collettivo sulla concettualizzazione del nuovo paradigma.
6. Studio delle modalità di intervento nello sviluppo locale.
7. Definizione del percorso di apprendimento dei dirigenti.
8. Redazione del testo finale della ricerca.
9. Preparazione degli schemi di presentazione.
10. Presentazione della ricerca.

I costi sono comprensivi di tutte le attività e dei costi logistici di trasporto e diaria per le interviste e gli incontri.

Il costo globale è di € 44.800,00 + IVA.

Schema di ricerca

**TURISMO SOCIALE: NUOVI PARADIGMI E
NUOVI TRACCIATI DI SVILUPPO**

MOTIVAZIONI E FINALITÀ DELLA RICERCA

Il turismo sociale oggi si trova in una fase di trasformazione critica. I tradizionali modelli organizzativi, le consolidate attività, la storica base sociale di riferimento non sono più dati sicuri del suo operare.

D'altra parte si riconosce che una "risocializzazione" delle società e dell'economia può essere una risposta a numerosi fattori di crisi ora presenti sia a livello locale che internazionale.

Le imprese si associano per competere, i territori si aggregano per il loro sviluppo, le persone sentono sempre più l'esigenza della relazione.

Anche a livello internazionale si generano nuove logiche di globalizzazione, glocalizzazione e glocalizzazione (globalizzazione socializzata). L'attenzione integrata alla dimensione locale / nazionale / globale "attraverserà" il tracciato della relazione.

In particolare si hanno i segnali deboli di quella "voglia di comunità" che è un ambiente culturale di riferimento per il turismo sociale.

Del resto anche la forte centralità dei sistemi turistici locali, individuata dall'ultima legge di riforma del settore turistico, costituisce un ambiente organizzativo/amministrativo di riferimento dove le organizzazioni del turismo sociale possono svolgere un nuovo ruolo protagonista.

Le **finalità** di questa ricerca sono quindi riferite a:

1. **costruire le condizioni culturali/organizzative** affinché il turismo sociale possa nel futuro svolgere ancora un ruolo generatore di valore sociale, culturale ed economico, con particolare riferimento alle tematiche riguardanti la qualità della vita, la salvaguardia e la

valorizzazione del territorio, la diffusione delle culture, la socializzazione e la crescita dell'uomo, l'accesso di tutti al turismo;

2. **analizzare le opportunità/criticità del contesto presente e prevedibile** per inserire il turismo da protagonista nel settore;
3. **valutare lo stato attuale delle organizzazioni** del turismo sociale attraverso l'analisi autoperceptiva dei loro dirigenti;
4. **identificare le aspettative dei vari pubblici interessati** del turismo sociale;
5. **costruire un nuovo paradigma di riferimento** del turismo sociale individuato nel passaggio dallo sviluppo del turismo al "turismo dello sviluppo" delle persone, delle organizzazioni, delle comunità;
6. **collegare la nuova prospettiva del turismo sociale allo sviluppo locale in una dimensione globalizzata**;
7. **definire un percorso di crescita** attraverso l'apprendimento della classe dirigente delle organizzazioni del turismo, e la rete comune dei servizi per i circoli aziendali, case per ferie e ostelli della gioventù (con un marchio di qualità), promozioni e commercializzazioni, sistema buoni vacanze, turismo giovanile e turismo sportivo;
8. **sfumare e superare i confini locali e nazionali per porre sempre in evidenza una dimensione globale del turismo sociale**, nella prospettiva anche di una riscrittura della missione e della visione futura della sua organizzazione di rappresentanza (BITS).

LE FASI DELLA RICERCA

In coerenza con le motivazioni e le finalità indicate la ricerca è stata strutturata in 6 parti, i cui contenuti sono così sintetizzabili.

Introduzione

Nell'introduzione saranno presentate le finalità, definite dopo gli incontri con la committenza.

Sarà presentata anche la logica di riferimento di tipo imprenditoriale tendente a collegare opportunità e motivi ispiratori (valori, mission, vision) a concreti modelli organizzativi, obiettivi, azioni.

PARTE I° Lo stato della situazione del turismo sociale

Nella logica imprenditoriale prima descritta questa parte analizza in una prospettiva positiva i nuovi dati del contesto del turismo sociale.

Saranno presentati i cambiamenti di scenario, le nuove soggettività e i segnali deboli del cambiamento, tutti colti come opportunità per un nuovo protagonismo del turismo sociale.

Dato l'approccio strategico/operativo della ricerca, in questa parte saranno descritti i tratti salienti percepiti dai dirigenti nei vari segmenti organizzativi/operativi del turismo sociale.

Saranno intervistati testimoni privilegiati aventi posizioni di rilievo nelle organizzazioni internazionali e nazionali, nel settore del turismo religioso, nei Cral, nei comuni che organizzano e ricevono il turismo sociale, nell'organizzazione del turismo scolastico e dei giovani.

Le interviste saranno realizzate attraverso una griglia sistemica e in logica diacronica per raccogliere le percezioni e le aspettative su variabili importanti del fenomeno del turismo sociale.

PARTE II° La percezione e le aspettative dei pubblici interessati del turismo sociale

Nella logica imprenditoriale realizzativa che si vuole proporre, nel turismo sociale è importante valutare le aspettative di importanti stakeholders. In particolare saranno ascoltati gli operatori del settore, il sindacato, il mondo dell'università, le istituzioni pubbliche.

L'output raccoglierà i materiali salienti emersi.

PARTE III° Lo stato dell'arte e le prospettive del turismo sociale a livello internazionale

In questa parte saranno spiegate le logiche di "glocalizzazione" che inseriscono il turismo sociale nelle dinamiche della globalizzazione.

Si farà quindi concretamente il punto sullo stato dell'organizzazione e delle esperienze internazionali del turismo sociale e si delineeranno le prospettive strategiche di una visione futura del turismo sociale a livello internazionale per favorire logiche "glocal" interculturali, reticolari, egualitarie, orientate all'apprendimento continuo, alla "voglia di comunità" anche a livello internazionale.

PARTE IV° Nuovi paradigmi e nuovi tracciati per il turismo sociale

In questa parte, sulla base del materiale raccolto e di processi di concettualizzazione, sarà formulata una nuova ipotesi di paradigma del turismo sociale.

In particolare sarà formulato il passaggio da logiche quantitative di sviluppo del turismo, a logiche qualitative di "turismo dello sviluppo" per le persone, le organizzazioni e le comunità.

Saranno poi definiti alcuni tracciati prioritari per trasformare la nuova visione in realtà e saranno identificate alcune priorità operative a livello di settore.

PARTE V° Un'area di intervento del turismo sociale: lo sviluppo "glocal"

Un'opportunità importante è quella di realizzare una presenza significativa delle organizzazioni del turismo sociale nei piani e nelle sedi istituzionali che attivano lo sviluppo locale e in una logica globalizzata di tipo sociale.

La globalizzazione ha infatti costruttivamente evidenziato l'esigenza di attivare le dinamiche di identità e di sviluppo a livello locale.

Il turismo sociale può sicuramente essere un turismo che aiuta l'identità e la conoscenza delle identità tra le varie comunità.

PARTE VI° Un percorso di apprendimento per gli operatori del turismo sociale

Quanto illustrato nelle parti precedenti pone quindi una serie di obiettivi, che possono essere trasformati in risultati grazie ad una rinnovata qualità dei gruppi dirigenti delle organizzazioni del turismo sociale.

In questa ultima parte verrà quindi illustrato un "percorso di apprendimento" in grado di aiutare i responsabili delle organizzazioni del turismo sociale a svolgere il ruolo innovativo che è stato evidenziato.

In egual misura verranno indicate modalità utili allo sviluppo delle reti di servizi per i vari settori.

LE ATTIVITÀ OPERATIVE E I TEMPI DELLA RICERCA

Come si evince dalla presentazione precedente, la ricerca comporta una numerosità elevata di attività operative.

Tali attività sono così elencabili.

1. **Definizione del progetto esecutivo di ricerca.**
2. **Analisi dei contesti.**
3. **Realizzazione delle interviste ai dirigenti delle organizzazioni ed elaborazione degli output.**
4. **Effettuazione degli incontri con gli stakeholders e redazione dei materiali.**
5. **Lavoro collettivo sulla concettualizzazione del nuovo paradigma.**
6. **Studio delle modalità di intervento nello sviluppo locale.**
7. **Definizione del percorso di apprendimento dei dirigenti.**
8. **Redazione del testo finale della ricerca.**
9. **Preparazione degli schemi di presentazione.**
10. **Presentazione della ricerca.**

I tempi di consegna della ricerca possono variare da 4 a 6 mesi dall'assegnazione dell'incarico.

LO STAFF DI RICERCA

La ricerca sarà realizzata dalla Sangalli & associati, società di consulenza di direzione specializzata negli approcci manageriali innovativi per i dirigenti delle organizzazioni sociali e cooperative.

Direttore della ricerca sarà il prof. Flavio Sangalli, docente di Organizzazione Aziendale al Corso di Laurea in Scienze del Turismo e Comunità Locale presso la Facoltà di Sociologia dell'Università di Milano Bicocca.

Nel curriculum allegato è indicata l'attività trentennale nel settore del turismo sociale e delle organizzazioni non profit, sia a livello di ricerca, formazione e consulenza che dirigenziale.

Collaboreranno alle varie fasi della ricerca:

- prof. Nicolò Costa, professore associato di Sociologia del Turismo all'Università di Milano Bicocca;
- dott. Antonio Cicero, presidente del Cerit (Centro di ricerca sul turismo operante dal 1984);
- dott. Marco Sangalli, esperto nei processi formativi.

f.s. lug. 02