

VI° CONGRESSO NAZIONALE CTA

INSIEME SI PUO' Ri-generare cultura, socialità e solidarietà

Il Centro Turistico Acli

Il CTA è nato negli anni '60 come servizio sociale costituito dalle ACLI (Associazioni Cristiane Lavoratori Italiani) per dare risposte concrete alla nascente domanda di turismo da parte dei lavoratori e favorire nuova socialità, crescita umana e culturale. Il CTA è un'Associazione che vuole fare del turismo uno strumento di promozione ed inclusione sociale, uno "strumento di conoscenza per un nuovo umanesimo".

Oggi il CTA è un' **Associazione di Promozione Sociale** e il suo impegno è stato riconosciuto con l'assegnazione, nel 2013, del *Premio Europeo di Eccellenza per il Turismo Accessibile*.

Tra le caratteristiche che contraddistinguono il CTA, sono:

- **la diffusione sul territorio** - l'Associazione conta 90 tra sedi regionali, provinciali e strutture di base; 20.000 iscritti nonché 170 operatori e volontari;
- **l'essere parte di un sistema più grande** - Associazione Specifica delle ACLI, che dà la possibilità di sviluppare collaborazioni ed interazioni con altri soggetti del sistema, come IPSIA, l'ONG che si occupa di cooperazione e sviluppo, la FAP Acli (Federazione Anziani Pensionati Acli), l'Unione Sportiva Acli, ecc.
- **l'essere in relazione con il territorio e con le istituzioni pubbliche e private (Comuni, Diocesi)** - il CTA siede al tavolo della **CEI, Conferenza Episcopale Italiano - Ufficio Nazionale per la Pastorale del Tempo Libero, Turismo e Sport** ed è socio **SISTUR, Società Italiana di Scienze del Turismo**.

I valori delle Acli e le finalità statutarie (art.1) sono i riferimenti di pensiero promotori dell'azione turistica del CTA. Corpo e sostanza del CTA sono le proprie strutture sparse su tutto il territorio nazionale e le loro attività sociali, svolte con impegno, passione e professionalità a favore dei propri soci e del sistema Acli.

Spunti tematici del VI° Congresso Nazionale CTA

In tempi di smarrimento dei riferimenti valoriali, di “commercializzazione” e “consumo” della cultura, la VIª Assemblea Nazionale CTA diventa occasione strategica di riflessione e rilettura delle proprie azioni associative in ambito turistico. **“Insieme si può: Ri-generare cultura, socialità e solidarietà”** è il titolo del Congresso, per condividere orientamenti e concetti quali sentieri di un cammino prima di pensiero e, poi, di azione.

Il titolo è anche un impegno chiaro del CTA nel rimarcare un’ identità associativa, plurale, una “Comunità delle Acli” votata all’impegno sociale, attraverso la propria azione di servizio nel turismo. Un titolo e un percorso congressuale “aperto” alle riflessioni ed indicazioni dei territori, per arricchire le declinazioni del “turismo generativo” (accessibile, promotore della cultura dell’incontro, eco-logico, educativo, trasformativo, ecc.), nuovo paradigma del turismo sociale.

Le Assemblee Congressuali potranno compiere questo inedito “viaggio associativo” attraverso un processo collegiale di PENSIERO – AZIONE, ponendosi domande, anche scomode, per giungere ai fondamenti del “come” e “perché” le Acli esprimano azione sociale attraverso il turismo, passando e rilanciando il proprio impegno attraverso i “fondamentali” identitari dell’Associazione.

Abbiamo condiviso che il CTA è chiamato a fornire il proprio contributo per “dare più forza e concretezza alle Acli che vogliamo costruire insieme: offriamo volontari, esperienze personali, competenze, idee e contenuti. Partecipiamo, facciamo conoscere le nostre progettualità ed i nostri servizi utili a rafforzare il ruolo e l’azione delle Acli.

E, ancora, ribadiamo le nostre “3P”, (Passione, Progettazione, Professionalità) punti cardinali, elementi costitutivi e distintivi del nostro “fare associativo” e del nostro “fare turismo”.

Suggeriamo, alle Assemblee CTA, di avviare un proficuo confronto sulle domande e affermazioni, qui di seguito, oltre alle eventuali e diverse sollecitazioni che le Assemblee sapranno promuovere come stimolo al Congresso Nazionale. Rilanciamo la capacità di “abitare la domanda” dei soci, dei (nuovi) bisogni e istanze sociali, condividendo riflessioni per intraprendere insieme “strade nuove”.

- 1) Il turismo sociale nasce come attività esperienziale che promuove la cultura del viaggio: è ancora così? Siamo in grado di trasmetterla?
- 2) La programmazione e le attività associative corrispondono al “pensiero” e alle finalità sociali? In che misura?
- 3) L’impegno del CTA, come Acli nel turismo sociale, è una scelta socio-culturale prima che di servizio.
- 4) Quali sono i destinatari della nostra azione sociale?
- 5) Qual è il senso di essere un’associazione oggi? Quali i risvolti alla luce della Riforma del Terzo settore?
- 6) Impresa sociale e volontariato: mondi lontani o differenze che rafforzano?
- 7) Il “turismo generativo”, nuovo paradigma del turismo sociale: quali indicatori, valori e riferimenti?
- 8) “Laudato Si” e le buone pratiche del turismo per una eco-logia integrale: CTAmbiente!
- 9) Innovare e rinnovare: processi trasformativi in atto (modelli organizzativi, nuove tecnologie, mercato /e servizi turistici).
- 10) Alleanze e sinergie con le Acli ed il sistema: da rete a connessione stabile.
- 11) L’eterno mantra: “Essere CTA e fare le Acli / fare CTA ed essere Acli”.

Il Turismo Generativo - Generatività, il nuovo paradigma del turismo sociale

La “nov-azione” del concetto di turismo sociale non sarà semplicemente un decalogo o una carta dei servizi, ma un concetto, un’idea che tiene insieme molteplici fattori sociali declinati dalla pratica turistica. Le buone prassi, che costituiscono il pensiero turistico e sociale, possono essere codificate attraverso una nuova declinazione del turismo: il “**turismo generativo**”.

Turismo sociale: mentre il “sociale” spesso viene applicato, più o meno strumentalmente, più o meno consapevolmente, da altre modalità e organizzazioni turistiche, in modo proprio o improprio

(es. agenzie di viaggio), il turismo generativo non può che appartenere ai principi ed azioni delle organizzazioni di turismo sociale.

Il turismo può considerarsi generativo quando mette in moto un processo economico e sociale in grado di valorizzare le risorse di una comunità e stimolare processi di **promozione e innovazione sociale**.

Il CTA è un' Associazione di Promozione Sociale: la sua azione, quindi, deve essere volta a stimolare tali processi di promozione ed innovazione sociale nei luoghi da visitare e nei destinatari della proposta turistica.

Il turismo generativo crea **innovazione sociale** se si propone come ascolto e testimonianza sino a essere risposta ad alcuni problemi della comunità e del luogo con una strategia innovativa. Rappresentando, così, una discontinuità rispetto alle soluzioni tradizionali, il turismo generativo offre una risposta creativa, anche in ordine economico e sociale, a bisogni non soddisfatti né dal mercato né dalle istituzioni. Il turismo generativo contribuisce, in questo modo, a migliorare e a "ingenerare" benessere negli individui e nella collettività.

Il turismo generativo ha una **valenza sociale** "generando legami": aggrega soggetti che, altrimenti, avrebbero agito separatamente o sarebbero stati esclusi.

Il turismo generativo ha una **valenza educativa**: mette in contatto luoghi ed a confronto culture.

Il turismo generativo è la nuova frontiera verso la quale dirigere l'azione sociale che il CTA propone ai propri associati ed alle proprie strutture territoriali, per un "Turismo Sociale 2.0".

Mentre il turismo di cooperazione sostiene lo sviluppo economico e comunitario di aree non in grado di sfruttare al meglio le proprie potenzialità, il turismo generativo va "oltre". Intende, infatti, qualificare sia il metodo che i processi con cui vengono messi in moto i circuiti turistici, ed, in ultima analisi, i risultati "generativi" dei luoghi, delle comunità e dei fruitori, che il bagaglio di esperienze promuove quale "prodotto" del viaggio.

Questa nuova frontiera del turismo sociale impegna, quindi, in modo diverso, tutti i soggetti che operano attorno all'organizzazione dell'esperienza turistica, così come i destinatari.

Come per il turismo di cooperazione, la scelta del luogo è determinante: l'operatore CTA deve guardare con occhi nuovi al luogo che intende proporre ed avere la capacità di farsi animatore di comunità, coinvolgendo nell'organizzazione della proposta turistica, tutti i soggetti del posto in grado di valorizzarla al meglio e di cogliere l'occasione affinché, tale proposta, possa trasformarsi in volano di nuova economia ed innovazione sociale ed esperienziale.

Nel progetto "*I Love Lampedusa*" il CTA ha voluto, dopo un processo di "collegialità istituzionale" e comunitaria, rilanciare l'immagine dell'Isola e, di conseguenza, il turismo, principale fonte di lavoro e reddito. Le esperienze di accoglienza maturate dagli abitanti di Lampedusa e le storie raccolte in tanti anni di sbarchi, possono rappresentare un capitale umano da valorizzare per generare una



cultura dell'accoglienza in grado di contrastare la diffusione di sentimenti razzisti e xenofobi.

Come nel caso del turismo di cooperazione, il turismo generativo porta l'**Operatore CTA** non solo a preparare un "pacchetto" turistico, ma anche a predisporre una sorta di "progetto sociale" con obiettivi, risultati attesi e attività che andranno ad integrare la proposta turistica.

L'impegno nella formazione diventa, quindi, strategico nell'Associazione, così come il ruolo di assistenza e tutoraggio proprio della Sede Nazionale CTA.

A seconda dell'oggetto che emergerà dall'analisi di contesto, sarà necessario, quindi, pensare soluzioni diverse. Determinante, perciò, diventa la condivisione con i **destinatari** ai quali si propone il pacchetto-progetto turistico, la preparazione del viaggio ed i risultati, quantitativi e qualitativi, prodotti.

In questo processo volto ad un turismo generativo, assume una rilevanza strategica il **monitoraggio delle attività**, sia in fase di realizzazione che al termine del viaggio. La figura dell'accompagnatore turistico, colonna portante dell'esperienza di viaggio del CTA, potrebbe assumere, in questo caso, nuove ed importanti funzioni.

In questi ultimi 10 anni abbiamo visto diverse organizzazioni di turismo sociale implodere e scomparire. Dato in controtendenza, il Centro Turistico Acli ha visto un costante consolidamento della base associativa ed un aumento delle strutture affiliate. Il dato più rilevante è il rapporto quantitativo e qualitativo della base associativa: numero dei soci in rapporto alle attività svolte, alla vivacità della rete associativa ed esperienziale, significativa per lo stesso movimento aclista.

La ricerca continua di forme di turismo innovative, coerenti con la "mission" associativa, caratterizza l'azione sociale del CTA che esplora, anche insieme alle organizzazioni del sistema Acli e a partner esterni, ambiti e luoghi che, nonostante le potenzialità e le risorse, rimangono fuori dai circuiti turistici tradizionali, con l'obiettivo di "generare" azioni di utilità sociale e salvaguardia dell'ambiente per il bene comune. In ultima analisi, il CTA contribuisce a declinare i valori e la fedeltà delle Acli, contribuendo a rafforzare insieme il ruolo delle Acli stesse, perseguendo un'azione sociale che considera il turismo "strumento educativo e di conoscenza per un nuovo umanesimo".

Una nuova forma di turismo del CTA per il futuro

Il turismo sociale e responsabile, al quale il CTA si ispira, è un turismo in cui il viaggio esprime un proprio senso etico ed estetico: è, in altri termini, un "**turismo consapevole**". Il viaggiatore, nel benessere dell'esperienza del viaggio, va incontro a luoghi e persone con rispetto e disponibilità. È un viaggiare che si fa portatore dei principi di equità, sostenibilità e

tolleranza.

In questa dimensione, il turista è consapevole di sé e delle proprie azioni, (pertanto “responsabile”), anche quando queste sono mediate dal semplice atto di acquistare un biglietto, un souvenir o una stanza in cui dormire. Il turista “viaggiatore responsabile” sceglie la propria vacanza con un obiettivo specifico, che non è solo quello di viaggiare né, tanto meno, quello di consumare, ma di viaggiare con una chiara cognizione di sé nei luoghi che va a visitare e nelle relazioni che va ad instaurare, anche se temporanee. Pertanto il valore fondamentale del turismo sociale è la modalità culturale ed emotiva nell’approccio e nel confronto con persone, culture e luoghi del posto.

Questa forma nuova di turismo sociale si compone dei seguenti elementi:

- **la non casualità**: il viaggio viene costruito attorno ad un contatto con un gruppo o più gruppi del posto e affiancato dai canali del turismo tout court, con l’obiettivo che il percorso possa diventare una buona pratica di turismo di cooperazione replicabile;
- **la preparazione del viaggio**: mirata ad ottenere relazioni positive tra il gruppo (o il singolo viaggiatore) e gli ospitanti, instaurando relazioni autentiche, per esempio attivando le famiglie del posto che possano ospitare i viaggiatori e fare loro da guida sul territorio;
- **l’importanza delle valenze culturali**: l’approfondimento socio-culturale quale strumento per la rivalorizzazione del territorio e delle unicità locali e nazionali;
- **la cooperazione**: sostenendo piccoli progetti o iniziative locali volte a supportare i soggetti più svantaggiati come, ad esempio, i migranti.