

Valorizzazione dell'identità Turismo e comunità locali:

La coppia: turista-abitante e ...

Gabriele Guglielmi, ETLC President



**Seconda Conferenza
Internazionale
sul Turismo Sostenibile**

Sostenibilità, Competitività e Identità
nelle Destinazioni Turistiche

Palazzo dei Congressi di Riccione,
Riviera di Rimini, Italia
27/29 novembre 2008

**Second International
Conference
on Sustainable Tourism**

Sustainability, Competitiveness
and Identity in Tourism Destinations

Riccione Conference Centre,
Riviera di Rimini, Italy
27/29 November 2008

promossa da / promoted by



Provincia di Rimini



Regione Emilia-Romagna



ETLC

- ETLC (European Trade Union Liason Committee on Tourism). nasce nel 1995 con un accordo fra i tre Sindacati Europei rappresentativi dei lavoratori e delle lavoratrici del settore turistico: EFFAT (alberghi e ristorazione) ETF (Trasporti) UNI Europa (Servizi, Agenti di Viaggio e Tour Operators); ed i corrispondenti Sindacati al livello mondiale: IUF-UITA, ITF, UNI.
- In una **visione olistica del turismo**, ETLC mette insieme: i Paesi dell'Unione Europea dalla Svezia a Malta; dalla Finlandia a Cipro; i principali settori del Turismo: dagli alberghi ai ristoranti; dalle navi da crociera ai charter; dai parchi a tema ai Tour Operators

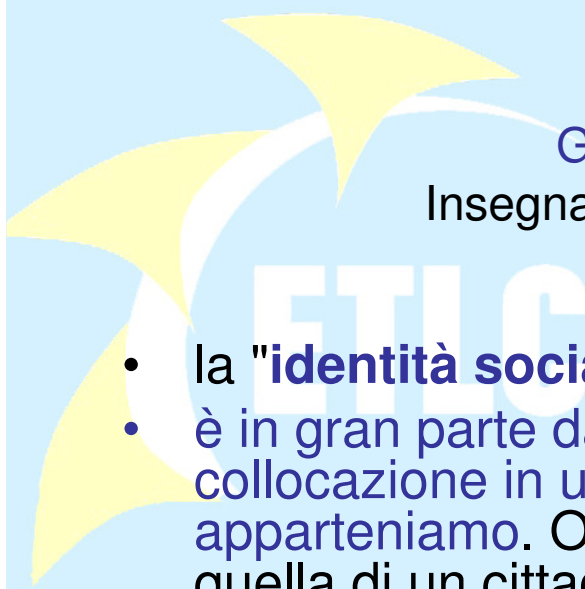
The logo for ETLC (Ente Nazionale per il Turismo) is located in the top left corner. It features a stylized yellow sun or umbrella shape with a white arc, and the letters 'ETLC' in a bold, white, sans-serif font.

ETLC /2

- ETLC rappresenta i lavoratori e le lavoratrici che erogano servizi turistici lungo tutta la filiera; in quell'anello (auspicabilmente senza scale e barriere) sul quale si muove il turista da quando decide di andare in vacanza a quando rientra a casa.
- ETLC rappresenta un range variabile fra i 9 e i 24 milioni di lavoratori del turismo per un fatturato che va dal 4% all'11%, a seconda che ci si riferisca al turismo in senso stretto o anche ai servizi da esso generati.



www.etc-network.eu

The logo for ETLC (European Training and Learning Centre) is located in the top left corner. It features a stylized yellow and white graphic resembling a sun or a flower, with the letters 'ETLC' in a bold, white, sans-serif font overlaid on it.

Giovanni Jervis, Psichiatra e psicologo
Insegna *Psicologia dinamica* all'Università di Roma

- la "**identità sociale**".
- è in gran parte data dal tipo di attività che svolgiamo, dalla nostra collocazione in una certa fascia sociale e dalla cultura a cui apparteniamo. Ovviamente l'identità di un contadino è diversa da quella di un cittadino, così come l'identità di una persona che abita in un paese del cosiddetto "Terzo Mondo" risulta differente da quella di un individuo del mondo industrializzato.
- Riguardo a tale aspetto le cose sono oggi molto cambiate: **il mondo si sta lentamente uniformando e sta mutando la possibilità di crearsi un'identità**. Quest'ultima, infatti, non deve più necessariamente essere coerente con quella data dalla cultura in cui siamo nati: oggi come oggi un individuo potrebbe essere stimolato a cambiare cultura, magari emigrando o tentando di migliorare la propria posizione sociale.

- **La “Identità dinamica”**
- Nelle società tradizionali ... il destino di un individuo veniva deciso dalla famiglia quando questo era ancora in età infantile. Anche all'interno dei ceti più elevati e privilegiati era abbastanza comune che il figlio continuasse **il mestiere** dei genitori.
- Questo è un aspetto abbastanza caratteristico delle piccole imprese commerciali o industriali: fino a poco tempo fa era tradizione che un'attività su base familiare di tal genere fosse gestita dalla persona che l'aveva creata e che, una volta assente il fondatore, venisse amministrata dai suoi figli. Questo modo di agire aveva - ed ha - una sua funzionalità, perché si trattava di imprese piccole che non dovevano essere particolarmente competitive.
- Se il volume d'affari della fabbrica subiva invece un incremento, non risultava altrettanto utile donarla alla propria prole, perché **i figli non sono necessariamente le persone più adatte a gestire un'impresa.**



Il turismo sostenibile

- *Il turismo sostenibile, oltre a mantenere un **alto livello di soddisfazione del turista**, deve:*
 - 1) *Utilizzare al meglio le **risorse ambientali** ...*
 - 2) *Rispettare l'**autenticità socioculturale delle comunità ospitanti**, conservare il loro patrimonio architettonico, di vita e di cultura e favorire la comprensione e la tolleranza interculturale.*
 - 3) *..., offrire **benefici socioeconomici equamente distribuiti tra tutti gli interlocutori sociali**, tra cui occupazione stabile, possibilità di conseguire un reddito e servizi sociali per le comunità ospitanti... attraverso la **partecipazione informata di tutti gli interlocutori sociali interessati***

(Fonte: **Eugenio Yunis UNWTO**)

The logo for ETLC (European Tourism Leadership Centre) is located in the top left corner. It features a stylized yellow and white graphic resembling a sun or a globe with curved lines, and the letters 'ETLC' in a bold, white, sans-serif font.

L'Europa

- L'Europa è la **prima area mondiale** in termini di arrivi turistici internazionali e di entrate turistiche internazionali (*Fonte: Barometro UNWTO*)
- L'Europa è il **primo mercato di produzione** del mondo “di turisti” e lo è anche per le destinazioni dei paesi meno sviluppati
- **in Africa in Asia e nell'America Latina**, gli europei rappresentano la parte consistente dei turisti internazionali
- L'Europa, avendo anche una maggiore consapevolezza degli aspetti della sostenibilità, **ha la responsabilità a livello globale per lo sviluppo sostenibile del turismo**

AZIONE per UN TURISMO EUROPEO PIÙ SOSTENIBILE

Rapporto del Gruppo per la Sostenibilità del Turismo

Febbraio 2007

Cosa intendiamo per destinazione?

Una destinazione è un'area

che presenta delle attrattive per i visitatori e che offre alloggi, attrazioni e servizi di sostegno. Può essere definita da confini fisici, tematici o amministrativi e abbraccia una serie di immagini e qualità caratteristiche che conferiscono un'identità di marchio. Le destinazioni dovrebbero essere luoghi con cui gli interessati del turismo hanno un'affinità naturale e all'interno dei quali trovano pratico lavorare assieme. Tipicamente, tale destinazione può essere una città, una località costiera o di montagna o un'ampia area rurale

con un'identità consolidata.

Verso una Rete Europea per un Turismo Sostenibile e Competitivo

Le politiche e gli strumenti per consolidare una strategia europea di rete di destinazioni di eccellenza per un turismo sostenibile e competitivo

Novembre 2007

The logo for ETLC (European Tourism Leadership Council) features a stylized yellow and white graphic on the left, resembling a sun or a wave, with the letters 'ETLC' in a bold, white, sans-serif font to its right.

ETLC

dieci Tematiche da presidiare:

- Impatto dei trasporti,
- **Qualità della vita dei residenti e della popolazione turistica,**
- **Qualità del lavoro,**
- **Allargamento del rapporto domanda/offerta rispetto all'obiettivo della destagionalizzazione,**
- Tutela attiva del Patrimonio Culturale funzionale al turismo,
- Tutela attiva del Patrimonio Ambientale funzionale al turismo,
- **Tutela attiva delle Identità delle destinazioni,**
- Diminuzione e ottimizzazione utilizzo delle risorse naturali con particolare riferimento all'Acqua,
- Diminuzione e ottimizzazione consumi di Energia,
- Diminuzione e gestione dei Rifiuti;

2004 - RICETTIVO - Incidenza stagionali per Regione

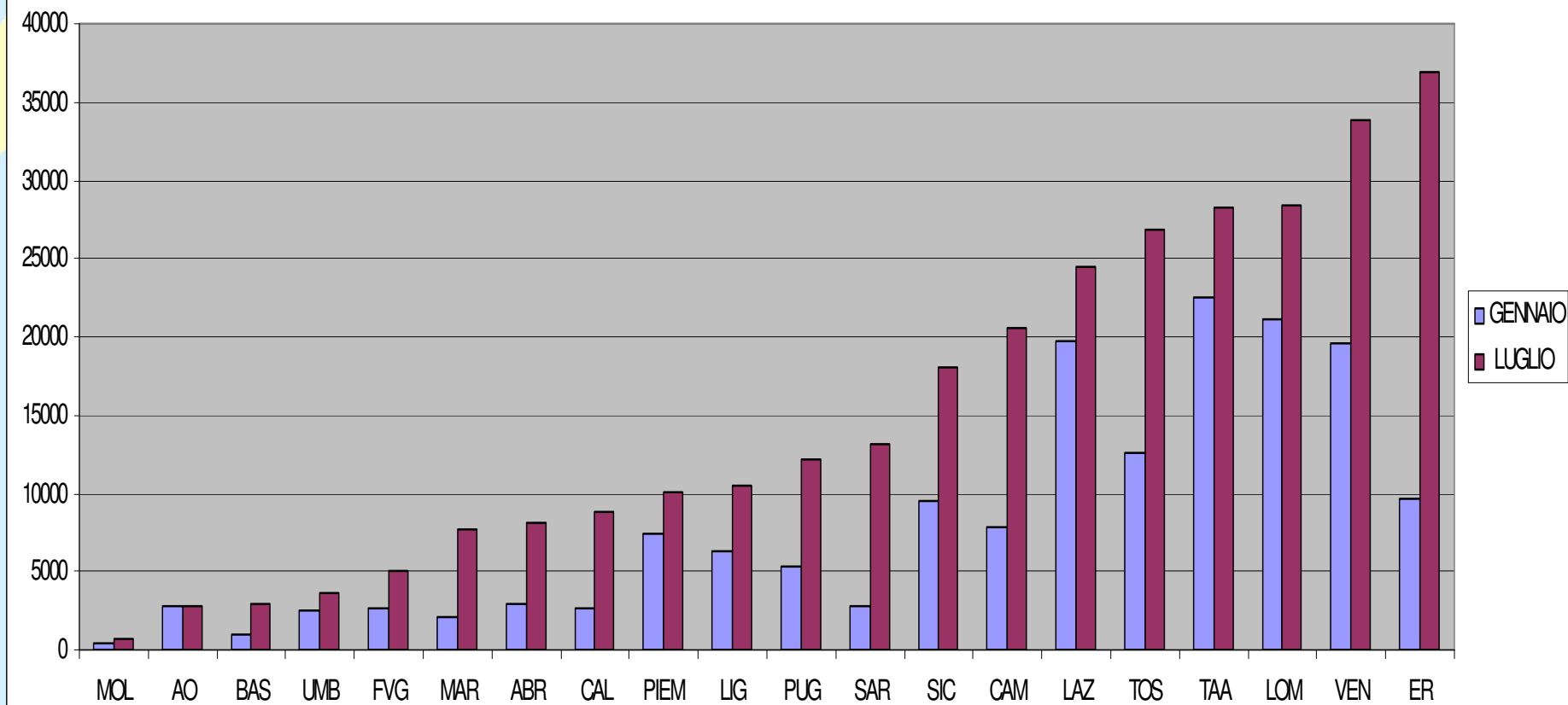



Table 8 – Regions (NUTS3) with the highest number of tourist bedplaces per inhabitant (2005)

Region (at NUTS 3 level)	Bedplaces in hotels and similar accommodation and tourist campsites	Population	Number of tourist bedplaces per 1000 inhabitants	Difference between regional and national unemployment rate (in percentage points)
Zakynthos (EL)	27 100	40 100	677	:
Chalkidiki (EL)	60 200	100 000	602	:
Dodekanisos (EL)	116 100	193 100	601	1.0
Außerfern (AT)	19 000	31 900	596	:
Tiroler Oberland (AT)	57 400	99 700	575	:
Rimini (IT)	159 700	288 400	554	-3.0
Hautes-Alpes (FR)	68 500	130 900	523	-1.9
Pinzgau-Pongau (AT)	76 800	164 200	468	-1.5
Rügen (DE)	32 600	71 700	455	10.3
Kyklades (EL)	49 700	110 400	450	-2.8
Corse-du-Sud (FR)	54 600	127 300	429	1.1
Oberkärnten (AT)	55 600	130 900	425	0.1
Tiroler Unterland (AT)	94 400	235 700	400	-2.0
Gerona (ES)	258 500	646 700	400	-1.9

Source: Eurostat, data derived from Tourism Statistics, Labour Market Statistics, Population statistics.

Notes: 1) ":" : data not available or confidential. 2) Data limited to Member States for which both series (tourism nights and unemployment) are available



 <p>COSTA ROMANTICA</p>	PASSEGGERI	1.697
	CABINE	678
	DI CUI X DISABILI	6
	EQUIPAGGIO	596



ENERO 2007 ESPANA			
	EXTRANJEROS	TOTAL	% EXTRANJEROS
COMERCIO AL POR MAYOR	71.175	860.204	8,3
COMERCIO AL POR MENOR	103.319	1.319.802	7,8
HOTELLERIA	210.801	864.121	24,4
TOTAL	385.295	3.044.127	

FUENTE: IMMIGRACION Y MERCADO DE TRABAIO INFORME 2007

The logo for ETLC (European Training and Learning Centre) is located in the top left corner. It features a stylized yellow and white graphic resembling a sun or a flower, with the letters 'ETLC' in a bold, white, sans-serif font overlaid on it.

Coppi o Bartali?

- In Italia si è Guelfi o Ghibellini
- Anche quando si riconosce che l'economia non può prescindere dal contributo delle lavoratrici e dei lavoratori immigrati, il dilemma diventa:

Integrazione o omologazione?

The logo for ETLC (Ente Nazionale per l'Integrazione) is located in the top left corner. It features a stylized yellow and white graphic resembling a sun or a flower, with the letters 'ETLC' in a bold, white, sans-serif font overlaid on it.

Ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali

Progetto Integrazione

Scena 1 – esterno – Operaio in un cantiere stradale

Aziz: oh mia bella madunnina the te brillet de lontan...

Scena 2 – esterno – Badante che accompagna donna anziana

Patricia: fatece largo che passamo noi, le giovanotte de sta Roma bella...

Scena 3 – interno – Barman

Andrij: Sciuri, sciuri, sciuri di tuttu l'annu

Scena 4 – interno – Pizzaiolo

Wassef: jammo, jammo,....

Voce fuori campo

Ambientarsi in un Paese nuovo può sembrare difficile, ma la conoscenza e il rispetto delle leggi ti aiutano a farlo meglio.

Consulta il manuale d'integrazione su www.lavoro.gov.it

ETLC - Riccione 28 11 2008



Wassef / Egitto

Napoletano da 3 anni

Nisciuno nasce imparato

Wassef / Egitto
Napoletano da 3 anni

Conoscere e rispettare le leggi italiane fa vivere meglio te e chi ti sta vicino. Vivere bene in Italia è un tuo diritto, ma dipende anche da te. Consulta il manuale d'integrazione su www.lavoro.gov.it

PROGETTO INTEGRAZIONE
SCOPRI I TUOI DIRITTI
APPRENDI I TUOI DOVERI

Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

The advertisement features a photograph of a smiling pizza chef in a white uniform and hat, working in a pizzeria. The background shows shelves with bottles and a pizza oven. The text is overlaid on the image in various colors and fonts, with some elements enclosed in white cloud-like shapes. At the bottom right, there is a small circular logo and the text 'Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali'.



Migliorare le condizioni di lavoro e FORMARE

ETLC

- I servizi sono erogati dalle **persone**
- La **Qualità** del servizio dipende dalle condizioni di lavoro e professionali degli addetti
- Il **rispetto**: delle norme sul lavoro e dei contratti collettivi; dei tempi e dei ritmi di lavoro;
- La diminuzione della stagionalità e il miglioramento delle condizioni possono **favorire il permanere dei lavoratori nel settore**



*Lavoratori esperti e da formarsi con continuità
per avere:*

servizi specializzati e su misura, per una garanzia di qualità

professionalità nell'accoglienza, per soddisfare le diverse esigenze

attenzione e comprensione dei bisogni speciali, per offrire una gamma di soluzioni diverse

efficienza e correttezza delle informazioni, per una completa trasparenza






impegno a sensibilizzare gli altri servizi del sistema ospitale, per facilitare ogni momento della vacanza



HOTREC



LOGIN

-  employer
-  employee
-  public services
-  bilateral entity
-  school / university /
vocational training center



self training tool



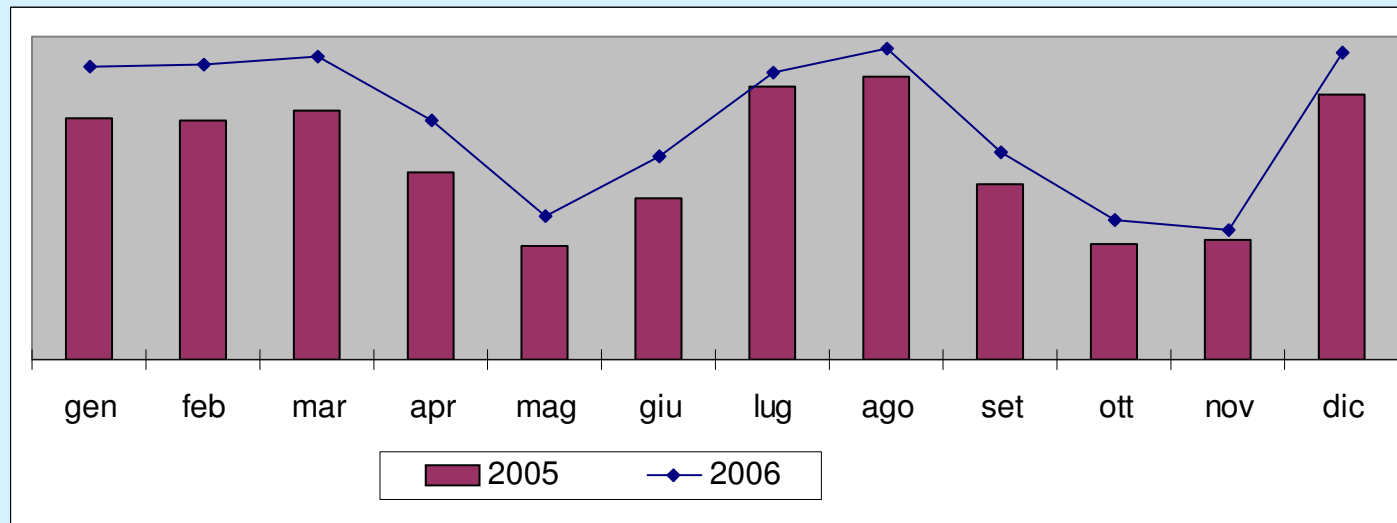
self training video




QUALIFICATION AND SKILLS PASSPORT FOR
THE EUROPEAN HOSPITALITY SECTOR

Lavoratori dipendenti da aziende turistiche della Valle d'Aosta

	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic
2005	4.463	4.454	4.623	3.487	2.129	3.018	5.057	5.249	3.261	2.155	2.219	4.917
2006	5.430	5.488	5.639	4.426	2.654	3.764	5.340	5.789	3.857	2.578	2.405	5.691



The logo for ETLC (Ente Turistico Regionale della Sardegna) is located on the left side of the slide. It features a stylized yellow and white graphic resembling a sun or a wave, with the letters 'ETLC' in a bold, white, sans-serif font overlaid on it.

Un marchio di qualità per l'artigianato sardo

- Lo scopo è valorizzare e tutelare le lavorazioni tradizionali
- E' un marchio collettivo geografico (Mcg) promosso dall'assessorato regionale del turismo, artigianato e commercio.
- Sarà applicato a una serie di prodotti artigianali per valorizzare e tutelare le lavorazioni tradizionali e il riconoscimento della loro origine "di Sardegna".
- Obiettivo della regione è valorizzare la qualità delle lavorazioni artigianali, l'unicità, il valore intrinseco delle opere attraverso il riconoscimento dell'origine.
- Le produzioni artigianali interessate dal marchio di qualità sono otto: la filigrana, il coltello, il gioiello, la tessitura, la ceramica, il legno la cestineria e il ferro battuto.

(Fonte Travelnostop 7 novembre 2008)

L'identità

ETLC



by Jonny Hart

ETLC - Riccione 28 11 2008

23



Thank you for your attention

Gabriele Guglielmi
ETLC President
c/o EFFAT

Rue Fossé aux Loups 38
B - 1000 Bruxelles

Tel: ++32-2-218 77 30

Fax: ++32-2-218 30 18

E-mail: gabriele.guglielmi@filcams.cgil.it

Web: www.etlc-network.eu