

PROPOSTE PER UN TURISMO FRIENDLY

di Titti De Simone (ex parlamentare, fondatrice di Arcilesbica nazionale)

Abstract

In molti paesi del mondo, in Europa sicuramente, e da qualche anno anche in alcune regioni italiane, la Toscana innanzitutto, gli enti del turismo, le istituzioni regionali sono attivi per sviluppare l'immagine di destinazione turistica friendly, e attirare così una domanda turistica di grande espansione ma finora trascurata, oltre a far crescere nella popolazione locale un sentimento di accoglienza e ospitalità. Si tratta della promozione di una offerta turistica che sa dare il benvenuto a donne e uomini dalle nuove, specifiche esigenze, che sa coniugare cultura e turismo, investendo sul contrasto alle discriminazioni, ai razzismi, al pregiudizio.

Questo discorso ha senz'altro una valenza sociale e culturale forte, che sa concretizzarsi anche in un volano per l'economia del settore, se si pensa che solo il turismo gay, in Italia rappresenta un volume di affari da 3 miliardi di euro all'anno. Di cosa si tratta, in particolare?

Prendiamo l'esempio del **turismo Lgbt**, cioè di una forma di turismo rivolto a persone gay, lesbiche, bisessuali e transessuali che desiderano viaggiare in **destinazioni gay friendly, ovvero ospitali e accoglienti senza pregiudizi**, in modo aperto, senza alcuna discriminazione o tensione, dove trovare strutture selezionate per essere "gay-owned" (cioè di proprietà e/o gestite da gay) o essere gay-friendly.

Come forma di industria turistica, questo settore ha raggiunto un notevole rilievo negli ultimi anni, dal momento che sono sorti, in Italia come nel mondo, agenzie di viaggio, tour operator, linee di crociera e aeree, enti del turismo nazionali o regionali che si sono rivolti a questo target, in maniera esclusiva o come una delle tante nicchie di mercato da scoprire.

Secondo Tourism Intelligence International (2000), circa il 10% dei turisti internazionali sono gay o lesbiche: 70 milioni di turisti che costituiscono ormai un importante segmento di mercato destinato a crescere come risultato della condizione sociale delle persone omosessuali.

Naturalmente a questo discorso noi aggiungiamo la valenza culturale e sociale di questo segmento di turismo.

Il nostro paese registra un ritardo notevole, ad eccezione delle regioni come la Toscana e l'Emilia Romagna che hanno avviato progetti in tale direzione. La Puglia, che sta diventando sempre più meta di un turismo internazionale, per la sua bellezza, per la sua storia, e per la sua tradizione di accoglienza, può prepararsi a un approccio turistico *friendly*. Il turismo gayfriendly ad esempio, muove il 10% del fatturato turistico a livello mondiale e il 7% in Italia. Un dato certo da non ignorare per gli operatori del settore.

Un settore in forte espansione (dal 2000 a oggi crescita del 20-25% l'anno – [fonte La Repubblica](#)), **a dispetto del trend di crisi del l'incoming in Italia**, che è schiacciato da una concorrenza massacrante di chi offre servizi migliori, di standard internazionale, a prezzi più interessanti della media nazionale: basta andare in un tre stelle italiano per capire)

Il ritardo con cui in generale l'Italia e nello specifico la Puglia si è affacciata a questo turismo, è certamente nella domanda ma anche nell'offerta, per quanto riguarda le strutture turistiche e la promozione.

TRAVELFORGAY la struttura di ARCIGAY nazionale rivolta al turismo lgbt, ovvero dedicato alle persone omosessuali che vogliono scegliere una meta turistica dove andare in vacanza, registra una sola struttura alberghiera per tutta la Puglia.

C'è qualcosa che non va evidentemente. Ci sono sicuramente pregiudizi ancora profondi alla radice, ma credo che manchi anche la capacità di guardare avanti, in prospettiva, nel futuro ad un turismo attento alle diverse esigenze di ciascun viaggiatore, donna, uomo, single, famiglie, persone di culture diverse, religioni diverse, ecc.

E questo credo che meriti una riflessione e un'attenzione particolare, anche da parte degli enti regionali, affinché si possa valorizzare e promuovere questa visione strategica, così preziosa per un benessere generale, sociale, culturale, economico.

Titti De Simone