



IL TURISMO EUROPEO CONTRO LO SFRUTTAMENTO SESSUALE DEI MINORI

Osservatorio Nazionale
circa l'applicazione della Legge 269/98
e del Codice di Condotta
recepito il 19 luglio 2003 dal CCNL del Turismo

Report 2010

a cura di

SL&A

INDICE

<i>Premessa</i>	pag. 3
1. L'Osservatorio Nazionale per l'applicazione della Legge 269/98	pag. 10
2. Indagine Tour Operator Italiani 2010	pag. 12
<i>A. Interviste agli operatori</i>	“ 12
<i>B. Analisi siti web</i>	“ 20
<i>C. Analisi dei cataloghi cartacei</i>	“ 26
3. Indagine Tour Operator Europei 2010	pag. 28
<i>A. Interviste agli operatori</i>	“ 28
4. Best Practice italiane ed europee	pag. 36
5. Conclusioni: che fare?	pag. 51

ALLEGATI

A1) Metodologia



A2) Questionari di indagine

A3) Report quantitativo intermedio – giugno 2010

A4) Legge 3 agosto 1998 n. 269

A5) Legge 6 febbraio 2006 n. 38

A6) Allegato L CCNL 19 luglio 2003

A7) Codice di condotta

Premessa

Già nel precedente Rapporto si erano tracciati i lineamenti generali della lotta allo sfruttamento sessuale dei minori anche all'interno dei fenomeni turistici, e come componente più generale di quel vasto e multiforme movimento che potrebbe essere definito “turismo responsabile”.

Lineamenti generali che, forse inopinatamente, attribuiscono al nostro Paese un ruolo protagonista e tutt'altro che arretrato, a partire dal quadro legislativo, dal coinvolgimento degli attori del settore, nonché sancito dall'inserimento di una apposita prescrizione in sede di CCNL .

Ma al contempo si era dovuta rilevare, relativamente al 2009, una certa stanchezza da parte degli operatori, come se la spinta iniziale si fosse in qualche modo esaurita.

I dati raccolti in questo Secondo Rapporto forniscono sia conferme che smentite di questo quadro stimolante ma insieme insoddisfacente. Ma soprattutto iniziano a contestualizzare la situazione italiana nel mercato europeo

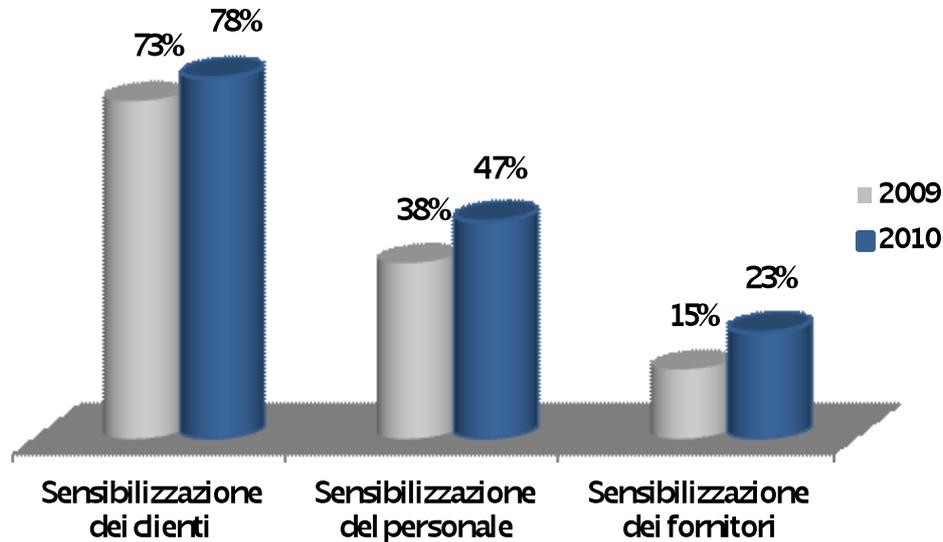
dei viaggi, ed il confronto, ancora una volta imprevedibilmente, risulta a noi favorevole.

* * *

Andando con ordine, i dati registrati presso i Tour Operator italiani appaiono in crescita dal 2009 al 2010 ed in prospettiva, per quanto riguarda:

- la segnalazione (obbligatoria per legge) ai clienti circa la punibilità del turismo sessuale con minori, anche praticato all'estero (78%);
- la sensibilizzazione del personale circa la problematica ed i comportamenti da adottare (47%);
- la selezione dei fornitori locali anche sulla base di precisi impegni contrattuali di contrasto al fenomeno (23%).

Osservatorio Nazionale legge 269/98
Attività svolte dai Tour Operator - confronto 2009/2010



Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

Anche senza entrare qui nel merito delle dinamiche e delle loro possibili cause, non v'è dubbio che la stessa effettuazione delle rilevazioni, che sono state censimentali e insistenti, e hanno utilizzato diversi canali di comunicazione (mail, fax, telefono), può aver contribuito a ravvivare l'attenzione e ad alzare la soglia di attività. E questo è indubbiamente un risultato dell'Osservatorio, al di là dei suoi aspetti più propriamente conoscitivi e comunicativi.

Ma per converso un coinvolgimento come quello -crescente- riscontrato nel corso delle interviste, non sembra ancora

pervadere tutte le branche e le “anime” delle imprese di tour operating, ed in particolare non riesce ancora a permeare la frontiera dell’innovazione, che si esprime in particolar modo attraverso internet.

Per quanto infatti una rilevazione sistematica di tutte le pagine poste on-line dagli operatori sia nei fatti impossibile (non solo per la quantità assoluta, dato che oramai sono on-line tutti i cataloghi, ma anche per l’articolazione estrema ed imprevedibile di tutte le presenze in rete), l’analisi delle home-page porta ad un risultato sconcertante. La considerazione della lotta al turismo sessuale che sfrutta i minori, infatti, vi figura solo nel 2,4% dei casi, un dato veramente irrisorio.

E non vale a giustificazione la lacunosità e la vaghezza delle previsioni di legge al riguardo: certo è che se solo si devia dalla forma tradizionale e inconfutabile del catalogo cartaceo (“carta canta...”), l’attenzione al problema si perde, e l’utilità di tutto quanto fatto sinora sembra veramente poca cosa.

Una considerazione specifica la merita il confronto internazionale. Mentre infatti siamo soliti ritenerci “fanalino di

coda” dei processi di modernizzazione e di acquisizione ed incorporazione di valori anche nella produzione e nel consumo, nel nostro caso l’indagine svolta mostra che non è così.

A parte la difficoltà a raccogliere all’estero informazioni con mezzi impersonali (come le e-mail), infatti, le interviste dirette ai principali tour operators inglesi, tedeschi e francesi, hanno portato a risultati di merito largamente inferiori a quelli riscontrati in Italia.

E ciò anche se le direttive emanate dall’OMT sono le stesse, i codici di condotta proposti da ECPAT e da altre organizzazioni simili sono analoghi, l’azione delle Associazioni nazionali di categoria non è certo da meno, ed ancor più “avanzata” dovrebbe essere la coscienza dei consumatori-turisti del Nord Europa.

Ma al di là delle percentuali, forse poco indicative a fronte della scarsità delle risposte spontanee, è interessante rilevare come le case histories raccolte mostrino una grande sensibilità al problema specifico, ed in generale a tutte le tematiche della responsabilità.

Guardando oltre confine, è un po' come se si riscontrasse una specializzazione precisa da parte di alcuni operatori (pochi e ben definiti, anche se magari leader nello specifico mercato), mentre manca l'estensione, magari generica e poco partecipe, che è possibile rilevare in Italia.

Poca orizzontalità e poca diffusione, quindi, a sottolineare un'assenza di normativa cogente specifica che invece, almeno, in Italia riesce garantire una copertura conoscitiva molto vasta, anche se perfettibile.

Ma, anche, una precisa scelta “etica” da parte di operatori che, oltre a condividerla nel profondo (come si augura e si spera) ne hanno fatto un plus di posizionamento competitivo sul mercato e presso i consumatori e l'opinione pubblica. Cosa non altrettanto riscontrabile nel nostro Paese, almeno in quantità.

* * *

Ma per ragionare nel profondo delle cause di un impegno certamente ampliabile e perfettibile, bisogna andare

necessariamente alla radice del problema e del “valore” che identifica.

E' molto più facile, evidentemente, atteggiarsi a paladini della natura e dell'ambiente, della solidarietà e dello sviluppo, dell'acqua e del sorriso, dell'alimentazione e della sanità. Ed è quello che infatti molto più spesso si fa e si sbandiera, nell'ambito della cosiddetta responsabilità sociale d'impresa, ormai tanto diffusa e codificata da divenire imprescindibile nelle strategie aziendali delle multinazionali, magari nei fatti invece del tutto “irresponsabili”, se non addirittura colpevoli delle peggiori nefandezze.

Ma far pensare ai proprio clienti che in giro per il Mondo ci sono ricchi adulti che abusano di bambini poveri, evidentemente, non è la stessa cosa. E' un valore scomodo, non facilmente rivendicabile, perché prima ancora del rimedio bisogna raccontare il misfatto e questo, almeno inconsciamente, tende ad essere rimosso.

O, peggio, si corre magari il rischio di provocare una identificazione del denunciante con il colpevole, accomunando l'informazione al medium che ce l'ha messa

sotto il naso, e facendo scattare il desiderio di richiudere in fretta la botola che non avremmo mai voluto vedere spalancata, di cui non avremmo mai voluto conoscere il contenuto (come lo “sgabuzzino delle scope” luogo di tanti incubi da cui preleva a piene mani anche l’iconografia horror).

Per chi non lo sa, per chi non lo vorrebbe mai sapere, questo dell’abuso sessuale su minori è un tema davvero arduo da affrontare. E anche per chi vende sogni come le vacanze, momento di evasione e di spensieratezza, è ben difficile rischiare questo autogol, “gelare” il desiderio e i clienti con racconti e ragionamenti, temi scottanti che nell’idea del tour operator “spaventano e allontanano il cliente”, che non si vorrebbero mai affrontare, nemmeno nell’incubo peggiore, nelle pieghe più remote dell’inconscio.

* * *

Ma il fatto c’è, e non si può far finta di non vederlo, come significativamente suggeriva lo spot “come gli struzzi”. E allora incorporare la responsabilità nella comunicazione dei sogni è la sfida di chi si batte perché mai più nessun viaggiatore e turista (come pure nessun residente...) abbia

ad abusare di minori, e nessuno mai possa sfruttarne l'ingenuità e la povertà per fini così ignobili.

E' una battaglia lunga e difficile che, come sempre accade, si combatte su due fronti:

- quello dell'offerta, perché possano venire garantite in tutti i Paesi del Mondo condizioni economiche e sociali che consentano ai bambini l'istruzione e la crescita umana, non costringendoli all'analfabetismo, alla malnutrizione, al lavoro minorile e allo sfruttamento sessuale, tanto spesso tra loro interrelati;
- quello della domanda, perché le patologie sessuali dei nostri "cittadini onesti" possano essere affrontate e curate prima che diventino pratiche effettive, nel rivolgere le attenzioni ai soggetti più deboli ed indifesi, che sono proprio i bambini dei Paesi più poveri.

All'industria turistica, imprenditori e lavoratori, e alle Istituzioni del turismo nel nostro Paese tocca essenzialmente questo ruolo e questo fronte: presidiare la domanda - individuale ed organizzata-, contribuire alla repressione dei



reati specifici, informare l'opinione pubblica e gli operatori del settore a tutti i livelli.

Un ruolo che, con queste due edizioni dell'Osservatorio, riteniamo di aver iniziato ad assolvere compiutamente, sia nel sensibilizzare i vari soggetti del settore, che nel creare una base informativa inedita, la cui utilità sarà tanto maggiore quanto più le analisi verranno ripetute, approfondite, estese, divulgate.

1. L'OSSERVATORIO NAZIONALE PER L'APPLICAZIONE DELLA LEGGE 269/98

L'Osservatorio 2010 dell'Ente Bilaterale Nazionale del Turismo ha proseguito l'attività di monitoraggio sull'applicazione della legge 269/98 avviata lo scorso anno. Un'analisi a più ampio raggio in questa seconda annualità che, attraverso il possibile confronto, consente di valutare l'evoluzione delle azioni adottate dagli operatori turistici in tema di sfruttamento sessuale a danno dei minori nel turismo.

L'Osservatorio, con la sensibilizzazione degli operatori e la divulgazione dei dati, sottolinea quanto l'Ente intende continuare a sostenere e promuovere questa battaglia di civiltà marcandone la validità verso le imprese italiane del settore.

Al centro dell'indagine continuano ad essere i tour operator essendo, come già sottolineato nel numero zero dell'Osservatorio, “gli organizzatori di viaggi all'estero” indicati dalla Legge 269/98 ad attuare specifiche azioni per contrastare il fenomeno.

Rispetto allo scorso anno si è voluto però allargare ulteriormente il monitoraggio realizzando le seguenti fasi:

1. *Interviste agli operatori italiani*, con la possibilità di un confronto su due annualità;
2. *Analisi dei siti web*, di tutti Tour Operator nazionali inclusi nel database, strumento al centro della comunicazione aziendale degli operatori;
3. *Analisi dei cataloghi*, al fine di valutare il tradizionale strumento promocommerciale utilizzato da questa categoria di operatori turistici;
4. *Interviste agli operatori europei*, al fine di verificare il livello di sensibilizzazione internazionale sulla tematica, per poter verificare l'applicazione della “Global Code of Ethics”, ed operare un possibile confronto di buone pratiche con la realtà nazionale.
5. *Best Practices italiane ed europee*, per conoscere da vicino ed evidenziare gli operatori più virtuosi.

I tour operator rappresentano, in tutta Europa, la categoria di impresa più importante nel movimento dei flussi turistici verso le destinazioni oggetto di questa piaga sociale; per la normativa europea ed italiana sono infatti i tour operator i

soggetti preposti alla “costruzione” del prodotto turistico veicolato attraverso proposte vacanza pubblicate su cataloghi cartacei e multimediali.

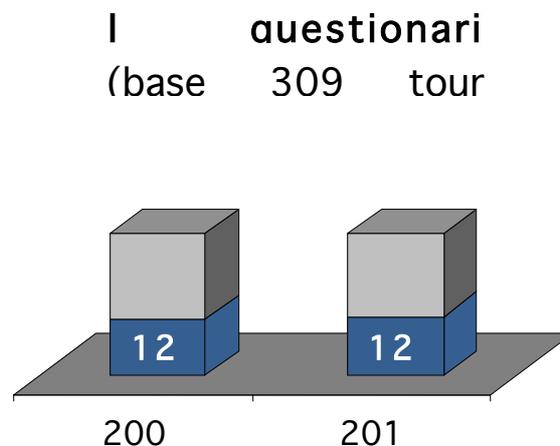
E’ bene ricordare che nella costruzione del prodotto turistico il tour operator avvia e conclude quindi i contatti ed i contratti con i fornitori che entrano a far parte del prodotto turistico, dalle strutture ricettive ai vettori aerei, dai trasporti locali alle guide.

La commercializzazione ai clienti finali avviene prevalentemente attraverso le agenzie di viaggi ma anche, e sempre più, direttamente attraverso i siti internet. Quindi i materiali cartacei pubblicati dai tour operator, e i loro siti internet, costituiscono la principale fonte di informazione per l’acquisto della vacanza e il reperimento di dettagli sulla destinazione da parte dei turisti.

2. INDAGINE TOUR OPERATOR ITALIANI 2010

A. *Interviste agli operatori*

L'Osservatorio Nazionale per l'applicazione della Legge 269/98 ha realizzato l'indagine attraverso la somministrazione di un questionario¹ alle 309 imprese turistiche italiane appartenenti alla categoria dei Tour Operator, con sede in Italia e programmazione verso i mercati esteri, già oggetto di indagine nel 2009.



Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

I questionari compilati sono stati 128, pari al 42% del totale contatti. Si conferma quindi una propensione a rispondere su questi temi da parte degli operatori turistici leggermente crescente rispetto al 2009.

¹ Allegato A2

Ma comunque nel 58% dei casi non si è ottenuta risposta dagli operatori, e nell'1%, ovvero 4 casi, è stata esplicitamente rifiutata l'adesione all'indagine e quindi la risposta all'intervista.

La maggioranza, approssimativamente sei tour operator su dieci intervistati, concentrano la propria attività di programmazione di viaggi esclusivamente su destinazioni estere, mentre il 41% si occupa di organizzare viaggi anche in Italia.

L'Africa e l'Asia risultano le aree maggiormente inserite in catalogo (se ne occupano oltre il 40% degli operatori intervistati) seguite da vicino dall'Europa. Il 17% dei tour operators opera in tutto il mondo.

In quali aree lavora:

	v.a.	%
Africa	53	41,4
Asia	52	40,6
Europa	50	39,1
Sud America	38	29,7
Nord America	28	21,9

Australia	18	14,1
Tutti i continenti	22	17,2

Il totale è diverso da 100 poiché erano possibili più risposte

Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

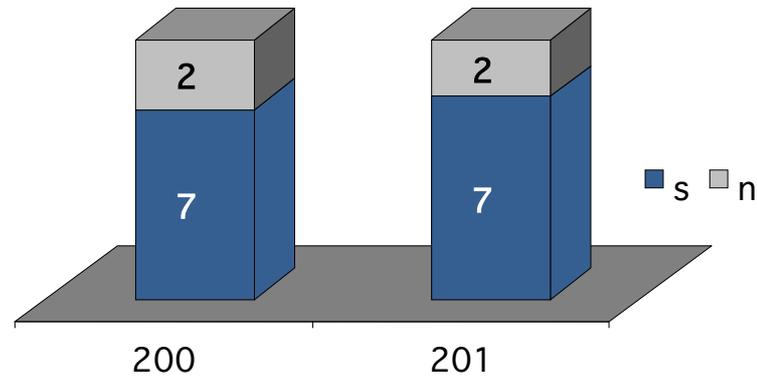
A favorire i primi continenti nella graduatoria della programmazione sono probabilmente le nuove mete di massa emergenti nell'ultimo decennio, a cominciare tante località turistiche, l'Egitto ed il Mar Rosso in generale, il Marocco, per finire con il Sud Africa dei Mondiali di Calcio.

La seconda annualità dell'Osservatorio ha evidenziato che l'attenzione al tema dello sfruttamento sessuale dei minori è in aumento. I tour operators infatti, intendono nel complesso delle loro attività mettere in campo più azioni per aumentare le politiche di informazione sul tema.

Sensibilizzazione verso i clienti

I clienti, in linea con il 2009, costituiscono gli interlocutori verso i quali gli operatori indirizzano maggiori attenzioni. Quasi 4 tour operator su 5, infatti hanno dichiarato di svolgere attività di sensibilizzazione proprio nei confronti della domanda turistica.

Attività di sensibilizzazione nei
(dati in



Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

Il 78% dei Tour Operator intervistati dichiara di aver intrapreso politiche di informazione e aggiornamento dei clienti sul tema dello sfruttamento sessuale dei minori. Un dato riconducibile, nella maggioranza dei casi, agli obblighi imposti dalla Legge 269/98². Infatti il 75% di essi, dichiarano di voler attuare tale attività inserendo nel catalogo specifiche frasi inerenti la tematica.

² Come noto, e come già evidenziato, ai sensi dell'art. 16 della Legge 269/98 è obbligatorio, per gli organizzatori di viaggi all'estero, inserire in maniera evidente nei materiali propagandistici, nei programmi o, in mancanza dei primi, nei documenti di viaggio consegnati agli utenti, nonché nei propri cataloghi generali o relativi a singole destinazioni, la seguente avvertenza: "Comunicazione obbligatoria ai sensi dell'articolo ... della legge ... n. ... - La legge italiana punisce con la pena della reclusione i reati inerenti alla prostituzione e alla pornografia minorile, anche se gli stessi sono commessi all'estero".

Attività di sensibilizzazione verso i clienti:	v.a.	%
inserisco nel catalogo frasi su questo tema	75	75,0
sito web	16	16,0
a voce	11	11,0
allego nei contratti con i miei clienti il Codice di Condotta	7	7,0
attraverso i documenti di viaggio	8	8,0
utilizzo clausole ad hoc nei contratti	7	7,0
Altro	10	10,0

Base: 100 t.o. che intendono praticare attività di sensibilizzazione (pari al 78% del totale rispondenti). Il totale è diverso da 100 poiché erano possibili più risposte.

Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

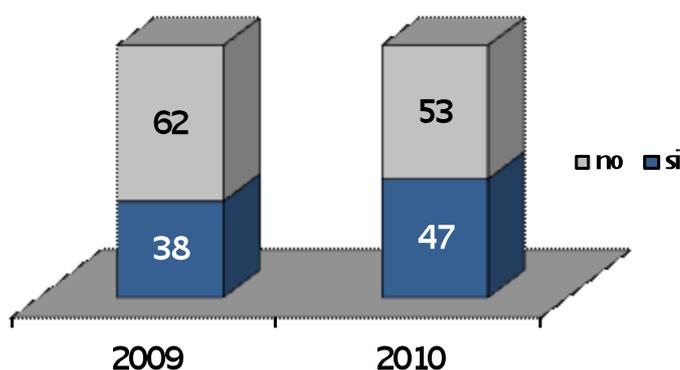
Alla pari del 2009, gli operatori si impegnano a sensibilizzare i clienti attraverso il sito web (16%), altri dichiarano di farlo a voce prima della partenza o inserendo specifiche nei documenti di viaggio. Solo il 7% di chi informa i clienti intende farlo allegando il Codice di Condotta ai contratti di viaggio, un dato in calo rispetto al passato (10%).

Sensibilizzazione verso il personale

Nel 2010 il 47% dei tour operator, quasi uno su due, ha attuato o intende attuare politiche di informazione e aggiornamento del personale (in Italia e nei paesi di

destinazione) sul tema dello sfruttamento sessuale dei minori.

**Attività di sensibilizzazione nei confronti del personale:
(dati in%)**



Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

Un dato in crescita di 12 punti percentuali rispetto al 2009 che lascia intravedere segnali positivi, essendo il personale al centro della comunicazione aziendale nei confronti di tutti gli interlocutori commerciali.

Attività di sensibilizzazione verso il personale:	2009	2010
attraverso briefing interni	78,7	71,4
attraverso materiali cartacei, articoli, ecc	29,8	33,9
inserendo nel sito una sezione interna ad hoc	12,8	16,1
parlandone alle convention interne	8,5	7,1
attraverso la loro partecipazione ai convegni	2,1	1,8
Altro	10,6	17,9

Base: 47 t.o. nel 2009 e 60 t.o. nel 2010 che intendono praticare attività di sensibilizzazione. Il totale è diverso da 100 poiché erano possibili più risposte

Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT 2010

La sensibilizzare del personale avviene prevalentemente con la comunicazione verbale: i briefing interni all'azienda, le convention interne e i convegni risultano essere i momenti privilegiati per il dialogo e il confronto sul problema dello sfruttamento sessuale a danno di minori nel turismo.

Ma la modalità diretta appare in calo rispetto alla scorsa annualità, lasciando maggior spazio ai materiali cartacei, ad articoli ad hoc o a sezioni sul web, azioni che rappresentano un impegno forse ancora più concreto da parte degli operatori, non sappiamo però se più o meno efficace.

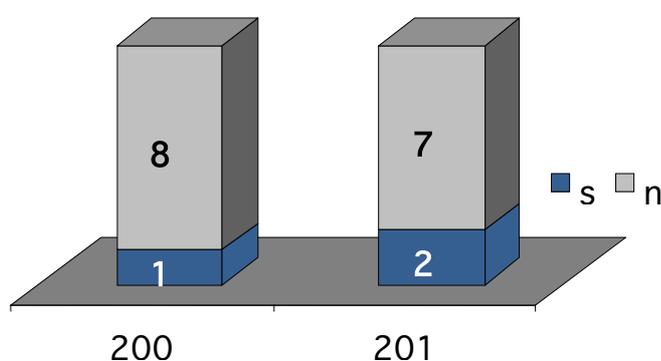
Sensibilizzazione verso i fornitori

La sensibilizzazione nei confronti dei fornitori dei servizi nei paesi di destinazione (ricettività e altri servizi vari) resta l'elemento più ostico da affrontare da parte degli operatori.

Solo il 23% del totale Tour Operator rispondenti intende infatti intraprendere azioni di sensibilizzazione sul tema dello

sfruttamento sessuale dei minori nei confronti di tale categoria di interlocutori, un dato comunque in crescita rispetto allo scorso anno, e da leggere quindi in positivo.

Attività di sensibilizzazione nei confronti
(dati in



Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

Meno di un operatore su quattro si impegna in tale attività, ma è interessante notare come il 50% di chi si adopera lo fa in maniera seria e concreta, a rischio di mettere in crisi il rapporto di collaborazione con i fornitori, ovvero utilizzando clausole ad hoc nei contratti.

Attività di sensibilizzazione verso i fornitori:	2009		2010	
	v.a.	%	v.a.	%
utilizzo clausole ad hoc nei contratti	5	26,3	13	48,1
allego nei contratti con i miei fornitori il Codice di Condotta tradotto in inglese	0	0	6	22,2

Altro	17	89,5	12	44,4
-------	----	------	----	------

Base: 18 t.o. nel 2009 e 29 t.o. nel 2010

Il totale è diverso da 100 poiché erano possibili più risposte

Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio
EBNT 2010

Nel 2010 si evidenziano 6 operatori che intendono praticare tale attività allegando il Codice di Condotta ai contratti con i fornitori³, una modalità sicuramente efficace, anche in quanto “formalizzata”, di praticare sensibilizzazione nei confronti degli interlocutori esteri in maniera più consapevole.

Altri operatori hanno dichiarato di parlare “a voce” della tematica con i fornitori. Si segnalano inoltre tour operators che assicurano “controlli severi all'ingresso dei villaggi e village resort sull'entrata di personale locale non autorizzato”.

I tour operators hanno spesso dichiarato nell'intervista di avere “fiducia nei fornitori storici” e per tale ragione non sentono la necessità di sviluppare specifiche azioni, o di effettuare una selezione preventiva degli operatori collaborando solo con i più “seri” e “sicuri”.

³ Attività prevista dal Codice di Condotta stesso come impegno obbligatorio da chi lo ha sottoscritto.



IL TURISMO EUROPEO CONTRO LO SFRUTTAMENTO SESSUALE DEI MINORI – REPORT 2010

SL&A
turismo e territorio

B. Analisi siti web

In questa seconda annualità, l'Osservatorio Nazionale per l'applicazione della Legge 269/98 ha condotto un'analisi dei website dei Tour Operator inseriti nel campione d'indagine⁴, al fine di completare il quadro delineato nel paragrafo precedente e di stabilire in che misura e con quali modalità gli operatori utilizzano i propri principali strumenti di promozione e comunicazione per sensibilizzare la propria clientela sul tema dello sfruttamento sessuale dei minori all'estero.

L'analisi dei siti web aziendali ha riguardato i 309 Tour Operator appartenenti al campione iniziale. Di questi, solo 2 non dispongono di sito Internet, mentre in 16 casi i siti web sono risultati non consultabili perché in costruzione (6) o perché impossibili da aprire (10).

⁴ Il campione utilizzato per la fase di indagine appena conclusa e per quella precedente è composto da 309 imprese turistiche italiane della categoria dei Tour Operator, ovvero imprese a norma di legge munite di licenza alla "organizzazione" di viaggi e soggiorni – categoria A.



Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

La consultazione dei contenuti dei siti web ha innanzitutto permesso di rilevare la distribuzione geografica delle destinazioni trattate dai Tour Operator⁵. L'Europa, l'Africa e l'Asia sono le aree maggiormente presenti nel portafoglio di offerta degli operatori, ricorrendo in oltre il 40% dei casi. Seguono il Nord America e il Sud America, entrambe proposte da circa un terzo dei TO, e l'Oceania, destinazione programmata da poco più del 14% degli operatori. Infine, il 13% dei Tour Operator propone destinazioni in tutti i continenti.

⁵ Va notato che questa rilevazione porta a risultati leggermente diversi da quelli emersi dall'indagine telefonica, a causa della maggiore numerosità degli operatori analizzati.

Le destinazioni:

	v.a.	%
Europa	134	46.0
Africa	126	43.3
Asia	119	40.9
Sud America	97	33.3
Nord America	77	26.5
Oceania	42	14.4
Tutti i continenti	38	13.1

Il totale è diverso da 100 poiché erano possibili più risposte

Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

Il primo elemento emerso dall'analisi dei siti web è che è molto bassa la percentuale di casi in cui nella home-page sono evidenziati riferimenti inerenti la lotta alla prostituzione minorile nel turismo.

A fronte dei 3 operatori su 4 che, nella fase di indagine tramite somministrazione di questionario, hanno dichiarato di svolgere attività di sensibilizzazione nei confronti dei propri clienti, solo il 2% dei T.O. che dispongono di sito web sceglie di inserire in home-page la dicitura prevista dalla Legge 269/98⁶.

Come già sottolineato nel Rapporto 2009, la legge prevede che tale avvertenza sia inserita nei materiali propagandistici,

⁶ “La legge italiana punisce con la pena della reclusione i reati inerenti alla prostituzione e alla pornografia minorile, anche se gli stessi sono commessi all'estero”

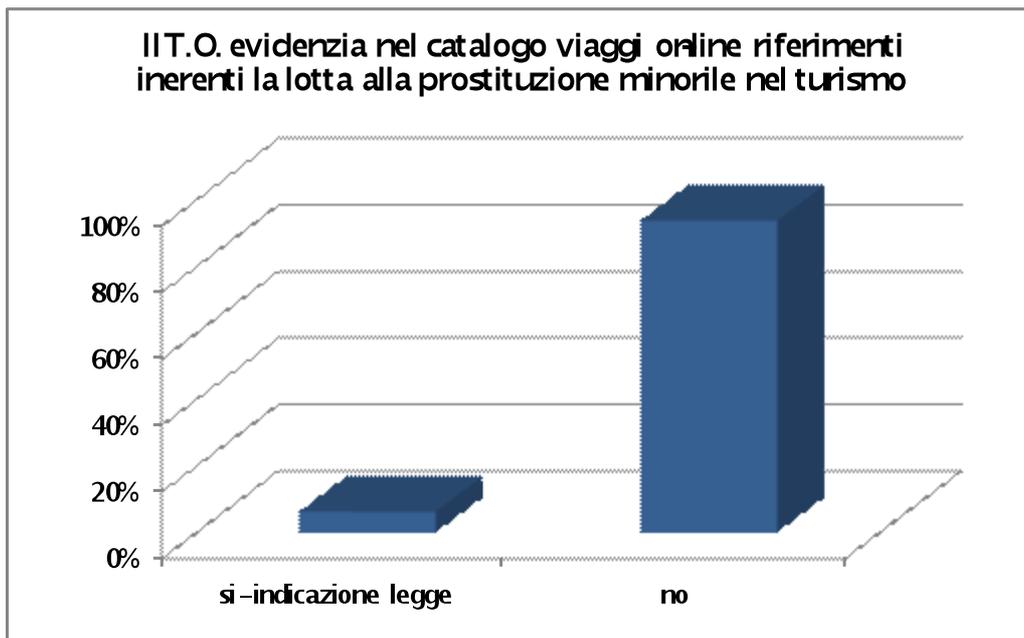
nei programmi o documenti di viaggio consegnati agli utenti, nonché nei cataloghi generali o relativi a singole destinazioni. Non c'è alcun obbligo relativo alla pubblicazione di tale avvertenza nei siti internet, che è quindi da considerarsi un'iniziativa liberamente presa dagli operatori che intendono dare maggiore evidenza al loro impegno sul fronte di questa battaglia etica.

Al momento, rimane purtroppo isolato il caso virtuoso di “I Viaggi del Mappamondo”, che fa un passo in più rispetto alla semplice pubblicazione dell'avvertenza prevista per legge e comunica in home-page con testo in evidenza che il T.O. “ha sottoscritto il Codice di Condotta contro lo sfruttamento sessuale dei minori nel turismo”.

L'esame dei cataloghi online⁷ degli operatori appartenenti al campione ha evidenziato risultati non diversi da quello delle home-page. I cataloghi pubblicati nei siti, infatti, non contengono alcuna frase, slogan o riferimento alla lotta contro il turismo sessuale a danno dei minori se non, in

⁷ Per “cataloghi online” si intendono pagine interne dei siti web che presentano nel dettaglio le singole proposte di viaggio. Sono esclusi da questa categoria i cataloghi in formato PDF, Word o altro formato che possono essere scaricati dai siti e stampati (questi documenti sono analizzati di seguito come materiali cartacei)

appena il 6% dei casi, l'avvertenza obbligatoria ai sensi della legge 269/98. Il Codice di Condotta non è mai citato nei cataloghi online.



Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

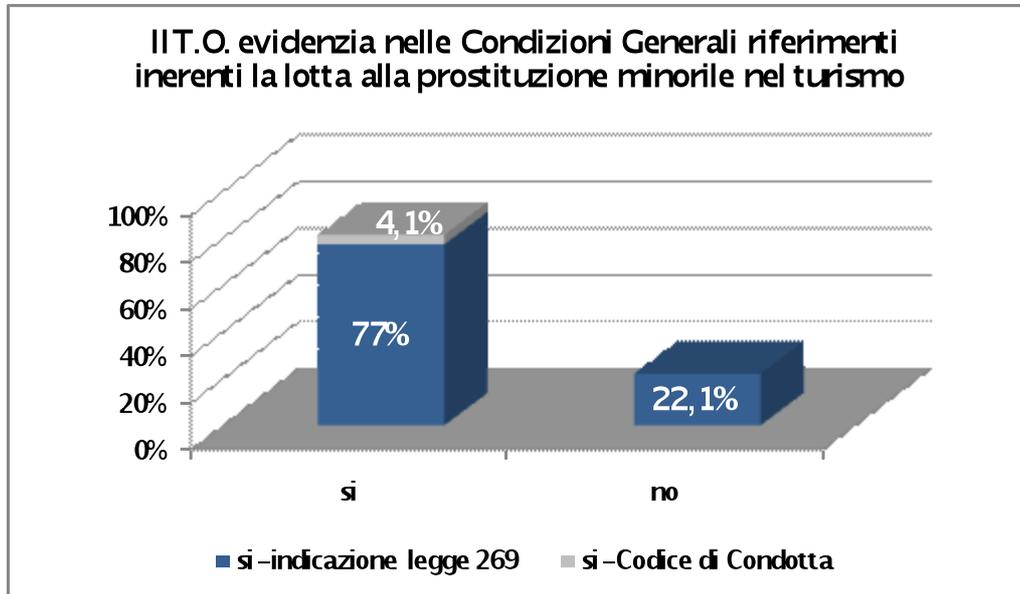
L'analisi dei siti internet si completa con l'esame delle Condizioni Generali di vendita, pubblicate sul web dal 74,6% degli operatori.

Nel 77,4% dei casi, le Condizioni Generali riportano l'avvertenza obbligatoria ai sensi della Legge 269/98. Se da un lato questo dato evidenzia una corretta ottemperanza al dettato normativo da parte di quasi l'80% degli operatori,

dall'altro sembra segnalare che l'impegno nella lotta contro il turismo sessuale minorile viene ancora vissuto da gran parte delle imprese di intermediazione turistica come mera adempienza ad un obbligo di legge, restando confinato a poche righe in caratteri piccoli in coda alle condizioni di vendita. Tra gli operatori che inseriscono la dicitura di legge nelle condizioni generali, infatti, soltanto una percentuale inferiore al 20% pone l'avvertenza in evidenza rispetto al resto del testo (utilizzando un carattere diverso, o il grassetto, oppure ponendola in cornice).

I Tour Operator che aggiungono alla dicitura prevista per legge il logo e lo slogan⁸ del Codice di Condotta nelle condizioni di vendita, ponendolo in evidenza rispetto al testo, sono in numero decisamente basso (rappresentano poco più del 4% dei TO che pubblicano le condizioni generali sul sito), ma offrono un ottimo esempio di come l'impegno in una causa dall'alta valenza etica come quello di cui si tratta può essere utilizzato per dare valore aggiunto e rafforzare l'immagine aziendale. Per un approfondimento sui casi più virtuosi, si rimanda al paragrafo dedicato alle *best practice*.

⁸ "Il rispetto per i diritti dei bambini non conosce frontiere".

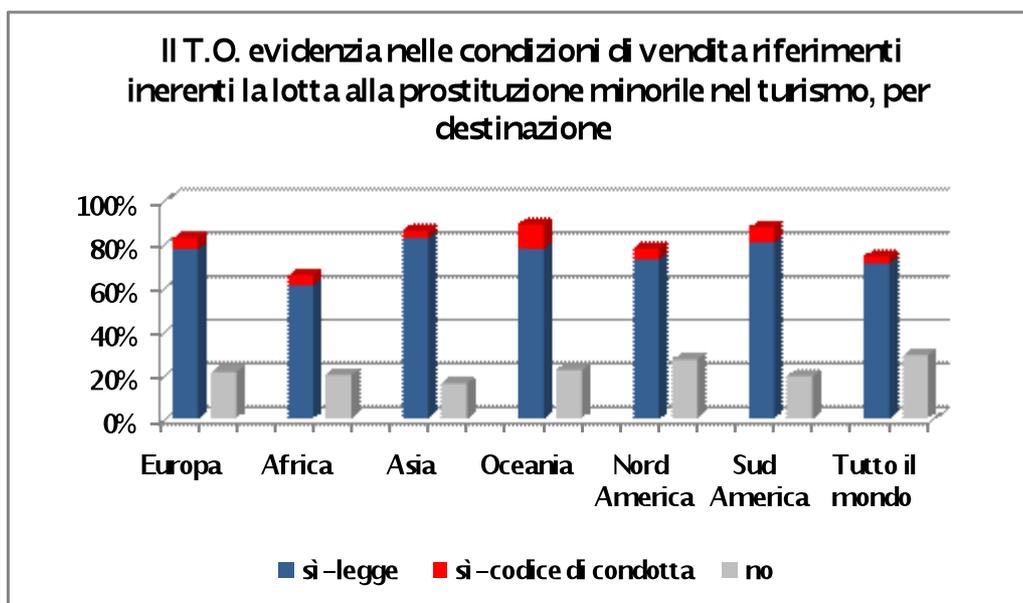


Base: 217 T.O. che pubblicano sul sito le condizioni generali (74,6% del totale) Il totale è diverso da 100 perché erano possibili più risposte.

Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

Ur
 Crimini di turismo sessuale minorile contenuti nelle condizioni generali va fatta sulle differenze rilevabili tra i Tour Operator raggruppati per destinazioni trattate. L'avvertenza obbligatoria per legge, infatti, è inserita nelle condizioni di vendita di più dell'82% degli operatori che organizzano viaggi in Asia, e dell'80% degli operatori con destinazioni in Sud America.

Come già evidenziato in precedenza⁹, l’Oriente e l’America Latina sono le principali mete del turismo sessuale minorile, e non sembra quindi un caso che i Tour Operator che trattano queste destinazioni non tralascino di pubblicare l’informativa sulla punibilità del reato di sfruttamento sessuale di minore anche se commesso all’estero. Sorprende invece la percentuale relativamente bassa riguardante operatori con destinazioni in Africa, altra area compresa nel triste novero delle principali mete di turismo sessuale. Solo il 61% dei Tour Operator che organizzano viaggi in Africa, infatti, evidenzia la condanna penale ed etica per le pratiche di sfruttamento sessuale dei minori nel turismo.



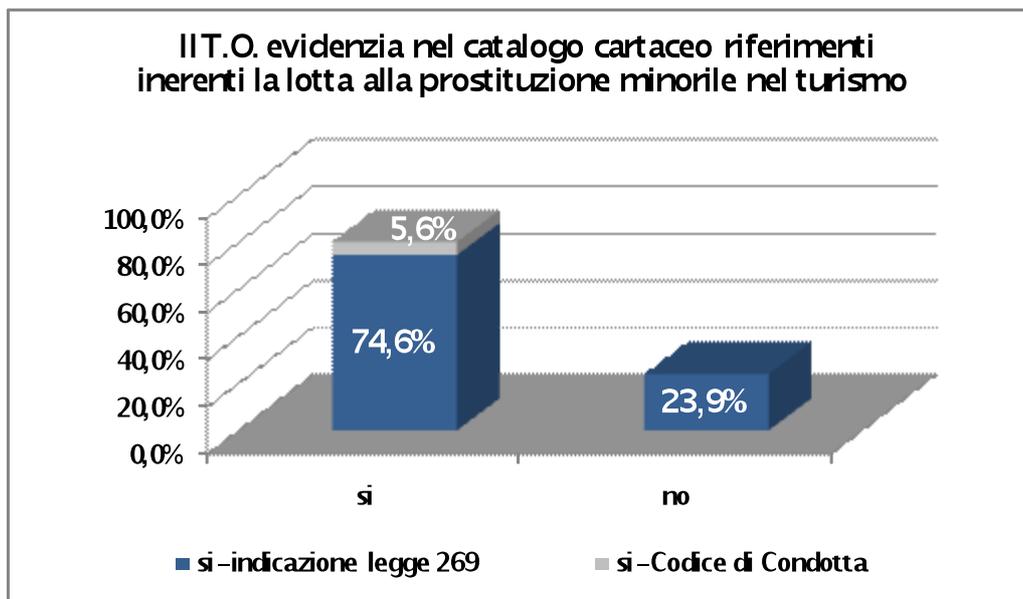
⁹ Cfr. Report 2009, p. 20



Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

C. *Analisi dei cataloghi cartacei*

L'analisi degli strumenti di promozione e comunicazione ha riguardato anche il materiale promozionale cartaceo. Sono quindi stati esaminati 148 cataloghi, di cui 6 ricevuti a seguito delle interviste telefoniche e 142 scaricati in versione integrale dai siti web dei Tour Operator.



Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

Il 75% circa dei cataloghi esaminati riporta l'indicazione obbligatoria per legge, mentre meno del 6% contiene il logo e lo slogan del Codice di Condotta.

In numero assoluto, i cataloghi che contengono riferimenti inerenti la lotta alla prostituzione minorile nel turismo (dicitura di legge o codice) sono 106. Di questi, 92 (87%) presentano tali riferimenti in coda alle Condizioni Generali di vendita di pacchetti turistici, solitamente poste a fondo catalogo. In pochi casi (5%) al tema è dedicato spazio in copertina o in quarta di copertina, mentre nel restante 8% dei cataloghi esaminati i riferimenti al tema si trovano in pagine interne.

Il T.O. evidenzia nel catalogo riferimenti inerenti la lotta alla prostituzione minorile nel turismo

	v.a.	%
nelle condizioni generali	92	87%
in copertina (avanti o dietro)	5	5%
all'interno del catalogo	9	8%
Totale	106	100,0

Base 106 – sì, indicazione legge o codice

Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

Una percentuale piuttosto alta – quasi il 24% - non riporta alcun riferimento alla lotta contro lo sfruttamento sessuale a danno dei minori nel turismo all'interno dei materiali cartacei destinati alla promo-commercializzazione. Il dato è doppiamente negativo, perché segnala, da parte di 1

operatore su 4, la mancata attenzione ad una importante causa etica, ma anche la mancata osservanza di un obbligo imposto per legge.

La conclusione che si può e si deve trarre, non solo da questo ultimo dato ma dall'esito generale dell'indagine sui siti internet e sui cataloghi cartacei, è che la percentuale di operatori che aderiscono apertamente alla battaglia di civiltà contro la prostituzione minorile nel turismo e che prendono iniziative che vanno al di là della semplice informativa ai sensi di legge, è ancora piuttosto bassa, mentre rimane decisamente troppo alta la percentuale dei Tour Operator che non si attiene nemmeno al dettato di legge.

3. INDAGINE TOUR OPERATOR EUROPEI 2010

A. *Interviste agli operatori*

Al fine di posizionare e valutare la sensibilità degli operatori italiani rispetto al contesto europeo, l'Osservatorio 2010 ha ritenuto utile svolgere un'indagine qualitativa -prodotto di 30 interviste dirette a seguito di 288 contatti con gli operatori- sulle misure, in tema di lotta allo sfruttamento sessuale dei minori, applicate da un campione di Tour Operator europei, scelti tra i membri delle più rilevanti associazioni di categoria di Francia, Germania e Regno Unito. La scelta dei paesi è stata effettuata sulla base del fatto che essi costituiscono, insieme all'Italia, i bacini di domanda turistica più rilevanti d'Europa e, non meno importante, dal fatto che studi ECPAT li identificano tra quelli più influenti nella generazione di flussi turistici "fruitori"¹⁰ di turismo sessuale.

Particolare attenzione è stata posta nel verificare che il campione comprendesse gli operatori più importanti del mercato, in base al fatturato, e quelli che avessero

¹⁰ ECPAT Italia – Centro di documentazione sui fenomeni di SSCM, Report 1.

dimostrato sensibilità al tema, collaborando in particolare con ECPAT International.

I Tour Operator contattati sono stati selezionati tra gli appartenenti a CETO - Association de Tour Operateurs, DRV - Deutscher ReiseVerband, AITO - Association of Independent Tour Operators e ABTA - Association of British Travel Agents.

L'indagine è stata svolta prima contattando i referenti delle imprese tramite e-mail, in seguito sollecitando un colloquio telefonico per somministrare il questionario, prendere un successivo appuntamento o effettuare un nuovo invio e-mail.

I questionari compilati sono stati 30 (10 per ogni nazione considerata), ovvero circa il 10% del totale. Nell'83% dei casi non si è ottenuta risposta dagli operatori, il 4% dei contattati è risultato non idoneo, mentre il 3% si è esplicitamente rifiutato di partecipare all'indagine.

La somministrazione del questionario

	v.a.	%

Campione	288	100,0
Nessuna risposta	239	83,0
Non idonei	11	3,8
Rifiutano l'intervista	8	2,8
Questionari compilati	30	10,4

Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

La programmazione dei Tour Operator intervistati include nella maggioranza dei casi le destinazioni Africa, Europa, Asia e Sud America, in misura più ridotta le destinazioni Australia e Nord America. Il profilo dell'offerta considerata risulta dunque coerente con l'esigenza di attenzione degli operatori alla piaga della prostituzione minorile.

In quali continenti Il tour operator effettua programmazione di viaggi?

	Gran Bretagna	Germania	Francia	totale	
	v.a.	v.a.	v.a.	v.a.	%
Africa	5	3	5	13	43,3
Europa	5	3	2	10	33,3

Asia	3	0	2	5	16,7
Sud America	1	1	1	3	10,0
Australia	1	0	0	1	3,3
Nord America	1	0	0	1	3,3
Tutti i continenti	1	3	6	10	33,3

Il totale è diverso da 100 poiché erano possibili più risposte
Fonte: indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

Il primo quesito posto agli operatori è stato formulato con l'obiettivo di verificare l'efficacia e la diffusione della campagna per la lotta allo sfruttamento sessuale dei minori "Protect Children" lanciata nel 2008 dall'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO). Alla campagna hanno aderito, tramite ECTAA e IFTO, le principali associazioni di categoria internazionali, comprese tre delle quattro associazioni prese in considerazione dall'Osservatorio 2010: CETO, DRV e ABTA.

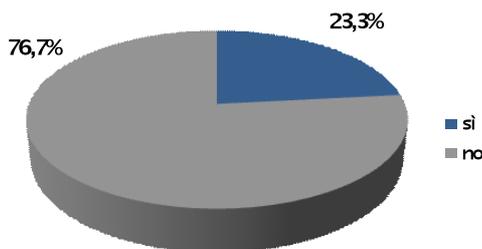
Si è voluto quindi valutare la capacità di iniziative di sensibilizzazione intraprese da altri organismi di diffondersi al livello degli operatori di settore. Il risultato emerso dall'indagine è stato chiaro: solo il referente di un operatore

su 30, il Tour Operator tedesco Studiosus -partner Ecpat- ha dichiarato di conoscere la campagna.

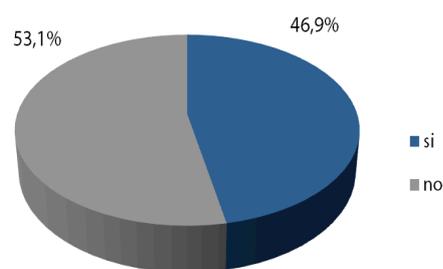
Le politiche di informazione e sensibilizzazione messe in atto dagli operatori europei, sono state individuate attraverso i seguenti quesiti -gli stessi che sono stati rivolti agli operatori italiani-, suddivise tra quelle rivolte al personale interno, ai clienti, ai fornitori.

Ha intrapreso politiche di informazione e aggiornamento del suo personale (in sede e nei paesi di destinazione) sul tema dello sfruttamento sessuale dei minori?

Estero



Italia



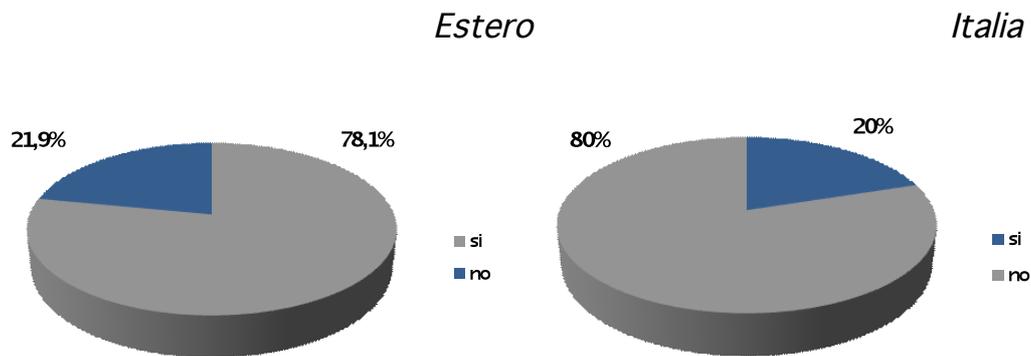
Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

Il 23% dei Tour Operator europei risulta attivo nella formazione e nell'aggiornamento del personale, la modalità



che risulta più frequente è quella dello svolgimento di riunioni interne dedicate al tema dello sfruttamento sessuale dei minori. Il dato risulta inferiore a quello ottenuto dall'indagine sugli operatori italiani che nel 47% dei casi dichiarano di intraprendere politiche rivolte al personale interno, spesso affiancando all'attività di briefing la distribuzione di specifico materiale informativo cartaceo.

Ha intrapreso azioni per informare i suoi clienti?



Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

Riguardo alle azioni messe in campo per informare i clienti, il 20% degli operatori europei prevede misure formalizzate, in particolare risulta frequente l'annessione di materiale cartaceo, brochure o depliant, alla documentazione di viaggio fornita al momento della partenza ed in misura residua l'inserimento di frasi con riferimento al tema dello sfruttamento sessuale dei minori all'interno dei cataloghi.

Da sottolineare il fatto che nessuno degli operatori intervistati preveda l'inserimento di clausole ad hoc o del Codice di Condotta all'interno dei contratti di viaggio. Questo

è il dato che si distingue di più da quello raccolto attraverso le interviste ai Tour Operator italiani.

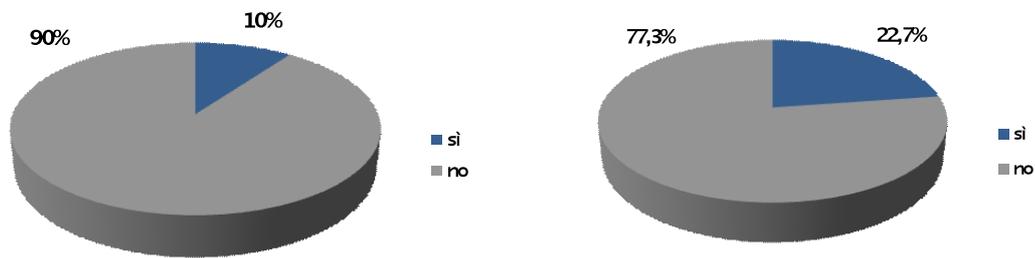
Questi ultimi hanno infatti dichiarato di prevedere azioni per informare i propri clienti nel 78% dei casi ed in particolare di inserire frasi con riferimento al tema all'interno dei cataloghi. E' infatti rispetto alle politiche di informazione dei clienti che le prescrizioni della legge italiana esprimono il loro maggiore effetto.

Nei paesi europei considerati dall'indagine, la legislazione non prevede alcun obbligo di informazione o avvertenza dei clienti da parte degli organizzatori di viaggi, sebbene il principio di extra-territorialità sia parte dei loro ordinamenti nazionali. Dunque gli operatori che inseriscono riferimenti al tema nel materiale informativo rivolto ai clienti, sono quei pochi che autonomamente hanno intrapreso una relazione di partnership con ECPAT.

Ha intrapreso azioni per sensibilizzare i suoi fornitori?

Estero

Italia



Fonte: Indagine diretta da SL&A per Osservatorio EBNT, 2010

Considerando le politiche rivolte ai fornitori, gli sforzi dei Tour Operator europei intervistati risultano ancor più ridotti: solo 3 su 30 dichiarano di intraprendere azioni volte alla sensibilizzazione delle imprese fornitrici di cui solo uno, l'operatore francese Terre Voyages -partner ECPAT-, prevede l'inserimento del Codice di Condotta all'interno del contratto. Su questo fronte anche i Tour Operator italiani si erano dimostrati meno impegnati formalmente dichiarando, alla pari degli operatori esteri, di effettuare una selezione a monte dei propri fornitori di servizi, e collaborare solo con quelli "seri".

I dati emersi dall'indagine mostrano uno scarso impegno degli operatori europei sul fronte della lotta al turismo sessuale a danno di minori. Oltre il 75% degli operatori intervistati non applica alcuna politica di sensibilizzazione a riguardo. In particolare a fronte delle iniziative di organismi nazionali ed

internazionali, non si è rilevata una diffusione della sensibilità tra i singoli operatori di settore. Un caso significativo è rappresentato dagli sforzi messi in campo dalla principale associazione di categoria tedesca, la DRV, costituitasi partner del progetto “The Code of Conduct for the protection of children from sexual exploitation in travel and tourism”. Nonostante l’impegno dell’associazione, nessuno dei Tour Operator tedeschi intervistati ha dichiarato di allegare il Codice di Condotta a materiali informativi o contratti rivolti a clienti e fornitori. Tra questi anche l’operatore Studiosus, che pure figura autonomamente tra i partner del progetto, dichiara non di includere il Codice di Condotta nella documentazione di viaggio o nei contratti.

Il contesto francese è risultato quello più attivo sul fronte della lotta al turismo sessuale a danno di minori: si concentra infatti in Francia la maggioranza delle imprese intervistate che hanno implementato politiche e misure formalizzate quasi sempre lavorando in partnership con ECPAT. In questo caso l’impegno dell’associazione di categoria CETO - Association de Tour Opérateurs, insieme a quello di ATR - Association de Tourisme Responsable, ha favorito la

diffusione di maggiore attenzione e consapevolezza anche tra operatori di piccole e medie dimensioni.

Considerando i risultati in confronto con lo scenario italiano rileviamo che la nostra legislazione, pur con tutti i limiti che abbiamo descritto, ha avuto il merito di coinvolgere la maggioranza degli operatori nazionali nella lotta allo sfruttamento sessuale dei minori. Un coinvolgimento magari svogliato e ridotto al minimo necessario a rispettare la norma di legge, ma pur sempre una presa di coscienza del problema. Nell'ambito europeo oggetto dell'indagine, il coinvolgimento dei Tour Operator risulta invece frammentato. A fronte delle misure e delle iniziative importanti prese da pochi grandi operatori -spesso transnazionali- in partnership con ECPAT, la massa delle piccole-medie imprese non si considera interessata dal problema e apporta le seguenti motivazioni - peraltro comuni a quelle di molti operatori italiani- a giustificazione del mancato impegno: “Siamo un piccolo operatore”, “Le nostre destinazioni non sono a rischio”, “I nostri fornitori/clienti sono seri” fino al meno tranquillizzante “Ci occupiamo di fornire trasporto e alloggio, quello che succede alla destinazione non ci riguarda”.



Il differente grado di sensibilizzazione degli operatori europei rispetto a quelli italiani può essere imputato al diverso contesto legislativo ma anche alla maggior partecipazione di imprese, istituzioni, enti e organizzazioni italiane alle più importanti iniziative internazionali sul tema della lotta allo sfruttamento sessuale dei minori. In particolare prendendo ad esempio la campagna per la diffusione del Codice di Condotta tra gli operatori del settore turistico, svolta in collaborazione con ECPAT e promossa dall'Organizzazione Mondiale del Turismo, si rilevano 8 partner dalla Germania, 1 dalla Francia e nessuno dal Regno Unito a fronte di 24 partner italiani.

4. BEST PRACTICES ITALIANE ED EUROPEE

A conclusione di questo secondo rapporto dell'Osservatorio Nazionale per l'applicazione della Legge 269/98 appare utile passare in rassegna alcune “buone pratiche” italiane ed europee.

La necessità di soffermarsi su casi individuali è data dalla grande diversità di approccio al problema del turismo sessuale a danno di minori del turismo, non solo tra paese e paese, ma anche tra Tour Operator di stessa nazionalità.

Con la presentazione delle seguenti best practice si intendono evidenziare elementi che l'analisi aggregata dei dati non permette di mettere in luce, e che sono fondamentali per capire in che modo l'adesione a questa causa etica può andare ben al di là della semplice applicazione di leggi e codici, e diventare un aspetto fondamentale della programmazione, della comunicazione e della stessa immagine aziendale.

I casi presi in esame di seguito sono rappresentati da 2 Tour Operator italiani (KEL12 e Viaggiland), 2 Tour Operator



francesi (Nouvelles Frontières e Fram Voyages) e 1 Tour Operator tedesco (Studiosus).

KEL12

Tour Operator con 25 dipendenti con sedi a Milano e a Mestre, attivo da più di trent'anni. Le destinazioni trattate si trovano in Africa, Asia, America Latina e Oceania.

L'adesione di KEL12 alla campagna ECPAT per la lotta contro lo sfruttamento sessuale dei minori nel turismo si inserisce in un più ampio quadro di impegni etici e solidali che il Tour Operator assume nello svolgimento della propria attività. I valori aziendali, così come enunciato nel catalogo e nel sito web, sono “il rispetto delle popolazioni e degli ambienti”, la responsabilità e la sostenibilità. La brand-image stessa è costruita sui principi del turismo etico, che il TO ha raccolto nella “Carta Etica del Viaggio e del Viaggiatore”, che viene stampata e distribuita su carta riciclata. Oltre a stilare un decalogo del turista responsabile, la Carta rappresenta un vero e proprio manifesto della vision aziendale e dedica un paragrafo alla condanna della pratica del turismo sessuale.

LA CARTA ETICA DEL VIAGGIO E DEL VIAGGIATORE - Estratto

La carta etica del viaggio racchiude, da sempre, quei principi che sono “la filosofia” sia dei viaggiatori più preparati e motivati che degli operatori attenti ad un turismo etico e solidale. Sostenibilità ed eticità, difesa dell'ambiente e delle culture, capacità di confronto con “l'altro”, per conoscere, capire, condividere: devono diventare l'obiettivo di tutti i viaggiatori. La carta etica vuole essere un contributo perché ciò avvenga. Non vuole essere uno strumento asettico che detta regole, ma un primo passo per attuare quei principi che tutti condividiamo. Questa versione nasce da incontri, discussioni, messe a punto. Nasce, soprattutto, dall'esperienza che abbiamo accumulato (e come noi altri operatori di tutto il mondo) in anni e anni di organizzazione di viaggi. Dall'esperienza, ma anche

dall'applicazione di questi principi sin da subito, in anni nei quali il concetto di sostenibilità era praticamente sconosciuto. Non sono inoltre mancati i consigli, disinteressati, di moltissimi viaggiatori né l'approfondimento delle riflessioni fatte in tanti anni da studiosi e ricercatori (e qui ci piace ricordare Silvie Balncy, membro della International Ecotourism Society). Un grazie particolare all'operatore francese Atalante, cui ci legano anni di amicizia e collaborazione, che sulla sostenibilità si è molto impegnato e molto ha riflettuto ed è autore di una stesura condivisa, seppur con le normali differenze che nascono da esperienze diverse e da differenti approcci.

Una Carta Etica del viaggio non dovrebbe nemmeno preoccuparsi del turismo sessuale, che non dovrebbe esistere. Ci limiteremo, qui, semplicemente a ricordare che non è solo punito dalla legge, ma che è la forma più abominevole di comportamento, soprattutto perché si basa sullo sfruttamento della miseria di un popolo o di un paese.

Fonte: La Carta Etica del Viaggio e del Viaggiatore – KEL12

Alla campagna contro la prostituzione infantile, la pornografia e la pedofilia legate al turismo sessuale è dedicato uno spazio nel catalogo generale di viaggi, all'interno di una pagina sulle campagne sociali sostenute dal Tour Operator.

Sul fronte interno, KEL12 svolge azioni di informazione e aggiornamento del personale sul tema dello sfruttamento sessuale dei minori nel turismo, realizzate attraverso briefing, convention interne e diffusione di materiali informativi.

Ciò che appare particolarmente efficace nell'azione di informazione e sensibilizzazione svolta da KEL12 a sostegno di ECPAT è la coerenza del concept aziendale con i principi del turismo etico. Il Tour Operator si impegna infatti in una vera e propria azione di educazione della propria clientela, illustrando nei propri cataloghi la bellezza dei luoghi ma anche



informando sulle possibili criticità e sui danni che il turismo irresponsabile arreca.

LE CAMPAGNE SOCIALI DI KEL12

VIAGGIO NEL MONDO DELL'IMPEGNO

dalla parte degli altri

CONOSCERE E SOSTENERE CHI AIUTA

Aiutare, sostenere "in loco" senza interferire prevaricando. Trasmettere risorse per creare sviluppo (Padre Kizito)

Medici Senza Frontiere, conosciamoli e sosteniamoli

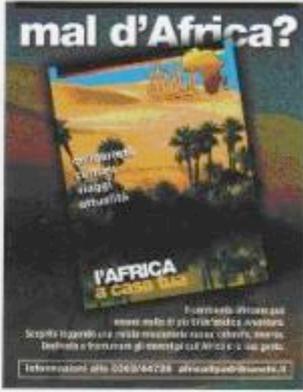
I Medici Senza Frontiere sono ovunque c'è bisogno di aiuto. Sono i primi ad arrivare, gli ultimi a lasciare il campo, seguendo le regole non scritte di quanti, credendo nel proprio compito umanitario, si gettano nella mischia senza sottili distinguo politici tra aggressori e aggrediti; perché, come dice uno dei loro principi ispiratori, il dolore non ha colore. Non chiedono pubblicità, lavorano. Crediamo sia giusto dare a tutti la possibilità di conoscerli meglio e di aiutarli nella loro missione.

Come aiutarli? Ecco le coordinate:

c/c postale n. 87486007
 c/c bancario n. 1420095 Monte dei Paschi di Siena, ag. 6 Roma
 Donazione con carta di credito telefonando al n. 0657300900



mal d'Africa?



Il libro è stato distribuito per essere usato in più classi scolastiche. Scegliere il giorno e il mese in cui si svolgerà la lettura. Distribuito a favore degli ospedali per Africa e il suo popolo. Informazioni allo 0240/44298 - africa@pubblistyle.it

Dalla parte dei popoli e dei loro progetti



Per chi vuole conoscerla, l'Associazione Amani ha sede a Milano in Via Gonin, 8
 Tel. 02.4121011-48301938
 Fax 02.48302707
 e-mail: amani@iol.it
 www.peacelink.it/amani.html
 c.c.p. n. 37799202
 intestato ad Amani

Dalla parte dei bambini, nel mondo



Kel12 sostiene e collabora attivamente con l'Ecpat nella campagna contro la prostituzione infantile, la pornografia e la pedofilia legate al turismo sessuale. Ecpat (End Child Prostitution, Child pornography and Trafficking) è un'Associazione attiva in 30 Paesi e si batte contro lo sfruttamento minorile.

Ecpat Italia 06.69380406
 e-mail: info@ecpat.it - www.ecpat.it
 Una campagna attivamente sostenuta da ASTOI

ALI
2000



"ti aiuterò a non avere più bisogno di aiuto"

Ali2000 Onlus si occupa della realizzazione di progetti umanitari di base in Mali e in Niger.

Fonte: Catalogo 2010 – KEL12

VIAGGILAND

Tour Operator specializzato in safari in Africa.

Nella home-page è presente il link “Legge 38/2006”¹¹ che rimanda all’avvertenza obbligatoria sulla punibilità di reati di sfruttamento sessuale di minore commessi all’estero.

Il TO non risulta tra i firmatari del Codice di Condotta ECPAT né appare particolarmente coinvolto in altre questioni legate al turismo etico. La ragione per cui viene presentato come best practice è il suo sostegno ad una campagna keniota in difesa dei minori, “Malindi protegge i bambini”. L’adesione ad un progetto locale segnala una forte attenzione dell’operatore per la destinazione, e l’impegno ad aiutare la comunità locale a difendersi dai danni causati dalle espressioni peggiori del turismo.

¹¹ La Legge n. 269 del 1998 è stata modificata dalla Legge n. 38 del 2006 “Disposizioni in materia di lotta contro lo sfruttamento sessuale dei bambini e la pedopornografia anche a mezzo Internet”, che all’art. 17 prevede che l’obbligo della comunicazione agli utenti debba essere osservato a decorrere dal novantesimo giorno successivo all’entrata in vigore della legge, senza più indicazione di un periodo minimo.



MALINDI PROTEGGE I BAMBINI

Piccole curiosità per vivere al meglio la tua vacanza ed avvicinarti a questa terra ed alla sua gente, nel rispetto dei bambini.

Caro Viaggiatore,

stai per visitare uno dei paesi più accoglienti e suggestivi del continente africano. Qui chiunque ti soriderà e ti darà il benvenuto, i bambini ti verranno incontro per primi. Apri gli occhi, le orecchie e il cuore per conoscere il più possibile nel rispetto delle persone e della cultura locale. Per esempio...

- ... quando visiterai un villaggio, mostra di essere un ospite rispettoso, per evitare che la tua presenza possa essere vista come un'irruzione.
- ... ricorda che essere fotografati senza consenso non sempre è gradito e spesso una stretta di mano vale più di una foto rubata
- ... prendere il sole in spiaggia senza costume oltre ad essere vietato è anche motivo di disagio e imbarazzo per la popolazione locale, così come andare nei villaggi indossando abiti trasparenti o troppo corti.
- ... lanciare caramelle o piccoli doni dai pulmini può creare situazioni di pericolo e potrebbe essere percepito come una mancanza di rispetto dagli adulti
- ... dare soldi o regali ai bambini li incentiva a NON andare a scuola e a rimanere in spiaggia ad elemosinare. Questo inoltre può svilire l'autorità dei genitori che spesso guadagnano meno di quanto i bambini possono raccogliere dai turisti.
- ... distribuire shampoo o medicine direttamente ai bambini può costituire pericolo alla loro salute perché per curiosità potrebbero ingerirli. Se prima della tua partenza vuoi regalare ciò che ti è rimasto, rivolgiti alla reception del tuo albergo
- ... fare una carezza o toccare il viso, la schiena o la spalla di un bambino è vissuto come un gesto a sfondo sessuale. Il gesto più bello che puoi fare è dare la mano
- ... anche qui ogni attività sessuale con i minori è un crimine, ma esiste chi promuove questa attività illecita avvicinando i turisti. Se vieni a conoscenza di questo tipo di violazione informa le autorità locali o il tuo albergo, che si è reso disponibile a partecipare attivamente alla campagna.

**Karibu Kenya e
 ...Buona Vacanza!**

MALINDI KENYA

"Non sono UN GIOCATTOLO, Rispettami"

COLLABORA anche TU alla campagna

.....Malindi PROTEGGE i bambini.....

Malindi protegge i Bambini, COLLABORA CON NOI!
Per maggiori informazioni, sono a tua disposizione:

- CISP (Comitato Internazionale per lo Sviluppo dei Popoli), Malindi Complex, Lamu Road, Malindi www.cisp-ngo.org
- Associazione Turistica di Malindi e Watamu, Mapezi Complex, Lamu Road, www.malindikenya.net

La campagna "Malindi Protegge i Bambini", lanciata dal CISP (Comitato Internazionale per lo Sviluppo dei Popoli) in collaborazione con l'Associazione Turistica di Malindi e Watamu e con il Dipartimento per la Protezione dei Minori, promuove azioni di informazione e sensibilizzazione dirette sia alla comunità turistica che alla comunità locale per prevenire e combattere ogni forma di sfruttamento sessuale dei bambini e delle bambine.

La campagna è finanziata dal Ministero degli Affari Esteri Italiano, attraverso l'UNICEF.
In collaborazione con Watoto Kenya

unicef

Cooperazione Italiana allo Sviluppo
Ministero Affari Esteri

CISP
COMITATO INTERNAZIONALE PER LO SVILUPPO DEI POPOLI

Iniziativa per la promozione dei diritti dell'infanzia e contro ogni forma di sfruttamento sessuale dei bambini.

Ringraziamenti

Studio Leonardi
(Per Parte delle foto degli Hotels: ZNZ: Myblue Hotel, Palumbo Reef, Coral Reef, KEN: Twiga Beach, Angel's Bay, Kivulini Beach)
www.studioleonardi.org
info@studioleonardi.org

Fulvio Bugani Fotografo
(foto di copertina)
fulviobugani@berni.it

Fuscio
(capi abbigliamento)
www.fuscio.it

NOUVELLES FRONTIÈRES

Attivo dal 1967, è il primo¹² Tour Operator francese e dal 2002 è parte di TUI. Il gruppo organizza viaggi verso tutti i continenti, possiede numerosi Hotel-Club e una compagnia aerea, la Corsairfly. Da dieci anni lavora in partnership con ECPAT e nel 2005 ha firmato insieme ad altri quindici operatori la “Charte pour un tourisme respectueux des droits de l’enfant en France et à l’étranger” realizzata dal Ministero del Turismo francese.

Gli impegni sottoscritti riguardano in particolare l’informazione dei clienti attraverso l’esposizione e la distribuzione di materiale cartaceo nei punti vendita, la sensibilizzazione del personale tramite l’istituzione di corsi di formazione e aggiornamento, il sostegno economico a progetti di sviluppo nelle destinazioni a rischio.

Oltre a queste misure Nouvelles Frontières ha inserito una sezione dedicata al turismo responsabile all’interno dei suoi cataloghi dove si fa riferimento al tema dello sfruttamento sessuale dei minori e alla partnership con ECPAT.

¹² Per fatturato, fonte: FVW pubblicazioni 2006

Anche nel sito web del Tour Operator è presente un approfondito spazio, a cui si accede con un link dalla homepage, dedicato ai temi della responsabilità, alla lotta contro il turismo sessuale e alla partnership con ECPAT. Iniziativa di particolare rilievo è inoltre la proiezione, durante i voli della compagnia aerea Corsairfly, di video di sensibilizzazione realizzati insieme ad ECPAT.

Pour un Tourisme plus Responsable
Engagez-vous avec Nouvelles Frontières !

Mettez un peu de vert dans vos vacances !

Vous aussi, plantez votre arbre dans la Forêt Nouvelles Frontières !

Toutes les 15 secondes, l'équivalent d'un terrain de football de forêt vierge disparaît !

Au Nord-Est de Madagascar, en partenariat avec l'association «Coeur de Forêt», Nouvelles Frontières s'engage et crée sa forêt exclusive dans laquelle un arbre a déjà été planté pour chaque salarié*.

Pour 8 € seulement, vous aussi plantez votre arbre

Depuis 2004, Nouvelles Frontières s'engage et milite pour un **Tourisme plus RESPONSABLE !**

Nouvelles Frontières **Nouvelles Rencontres**

Inscrivez-vous à la newsletter

Informations réservations au: **0 825 000 747**
0.15€/min

CRÉER DES LIENS AVEC LE MONDE

Destinations | Séjours | Nos Hôtels-Clubs | Circuits | Voies | Hôtels | Voitures | Locations | Coffrets cadeaux | Promos | Enchères

40 ans d'expérience dans les voyages, 1er tour opérateur français, 300 agences de voyage

Actualité > Tourisme Responsable > L'enfant citoyen

LE GROUPE NOUVELLES FRONTIÈRES

LES ACTIVITÉS DU GROUPE

TOURISME RESPONSABLE

- > Le concept
- > Projets de solidarité
- > La plongée engagée
- > L'aventure à l'air pur

L'enfant citoyen

- > Les Nouvelles Frontières Hôtels-Clubs
- > L'amitié école au bureau
- > L'eco-voyageur
- > Un billet d'avion, une action
- > Voyages responsables

EMPLOIS ET CARRIÈRES

PRESSÉ

L'ENFANT CITOYEN

La lutte contre le tourisme sexuel

Une fille sur 4 et un garçon sur 9 sont abusés sexuellement avant d'avoir atteint l'âge de 18 ans...

Depuis 10 ans, Nouvelles Frontières lutte contre le tourisme sexuel et l'exploitation des enfants en partenariat avec les voyageurs et parents, aux côtés de l'association ECPAT.

- Diffusion du film Ecpat sur certains vols Dorian depuis 1999-1997
- Clause dans les contrats avec les partenaires du groupe concernant la protection de l'enfant
- Signature avec le gouvernement de la Charte contre l'exploitation sexuelle des enfants en 2005

Les Nouvelles Rencontres dans nos Nouvelles Frontières Hôtels Clubs

Futurs acteurs du monde et futurs touristes, l'avenir dépendra du comportement citoyen des enfants. Les équipes d'animation de nos Nouvelles Frontières Hôtels Clubs sensibiliseront vos enfants autour de cette thématique : dans nos mini-clubs, s'amuser n'exclut pas une conscience citoyenne ! Des ateliers pédagogiques et ludiques autour de l'environnement et de la culture locale sont programmés dans la plupart de nos Nouvelles Frontières Hôtels Clubs.

L'enfant citoyen

ecpat

Dal sito www.nouvelles-frontieres.fr

pour un tourisme responsable



Créateur de richesses dans les pays d'accueil, le tourisme doit également contribuer à promouvoir la découverte, la rencontre avec les populations locales et le partage culturel. Afin de préserver l'environnement et participer au respect des cultures et au développement économique, le groupe Nouvelles Frontières est engagé depuis 2004 dans une démarche responsable. Nous mettons aujourd'hui en place diverses actions et nous vous invitons à vous engager à nos côtés.



LE CONCEPT DE TOURISME RESPONSABLE

Rencontrer, respecter et participer au développement des populations locales. Préserver l'environnement. Impliquer tout le monde dans cette démarche: les prestataires locaux, les fournisseurs, les salariés et vous! Une démarche très concrète!



NOUVELLES FRONTIÈRES HÔTELS-CLUBS, L'ENVIRONNEMENT AU QUOTIDIEN

La préservation de l'environnement est au cœur de nos préoccupations. Certains de nos hôtels-clubs ont mis en place une gestion économique des ressources: recyclage de l'eau, ampoules basse consommation, composts dans les jardins, utilisation de papier recyclé, tri sélectif, suppression des voitures dans les zones d'hébergement... Les hôtels-clubs Léna Mary (Grèce), Grand Bleu (Corse), Manganao (Guadeloupe) et Filaos (Sénégal) ont obtenu la certification ISO 14001, norme internationale attestant l'engagement de l'hôtel sur la mise en place d'une démarche environnementale active. Un organisme officiel délivre un certificat valable trois ans avec un contrôle annuel. C'est l'assurance de séjourner dans un hôtel où la préoccupation de l'environnement est au cœur de l'activité de chacun!



L'ÉCO-VOYAGEUR

Demander la permission avant de prendre des photos, éviter les dons isolés, privilégier les structures locales, demander votre brochure CD-ROM dans votre agence... Retrouvez tous les conseils pour voyager responsable sur notre site. Adoptez la philosophie de l'éco-voyageur en vacances comme au quotidien!



L'ENFANT CITOYEN

Depuis 10 ans, nous luttons contre le tourisme sexuel et l'exploitation des enfants en sensibilisant voyageurs et partenaires, aux côtés de l'association ECPAT. Nous veillons à ce que l'ensemble de nos prestataires et fournisseurs respectent cette charte déontologique.



LA PLONGÉE ENGAGÉE

Nouvelles Frontières est ambassadeur de la charte du plongeur responsable.



PROJETS DE SOLIDARITÉ

Nous travaillons en partenariat avec l'association TOURISM FOR DEVELOPMENT depuis mai 2006, cofinçant un certain nombre de projets dans des domaines fondamentaux (eau, nutrition, habitat). Vous avez également la possibilité de vous engager à nos côtés en faisant un don à une des associations locales soutenues par TFD.



UN BILLET D'AVION, UNE ACTION

Savez-vous à quoi sert la contribution de solidarité sur vos billets d'avion? Reversée à Unitaïd, elle a pour objectif de lutter contre le sida, la tuberculose et le paludisme dans les pays en développement.



L'AMI ÉCOLO AU BUREAU

Grâce au tri sélectif mis en place au siège social et dans les agences, Nouvelles Frontières a permis en 2008, grâce au recyclage, d'épargner 952 arbres et d'économiser 168 millions de litres d'eau et 31 tonnes de CO2.



NOUVELLES RENCONTRES

Le tourisme responsable passe aussi par la compréhension des problématiques locales, la rencontre avec les populations locales et la découverte de leur culture. En proposant plusieurs ateliers et excursions « Nouvelles Rencontres » au sein de ses hôtels clubs, Nouvelles Frontières vous promet des expériences rares et authentiques.

PLUS D'INFOS SUR WWW.NOUVELLES-FRONTIERES.FR
RUBRIQUE LE GROUPE. SI VOUS AVEZ DES IDÉES, SUGGESTIONS
OU REMARQUES, N'HÉSITEZ PAS À NOUS EN FAIRE PART :
TOURISMERESPONSABLE@NOUVELLES-FRONTIERES.FR



Fram Voyages

Importante¹³ Tour Operator indipendente, attivo dal 1949, che organizza viaggi in tutti i continenti. Dal 1998 collabora con ECPAT e nel 2005 ha sottoscritto la “Charte pour un tourisme respectueux des droits de l’enfant en France et à l’étranger” a cui abbiamo fatto riferimento nel precedente paragrafo.

L’impegno dell’operatore si concretizza nella formazione e nell’aggiornamento del proprio personale, attraverso lo svolgimento di riunioni interne, e nella sensibilizzazione dei clienti, attraverso specifici riferimenti al tema e alla partnership con ECPAT all’interno del catalogo, della documentazione di viaggio e di una sezione dedicata del sito web.

In particolare la pagina web in oggetto riporta un approfondimento sul tema della prostituzione minorile ai fini del turismo sessuale, l’avvertenza rispetto alla pena prevista dall’ordinamento francese -in linea con il principio di extra-territorialità- e l’incoraggiamento a segnalare episodi e

¹³ Per fatturato, fonte: FVW pubblicazioni 2006

situazioni sospette di cui il turista può essere testimone durante la vacanza.

© photothèque FRAM

PLANÈTE FRAM

Compensation CO2 **FRAM** actioncarbone.org Actions Fram sur le terrain Voyageurs des Sciences Fram soutient l'ECPAT

10 ans
14 ans

www.ecpat-france.org

Depuis 1998, les Voyages FRAM sont engagés aux côtés de l'association ECPAT pour lutter contre l'exploitation sexuelle des enfants dans le monde au titre d'un tourisme éthique.

Un enfant s'entend de tout être humain âgé de moins de dix-huit ans.

(Article 1^{er} de la Convention internationale des droits de l'enfant.)

Rien ne justifie l'exploitation sexuelle d'un enfant. Il s'agit toujours et partout d'une violation intolérable des droits de l'enfant.

Dans de nombreux pays, l'enfant est devenu une marchandise vendue aux voyageurs pour assouvir leurs fantasmes. Cette forme d'exploitation des enfants ne se cantonne pas à quelques destinations touristiques mais sévit partout à travers le monde.

Les mineurs victimes subissent des conditions de vie d'une extrême dureté et sont souvent prisonniers de réseaux criminels violents. Même sans contrainte physique, il y a toujours absence de choix au regard des réalités économiques et sociales connues par l'enfant. L'exploitation sexuelle qu'ils subissent laisse des traces psychologiques et physiques irrémédiables.

S'il est évident que cette exploitation est en partie le fait d'individus sexuellement attirés par des jeunes, elle est loin de se résumer à cela.

Une grande partie des abuseurs sont identifiables à Monsieur et Madame Tout-le-monde. Ils vont commettre un tel acte entraînés par le contexte particulier du voyage.

Parmi les facteurs déclenchants :

- sentiment de pouvoir du touriste sur les populations locales du fait de sa supériorité économique,
- désir de nouvelles expériences,
- anonymat et absence des règles sociales habituelles qui tendent à diminuer l'inhibition de l'individu et à le conduire à adopter des comportements plus laxistes, voire abusifs, sentiment d'impunité lié à l'éloignement,
- indifférence portée au partenaire,
- ignorance culturelle conduisant à se faire des idées fausses de ce qui est acceptable dans le pays d'accueil.

Beaucoup se déresponsabilisent grâce à des idées reçues, souvent présentes dans nos sociétés, telles que « cela va aider le jeune à vivre ou à faire vivre sa famille » ou bien « dans ce pays-là, les mœurs sont différentes ».

Dal sito www.fram.fr

“ Les clubs Framissima suivent une charte écologie. ”
Nora D. (Valence)

FRAMISSIMA L'HÔTELLERIE DURABLE

Depuis 2008, les clubs Framissima suivent une charte écologie qui les engage sur un ensemble de mesures visant à :

- Économiser et rationaliser les ressources d'eau et d'énergies.
- Gérer et recycler les déchets.
- Valoriser la biodiversité et les espaces verts.
- Recourir à des « achats verts ».
- Favoriser les comportements responsables de ses clients et de son personnel.
- Sensibiliser les clients à toutes ces mesures.

Quelques exemples parmi d'autres...

- L'installation de panneaux solaires au Framissima Rei del Mediterrani à Majorque pour fournir l'électricité nécessaire à l'activité de l'hôtel.
- Le traitement des eaux lessiviées avant leur évacuation dans le réseau des eaux usées au Framissima Les Jardins de l'Agdal à Marrakech.
- L'installation de contacteurs sur les baies vitrées et fenêtres pour couper l'air conditionné.
- La collecte des déchets sur une île publique face à la barrière de corail par les équipes du Framissima Club Azur à Hourghada.

À venir, pour l'été 2010 : l'ouverture du 1^{er} Framissima Nature dans les Landes, à Soustons, nouveau concept de village de vacances en plein-air, entièrement tourné vers la nature.

LA CHARTE MAROCAINE DU TOURISME RESPONSABLE

- Au Maroc, FRAM s'engage sur le territoire marocain à préserver la culture et l'environnement et à ouvrir pour un tourisme vecteur de développement économique et social.

FRAM S'ENGAGE POUR RESPECTER LES DROITS DE L'ENFANT

- Depuis 10 ans, FRAM lutte pour promouvoir un tourisme respectueux des droits de l'enfant aux côtés de l'ECPAT, association internationale luttant contre le tourisme sexuel.

S'ENGAGER AUPRÈS DES POPULATIONS LOCALES

- FRAM compte plus de salariés étrangers que français : 90 % des salariés employés à l'étranger sont issus de la population locale. FRAM associe les pays d'accueil aux activités touristiques et contribue à leur développement.

DES SUPPORTS DE COMMUNICATION DURABLES

- La nouvelle collection des guides de voyages FRAM est imprimée sur papier recyclé et labellisée Imprim'Vert®.
- La brochure des Voyages FRAM est intégralement imprimée sur papier certifié PEFC (fabriqué à partir de bois issus de forêts gérées durablement).

Pour découvrir plus en détail ce programme, son actualité ainsi que nos partenariats : nous vous invitons à consulter le site www.fram.fr - rubrique Planète FRAM ou la page « Les Voyages FRAM » sur Facebook.

Dal catalogo Destinazioni Proches Été 2010 – Fram Voyages

STUDIOSUS

Tour Operator fondato nel 1954, è uno dei più importanti operatori tedeschi¹⁴ e organizza viaggi in tutti i continenti. Collabora con ECPAT ed è partner del progetto per la diffusione di “The Code of Conduct for the protection of children from sexual exploitation in travel and tourism”.

Le politiche dell’operatore per la sensibilizzazione alla lotta contro lo sfruttamento sessuale dei minori prevedono lo svolgimento di corsi di formazione per il personale dipendente, e l’informazione dei clienti attraverso brochure allegate alla documentazione di viaggio. La partnership con ECPAT viene citata, all’interno del sito web del Tour Operator, senza essere particolarmente evidenziata.

Ciò che distingue in positivo l’impegno di Studiosus è il sostegno economico che, attraverso la sua fondazione, fornisce a progetti di sviluppo sociale nelle destinazioni a rischio. In particolare si segnala il supporto al programma “Child Labor” realizzato dalla ONG keniana SOLWODI – Solidarity with Woman in Distress, per la prevenzione, il

¹⁴ Per fatturato, fonte: FVW pubblicazioni 2006

recupero e la riabilitazione dei minori caduti nella rete del turismo sessuale.



Dal sito www.studiosus-foundation.org



5. CONCLUSIONI: CHE FARE?

Per quanto i risultati dell'Osservatorio 2010 mostrino evidenti segni di miglioramento rispetto all'annualità precedente, l'estensione dell'analisi a media come internet e ai principali player europei ha mostrato quanto ancora ci sia da fare.

Nel contesto italiano è del tutto evidente che la presenza di una precisa prescrizione di legge, di tipo cogente e che prevede sanzioni non trascurabili per l'inadempienza, rappresenta un vero spartiacque rispetto al periodo precedente alla legge, ed agli altri Paesi che non hanno questo tipo di normativa.

Ma tra gli operatori italiani, nella loro larga parte, il dato qualitativo che emerge dalle interviste dirette è che la legge sembra più rispettata che non condivisa e rivendicata. E questo si rileva anche dalle forme di applicazione, dallo spazio che vi viene dedicato sui materiali, dalle posizioni riservate ai messaggi, dall'attenzione che vi viene prestata.

Lo stesso Codice di Condotta appare uno strumento minoritario e poco vivace, se è vero che dopo la sua sottoscrizione non ci sono stati nei fatti momenti di iniziativa collettiva al riguardo.

Tra le indicazioni possibili, che si aggiungono a quelle già contenute nel Report 2009, sembra allora necessario annoverare almeno quelle che seguono:

- un recupero del rapporto con le Associazioni di Categoria degli operatori, mirante a far loro evidenziare, in tutti i passaggi comunicativi nei confronti della loro base associativa, l'attualità della tematica e la corrispondente necessità di “non abbassare la guardia”;
- l'apertura di un “nuovo fronte” riguardante la comunicazione online (che oramai riguarda tutti gli operatori ed i loro rapporti con i clienti), anche mediante la produzione di format specifici, e le relative prescrizioni d'uso, da estendere anche alla categoria dei tecnici (web master, provider, ecc.), in modo da renderne più agevole il lavoro, anche in applicazione di una normativa che al riguardo può apparire imprecisa;
- la riproposizione in sede istituzionale di un “Albo d'Oro (e forse anche di un premio annuale), mirante a



selezionare ed opportunamente valorizzare le best practices che ci sono, anche se ancora non fanno sistema e, forse, non conferiscono il dovuto valore aggiunto a chi le adotta.

L'ENTE BILATERALE NAZIONALE DEL TURISMO (EBNT), è un organismo paritetico costituito nel 1991 dalle organizzazioni sindacali nazionali dei datori di lavoro e dei lavoratori maggiormente rappresentative nel settore Turismo: Federalberghi, Fipe, Fiavet, Faita, Federreti, Filcams - CGIL, Fisascat - CISL, Uiltucs - UIL.

EBNT, è un ente senza fini di lucro e costituisce uno strumento per lo svolgimento delle attività individuate dalle parti stipulanti il CCNL Turismo in materia di occupazione, mercato del lavoro, formazione e qualificazione professionali.

EBNT svolge e promuove attività di studio e ricerca, sperimentazione, documentazione, informazione e valutazione. Fornisce un supporto tecnico- scientifico e alla rete degli Enti Bilaterali Territoriali sulle politiche e sui sistemi della formazione e dell'apprendimento continuo, del mercato del lavoro e dell'inclusione sociale, ne coordina il lavoro e ne definisce le linee operative di indirizzo.

EBNT riveste un ruolo determinante nella creazione e consolidamento dell'occupazione di settore e ne studia l'evoluzione, anche in relazione al tema delle pari opportunità, promuovendo interventi mirati volti al superamento di ogni forma di discriminazione nel luogo di lavoro.

L'impegno di EBNT, inoltre, è quello di offrire risposte alle situazioni di crisi congiunturali che si manifestano sul territorio nazionale, intervenendo con forme di sostegno al reddito a favore dei lavoratori dipendenti, salvaguardando l'occupazione e la professionalità degli addetti.



EBNT ha investito sul valore della bilateralità, interpretando le relazioni tra l'impresa e il sindacato come una risorsa.



- » Federalberghi
- » Fipe
- » Faita
- » Fiavet
- » Federreti
- » Filcams-CGIL
- » Fisascat-CISL
- » Uiltucs-UIL

Ente Bilaterale Nazionale del Turismo

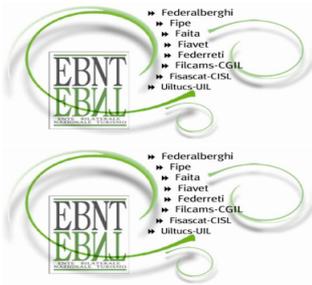
Via Lucullo 3, 00187 Roma

Tel. +39 06 42012372

Fax. +39 06 42012404

E- mail: info@ebnt.it

www.ebnt.it



SL&A opera da 22 anni sui temi di ospitalità e turismo, ambiente, imprese ed economie locali.

Gli interventi di SL&A nell'ambito dell'innovazione, adeguamento o qualificazione di luoghi, imprese e più in generale di sistemi turistici ospitali, trovano il loro fondamento:

- *nell'effettuazione di ricerche di mercato tese a cogliere le tendenze della domanda turistica, in ragione dei cambiamenti di gusti, stili di vita, comportamenti di consumo;*
- *nella consulenza nel campo della promozione turistica, specie per ciò che riguarda la costruzione di nuovi prodotti, la loro immissione sui mercati di riferimento e le relative leve della comunicazione;*
- *nella consulenza per lo sviluppo (anche urbanistico) delle destinazioni turistiche (STL, regioni, province e città, parchi, ecc.), in cui il turismo diventa uno strumento per l'organizzazione fisica delle destinazioni, in rapporto alla loro attitudine ad accogliere turisti.*



www.slea.it

