



**“OSSERVATORIO NAZIONALE
CIRCA L'APPLICAZIONE DELLA
LEGGE 269/98 E DEL
CODICE DI CONDOTTA
RECEPITO IL 19 LUGLIO 2003
DAL CCNL DEL TURISMO”**

VII° EDIZIONE, 2015

**OSSERVATORIO NAZIONALE CIRCA
L'APPLICAZIONE DELLA LEGGE 269/98 E
DEL CODICE DI CONDOTTA RECEPITO IL
19 LUGLIO 2003 DAL CCNL DEL TURISMO**

VII Edizione

Report Finale

Marzo 2015

via Iside 8 (Colosseo) - 00184 Roma - Italia
tel. (+39) 06 4741245/6 - fax (+39) 06 47823753
e mail: slea@slea.it - www.slea.it

INDICE

INTRODUZIONE: MERCATO CHE CAMBIA, LEGGE CHE INVECCHIA

1. Anagrafe dei Tour Operators 2014-2015
2. Comparazione con i dati già rilevati
3. Verifica aggiornata di applicazione della Direttiva UE 92/2011
4. Evoluzione del quadro della disintermediazione e dell'integrazione
5. Analisi qualitativa di alcune case histories di rilievo
6. EBNT passa all'azione

ALLEGATI

1. Best practices Tour Operators
2. Database TO
3. Database OTA
4. CCNL Turismo 2003 (allegato L) e CCNL Turismo 2010 (allegato T)
5. Un quadro aggiornato della situazione
6. La campagna EBNT 2015
7. Rassegna Stampa Comunicato EBNT
8. Chi è Roberto Gentile

INTRODUZIONE: MERCATO CHE CAMBIA, LEGGE CHE INVECCHIA

All'origine di questo Osservatorio non c'è solo un fenomeno orribile come la pratica della pedofilia, certamente non attenuata dall'essere attuata in vacanza, o addirittura da diventare essa stessa motivazione di viaggio: c'è la lotta per il suo contrasto.

Una lotta che in Italia ha conosciuto alcuni successi investigativi e giudiziari, ma soprattutto notevoli risultati normativi.

La legge 269/1998, che prevedeva tra il resto il monitoraggio dell'impatto delle azioni messe in campo in Italia ed in Europa per contrastare il fenomeno del turismo sessuale a danno dei minori, all'art 16 prescriveva:

- 1. Gli operatori turistici che organizzano viaggi collettivi o individuali in Paesi esteri hanno obbligo, per un periodo non inferiore a tre anni ..., di 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 16 della legge 1998 n. 269 - 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".*
- 2. Quanto prescritto nel comma 1 si applica con riferimento ai materiali illustrativi o pubblicitari o ai documenti utilizzati successivamente al centottantesimo giorno dopo la data di entrata in vigore della presente legge.*
- 3. Gli operatori turistici che violano l'obbligo di cui al comma 1 sono assoggettati alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da lire due milioni a lire dieci milioni.*

La legge 38/2006 "Disposizioni in materia di lotta contro lo sfruttamento sessuale dei bambini e la pedopornografia anche a mezzo Internet", definisce meglio i reati di sfruttamento sessuale dei minori, e all'art. 17, cambia quasi impercettibilmente ma significativamente, le prescrizioni:

- 1. Gli operatori turistici che organizzano viaggi collettivi o individuali in Paesi esteri hanno l'obbligo... di inserire in maniera evidente nei materiali propagandistici, nei programmi, nei documenti di viaggio consegnati agli utenti, nonché nei propri cataloghi generali o relativi a singole destinazioni, (la medesima avvertenza di cui sopra).*

Non più solo per tre anni, quindi, ma per sempre. Peccato che però in questo caso manchi ogni riferimento ad internet, citato invece nel "titolo".

2. La disposizione di cui al comma 1 si applica con riferimento ai materiali illustrativi o pubblicitari o ai documenti utilizzati successivamente al novantesimo giorno dalla data di entrata in vigore della presente legge.

Il tempo di entrata in vigore dell'obbligo è quindi dimezzato, ma d'altra parte l'obbligo della Legge 269 era previgente ed al momento ancora valido.

3. Gli operatori turistici che violano l'obbligo di cui al comma 1 sono puniti con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 1.500 a euro 6.000. All'irrogazione della sanzione provvede il Ministero delle attività produttive.

Le sanzioni sono state quindi adeguate all'Euro e lievemente ritoccate verso l'alto, ma della loro irrogazione presso il MAP, purtroppo, non è stato possibile trovare traccia.

* * *

Abbiamo voluto riportare fedelmente alcuni passaggi di quelli che a tutti gli effetti sono i capisaldi della lotta al turismo sessuale con minori, per verificarne l'attualità e la concretezza (nel momento in cui erano stati concepiti e promulgati) a fronte della realtà attuale. In una parola, alla prova della contemporaneità.

Ciò che oggi avviene è presto detto: il commercio elettronico, anche e soprattutto nel turismo, ha assunto una dimensione ed una incidenza tale da essere nei fatti divenuto il vero punto di riferimento, la modalità principale del mercato. I dati Eurobarometro 2013 indicano che il 58% della popolazione europea organizza vacanze tramite internet.

Allora, anche per quanto riguarda la lotta al turismo sessuale con minori, si rende necessario prendere atto di questa novità, a ben vedere epocale, ed adeguarvi gli strumenti legislativi. Una delle possibili soluzioni potrebbe essere cambiare la legge vigente.

In particolare, con riferimento all'art. 17 della Legge 38/2006, si potrebbero apportare le seguenti modifiche ai commi 1 e 3:

*1. Gli operatori turistici che organizzano viaggi collettivi o individuali in Paesi esteri hanno l'obbligo di inserire in maniera evidente nei materiali propagandistici, nei programmi, **nell'homepage dei siti e portali internet**, nei documenti di viaggio consegnati agli utenti, nonché nei propri cataloghi generali o relativi a singole destinazioni, (la ormai nota avvertenza)*

*3. Gli operatori turistici che violano l'obbligo di cui al comma 1 sono puniti con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 1.500 a euro 6.000. **All'osservanza della norma è preposto l'Osservatorio per il contrasto della pedofilia e***

della pornografia minorile del Dipartimento per le Pari Opportunità, sia mediante autonoma funzione ispettiva che su argomentate segnalazioni di Corpi di Polizia, Associazioni di Categoria e singoli cittadini. L'irrogazione della sanzione è obbligatoria.

Nel periodo intercorrente tra le due leggi si pone l'importante presa di posizione delle Imprese e dei Sindacati del settore: il CCNL Turismo (19 Luglio 2003), infatti, nel suo Allegato L (per esteso in appendice a questo lavoro) delinea il codice di condotta che ciascun operatore turistico (tour operators, agenzie di viaggio, compagnie aeree e aeroporti) deve adottare al fine di contrastare lo sfruttamento sessuale dei minori nell'ambito del turismo.

E lo fa con maggiore attualità persino della Legge 38, successiva di tre anni, in quanto non pone limiti alle esigenze ed agli strumenti di comunicazione. In particolare l'Allegato L recita:

*Le aziende... si impegnano –oltre quanto già previsto dalla L.269/1998- ad adottare tutte le misure atte a combattere lo sfruttamento sessuale dei minori nell'ambito del turismo **in tutti i casi e in tutte le occasioni utili** a tale obiettivo....
.... a portare a conoscenza dei loro clienti Il loro impegno contro lo sfruttamento sessuale dei minori nell'ambito del turismo, informandoli anche della loro adesione a questo Codice di Condotta....
.... a inserire **nei supporti di comunicazione destinati alla commercializzazione dei prodotti** (una idonea dicitura).*

Come si vede, l'impegno morale richiesto alle imprese del turismo è più ampio e responsabilizzante della prescrizione cogente di legge. Ma come vedremo tra poco i risultati ottenuti non sembrano comunque soddisfacenti.

* * *

Mentre quindi le esigenze di adeguamenti normativi rimangono inascoltate, nonostante i ripetuti tentativi esperiti anche e proprio dall'EBNT, il fenomeno criminale non sembra diminuire di intensità. Su questo non è compito del nostro Osservatorio dilungarsi né approfondire le analisi, ma abbiamo ritenuto utile riportare in allegato un accurato riepilogo delle notizie più recenti.

L'Osservatorio, invece misura, puntualmente dal 2009 i comportamenti dell'intermediazione organizzata nei confronti degli obblighi di informazione che le normative hanno loro imposto. Da rilevare, per inciso, che l'Osservatorio ha registrato una vera e propria moria di Tour Operator italiani, con un calo delle aziende attive dell'ordine del 5% annuo dal 2010 ad oggi (ben 68 "perdite"); e questo a fronte di nuove entrate che non raggiungono le dita di una mano.

Anche la misura dell'adeguamento delle imprese alle norme, aggiornata al 2015, non consente ottimismo: quasi nessuno (il 3,6% per la precisione) si attiene agli obblighi di comunicazione nelle copertine o home page o in qualche parte rilevante della propria esposizione pubblica, e anche nelle postille delle "condizioni di viaggio" (a caratteri piccoli come quelli delle polizze di assicurazione) la citazione, peraltro gratuita e ben poco faticosa, non è unanime: lo fanno solo 7 aziende su 10.

E' venuta progressivamente meno, forse, la conoscenza della Legge -per quanto mai scusata-, o quantomeno la **"paura della punizione"** per l'eventuale inottemperanza- peraltro mai irrogata, a quanto ci risulta. Paura che se non è certo un buon modo per far applicare una regola, quantomeno dovrebbe costituire un deterrente alla sua trasgressione.

Per questo EBNT dalla VII edizione dell'Osservatorio ha ritenuto di non doversi limitare ad analizzare, ed è passato all'azione.



Il messaggio è stato infatti diffuso attraverso uno dei più ascoltati blog di settore a tutto il mondo dell'intermediazione italiana (oltre 15.000 indirizzi mail).

I primi risultati di questa azione concreta –purtroppo sostitutiva di quelle spettanti ad altri soggetti anche istituzionali- sono riportati nel Cap. 6 dell'Osservatorio.

1. Anagrafe dei Tour Operators 2014-2015

La crisi mondiale degli ultimi anni, particolarmente accentuata in Italia, ha messo in seria difficoltà o addirittura costretto a chiudere molte aziende, e il mondo del turismo non è rimasto esente da ripercussioni su tale fronte.

Anzi, se possibile, la crisi nel turismo ed in particolare nel comparto dell'intermediazione sta conoscendo effetti più ampi di quella di altri settori, in quanto non ha avuto solo caratteri congiunturali dovuti al calo della domanda, ma è causata anche da fattori strutturali di vario genere.

Gli operatori del mondo turistico hanno impostato la loro concorrenza su una spietata battaglia sui prezzi, ma siccome ormai la vacanza è concepita come un bene intoccabile, i consumatori hanno deciso di premiare la qualità del prodotto/servizio offerto rispetto al prezzo.

E questo implica una severa riduzione dei margini di guadagno, soprattutto nelle fasce di mercato medie e basse, mentre sembra in qualche modo esente da problemi il segmento lusso o "upscale".

Inoltre, la possibilità di acquistare vacanze via internet prende sempre più piede, tanto da mettere in crisi la competitività della programmazione turistica dei tour operator, in quanto nel mondo dell'online i prezzi si adeguano continuamente in base alle tendenze del mercato e grazie all'efficacia di strumenti definiti "comparatori".

A questa tendenza generale si è affiancata e combinata anche una nuova aggressività commerciale, basata sulla continua proposta di offerte a carattere diverso: sottocosto anche mediante sistemi di groupage, advanced booking, last minute, last second, ecc.

* * *

Nella presente edizione dell'Osservatorio (la settima) si è partiti recuperando il database di Tour Operators outgoing già costruito ed aggiornato nelle precedenti edizioni, che si fornisce in allegato.

Su tale strumento nei primi mesi del 2015 è stata svolta un'analisi accurata dei siti di ogni singolo tour operator presente nel database, per comprendere quale sia il tasso di applicazione delle disposizioni di legge per la lotta al turismo sessuale a danno dei minori.

Il "sottoprodotto" di tale analisi è stato di rilevare che alcuni tour operator hanno il sito non aggiornato, con proposte ferme al 2011, o addirittura sono offline, e per questi, quindi, non è stato possibile realizzare la rilevazione e l'analisi prevista. Questo ci ha costretti ad analizzare in modo accurato solo 223 siti di tour operator.

Ripercorrendo le analisi svolte negli scorsi anni possiamo notare un crollo del numero dei tour operator analizzabili: dai 291 nel 2010, sono scesi a 230 lo scorso anno, e come precedentemente affermato, all'inizio del 2015 risultano calati ancor di più, raggiungendo la quota di 223.

Senza che questo abbia valore assoluto, si rileva quindi in soli 5 anni un calo assoluto di 68 Tour Operators, pari al 23% del valore iniziale 2010, e ad un tasso di uscita dal mercato intorno al 5% medio annuo.

2. Comparazione con i dati già rilevati

Giunti alla settima edizione di questo Osservatorio possiamo effettuare un riepilogo in serie storica di ciò che sta avvenendo negli anni in questo settore circa l'applicazione delle disposizioni di legge per la lotta contro il turismo sessuale con i minori.

Le analisi dei siti dei tour operator svolte nell'ambito di questo Osservatorio, si sono incentrate su quattro controlli principali:

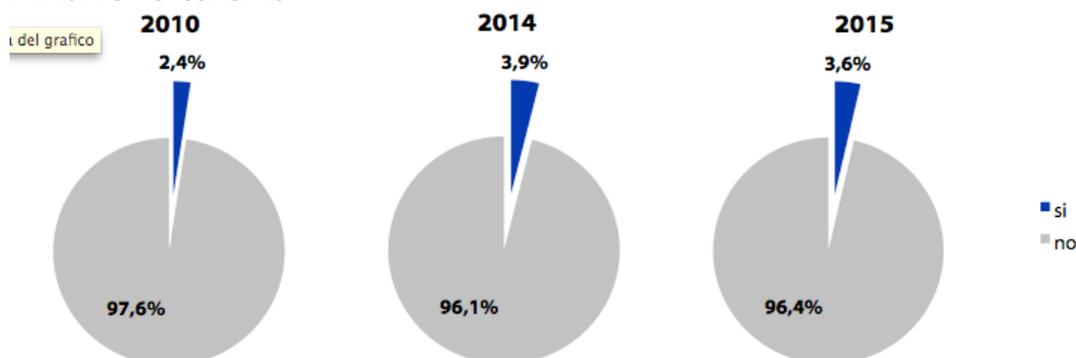
1. se il T.O. evidenzia nell'**homepage** riferimenti inerenti la lotta alla prostituzione minorile nel turismo o quantomeno la rilevanza penale di tali comportamenti;
2. se il T.O. evidenzia nel **catalogo viaggi on-line** gli stessi riferimenti ;
3. se il T.O. evidenzia nelle **condizioni generali** i riferimenti;
4. se il T.O. evidenzia nel **catalogo cartaceo** i riferimenti (peraltro obbligatori ai sensi di legge) relativi alla lotta alla prostituzione minorile nel turismo e alla perseguibilità di tale reato.

In generale, la situazione –quantomeno in termini di osservanza delle norme– sembra peggiorare sempre più, ma per un'analisi più analitica è meglio affrontare singolarmente i singoli punti sopra citati.

2.1. Analisi dell'homepage dei siti web dei tour operator.

Nell'homepage dei siti internet dei tour operator analizzati riscontriamo generalmente percentuali molto basse di presenza dei riferimenti in esame.

Il T.O. evidenzia nell'homepage riferimenti inerenti la lotta alla prostituzione minorile nel turismo

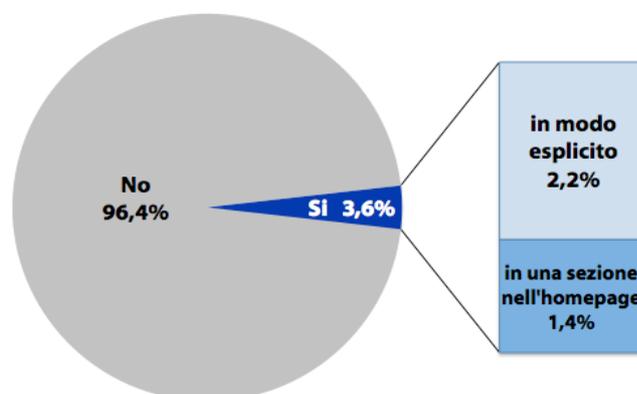


Fonte: indagine diretta SL&A per Osservatorio EBNT, 2014

Da tale grafico possiamo notare come nel 2010 i tour operator che evidenziavano riferimenti alla tematica nella homepage sono il 2,4% di quelli analizzati, il 3,9% nel 2014 e il 3,6% nel 2015.

In particolare, per quanto riguarda l'analisi effettuata quest'anno si è deciso di riportare un'ulteriore specifica: il 3,6% di coloro che riportano nell'homepage riferimenti alla lotta contro lo sfruttamento sessuale dei minori, è suddivisibile in un 2,2% di riferimenti espliciti e un 1,4% che riporta riferimenti in sezioni dedicate presenti all'interno dell'homepage.

Il T.O. evidenzia nell'homepage riferimenti inerenti la lotta alla prostituzione minorile nel turismo

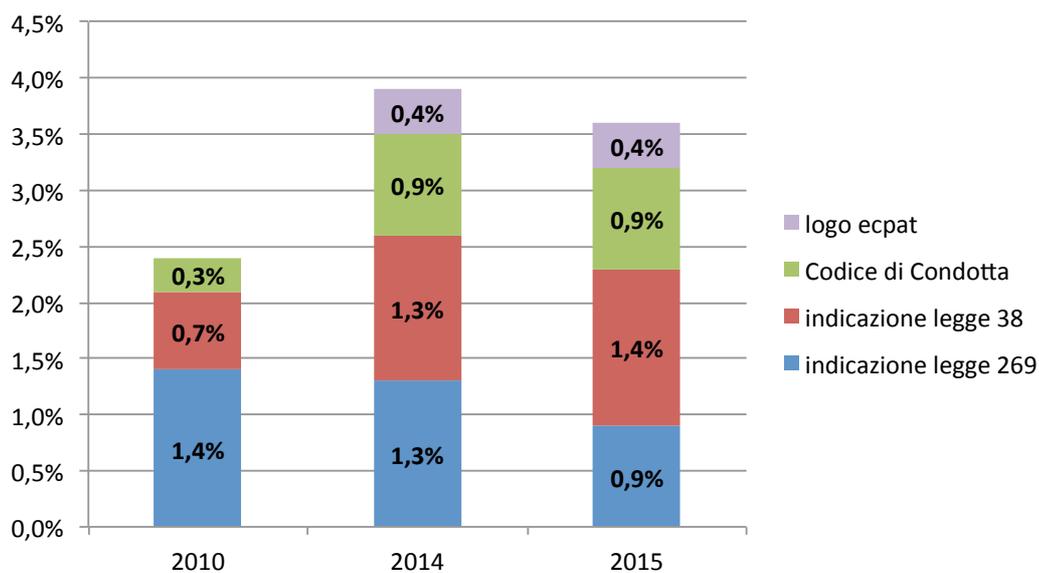


Fonte: indagine diretta SL&A per Osservatorio EBNT, 2014

Si tratta di 5 soli casi: in pratica, quasi nessuno.

In particolare, possiamo ripartire le nostre esigue percentuali positive, per notare che la maggior parte dei riferimenti è legata all'indicazione delle leggi 269/98 oppure 38/2006.

Il dettaglio del riferimento alla lotta alla prostituzione minorile nel turismo in homepage.

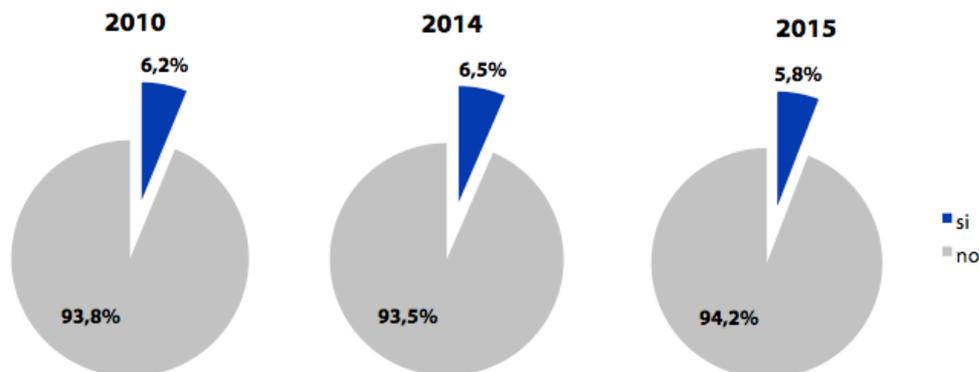


Fonte: indagine diretta SL&A per Osservatorio EBNT, 2014

2.2. Analisi dei cataloghi viaggio dei siti web dei tour operator.

Per ciò che concerne i riferimenti presenti nelle proposte/cataloghi viaggio online dei singoli tour operator la percentuale resta esigua:

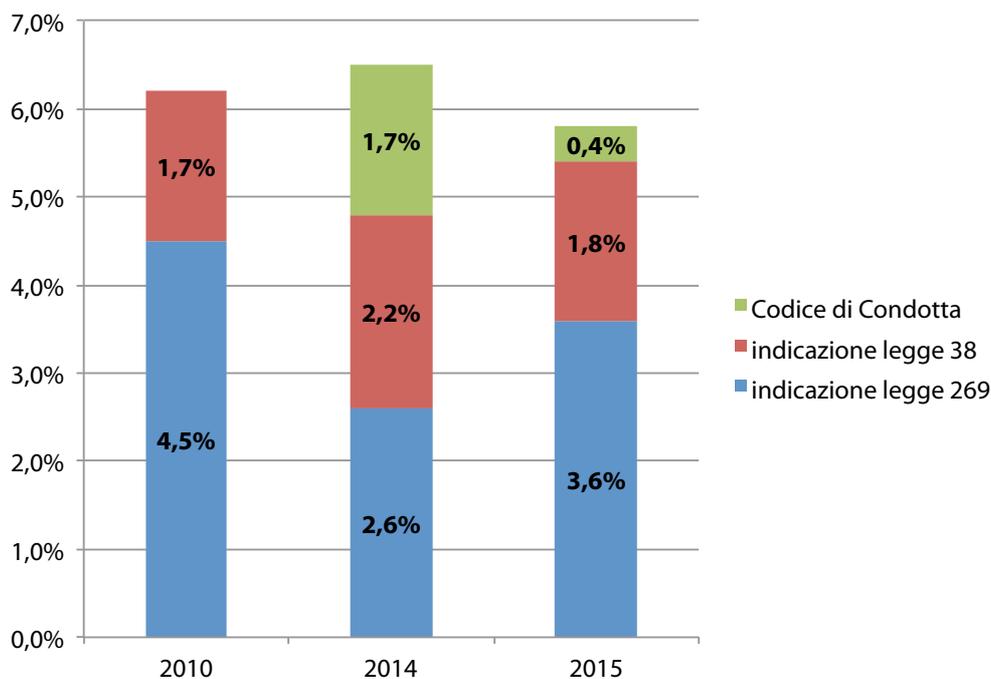
Il T.O. evidenzia nel catalogo di viaggi online riferimenti inerenti la lotta alla prostituzione minorile nel turismo



Fonte: indagine diretta SL&A per Osservatorio EBNT, 2014

Anche in questo caso la distribuzione dei casi positivi segnala la prevalenza di riferimenti alle due leggi 269/98 e 38/2006, come possiamo vedere dal grafico che segue.

Il dettaglio del riferimento alla lotta alla prostituzione minorile nel turismo nel catalogo di viaggi online.



Fonte: indagine diretta SL&A per Osservatorio EBNT, 2014

2.3. Analisi delle condizioni di viaggi dei tour operator.

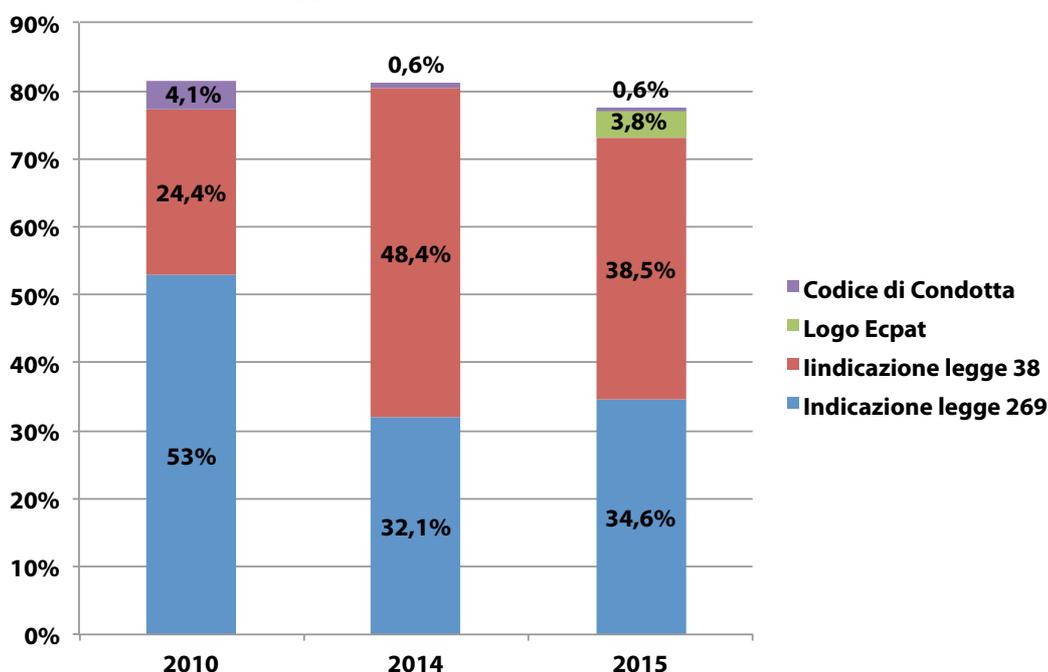
Per ciò che concerne invece il controllo dei riferimenti alla lotta al turismo sessuale nelle **condizioni di viaggio**¹, si è reso necessario innanzi tutto identificare se i tour operator le riportassero nel loro sito web: nel 2010 quelli che presentavano le condizioni di viaggio nel loro sito erano il 74,6%, nel 2014 erano il 69,1%, mentre oggi sono il 70%.

Sulla base di tali percentuali è stato possibile determinare che i casi in cui nelle condizioni generali vi sono riferimenti inerenti la lotta alla prostituzione minorile nel turismo, sono ben più alti rispetto alle altre modalità. In particolare, nel 2010 troviamo tali riferimenti nel 77,9% dei casi, nel 2014 nell'80,5% e infine nel 2015 nel 73,7% dei casi.

Alcuni tour operator, all'interno delle loro condizioni generali, riportano più di una citazione al medesimo tempo (es. logo Ecpat associato al riferimento alla legge 269/98).

I casi positivi sono così suddivisibili:

Il dettaglio del riferimento alla lotta alla prostituzione minorile nel turismo nelle condizioni di viaggi.



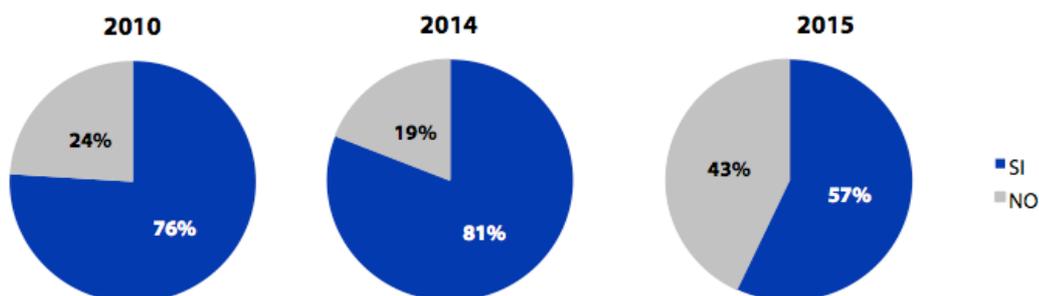
Fonte: indagine diretta SL&A per Osservatorio EBNT, 2014

¹ Come noto si tratta di una pagina obbligatoria che riporta, in caratteri minuscoli, le principali condizioni relative alla vendita di prodotti e pacchetti turistici, e che è normalmente posta in terza di copertina dei cataloghi cartacei.

2.4. Analisi dei cataloghi cartacei o sfogliabili dei tour operator

Infine, come sopra descritto, sono stati presi in considerazione i cataloghi cartacei o sfogliabili dei tour operator facenti parte del database di partenza.

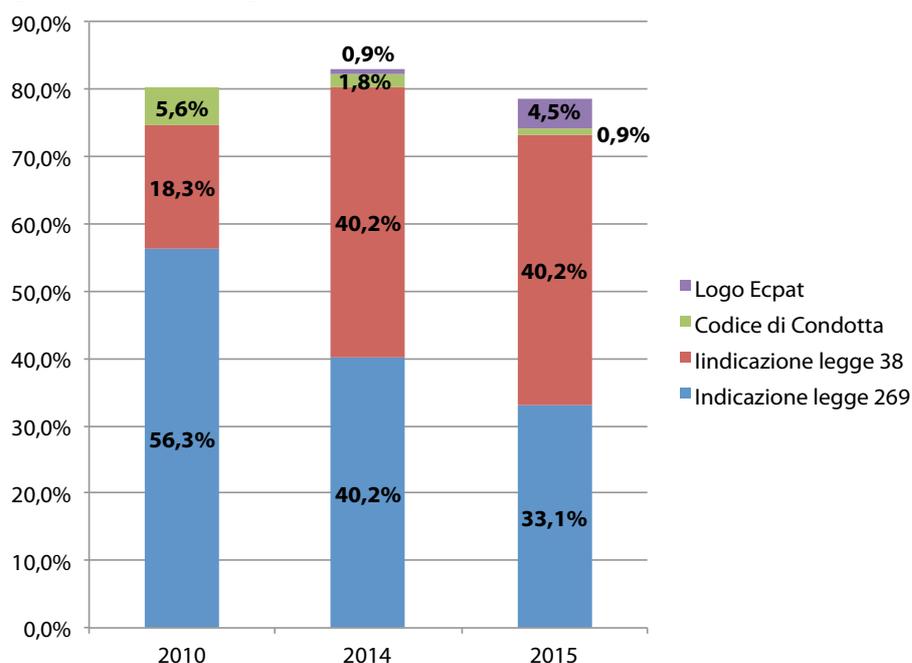
Il T.O. evidenzia nel catalogo cartaceo o sfogliabile riferimenti inerenti la lotta alla prostituzione minorile nel turismo



Fonte: indagine diretta SL&A per Osservatorio EBNT, 2014

La percentuale della presenza di cataloghi di viaggio nel sito del tour operator è maggiore rispetto alle altre possibilità, e i casi in cui all'interno di questi cataloghi vi sono riferimenti inerenti la lotta al turismo sessuale con i minori sono così riassumibili:

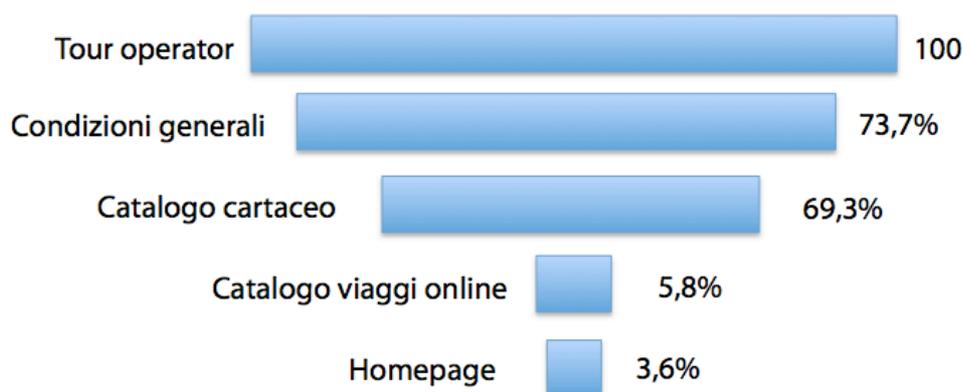
Il dettaglio del riferimento alla lotta alla prostituzione minorile nel turismo nel catalogo cartaceo o sfogliabile.



Fonte: indagine diretta SL&A per Osservatorio EBNT, 2014

I cataloghi sfogliabili, assieme alle condizioni generali di vendita (spesso riportate anche in fondo allo stesso catalogo), sono molto spesso "emettitori di messaggi", sia per ciò che riguarda l'indirizzare le scelte delle mete turistiche dei clienti, sia per divulgare le varie promozioni in atto, sia per esprimere quale sia la cosiddetta responsabilità sociale d'impresa, ecc.

E' proprio per questo che è importante che in questi due elementi siano presenti riferimenti inerenti la lotta al turismo sessuale a danno di minori.



Alcuni Tour Operator, peraltro, si muovono molto bene in quest'ottica, e di seguito riportiamo alcuni esempi delle best practices rilevate durante l'analisi. Una specifica descrizione delle case histories di maggior rilievo a livello internazionale sarà invece sviluppata nel cap. 5 del presente lavoro.

CENTRO TURISTICO STUDENTESCO E GIOVANILE

CHI SIAMO | COSA FACCIAMO | CONVENZIONI

NEWS | INIZIATIVE

CTS dalla parte dei bambini

CTS è un'associazione di promozione sociale che ha come scopo principale quello di favorire la crescita culturale, sportiva e turistica dei bambini e dei ragazzi italiani e stranieri. CTS è un'associazione di promozione sociale che ha come scopo principale quello di favorire la crescita culturale, sportiva e turistica dei bambini e dei ragazzi italiani e stranieri.

DIVENTA SOCIO CTS

Che Spettacolo!

BORN TO EXPERIENCE

Per maggiori informazioni visitate il sito www.cts.it

I Paesi più ricchi del fenomeno del turismo sessuale

América Latina
Oriente
Caribe
Asia
Africa
Europa
Australia
Oceania
Asia
Africa
Europa
Australia
Oceania

CTS

ECCO DOVE POTREBBERO FINIRE UNA COPPA DEL MONDO E UNA MEDAGLIA D'ORO

ALL'ESTERO COME IN ITALIA, RICORRERE ALLA PROSTITUZIONE DEI MINORI È UN REATO CHE PREVEDE LA RECLUSIONE.

Non voltarti dall'altra parte

ecpat

In collaborazione con

FAI FONDO AMBIENTE ITALIANO
MUSEO STORICO ORIENTALE
ARCHEOLOGICI E ASSOCIAZIONI ARCHEOLOGICHE
CENTRO STUDI LIGURIE
COMITATO COLLABORAZIONE MEDICA
PROGETTO HUMANITAS
EONET
CERTIFICAZIONE TURISMO LIGURICO
ACTION AID INTERNATIONAL
ASSOCIAZIONE GRANDE NORD
LA NUOVA ECOLOGIA
LEGAMENTI

IDEE PER VIAGGIARE

IL TUCANO VIAGGI RICERCA

Una cultura etica del viaggio

La forza economica del turismo può cambiare molte vite, proteggere i diritti umani e l'ambiente, avvicinare i popoli attraverso la conoscenza delle loro culture e dei loro stili di vita.

Conseguenti del ruolo del turismo e dell'importanza del nostro operare nei vari Paesi del mondo, abbiamo intracciato sin dagli inizi della nostra attività, a sostegno di un concetto di turismo responsabile, relazioni con Organizzazioni ed enti locali alla tutela della natura e della cultura, o impegnati in attività umanitarie e nella promozione del diritto alla salute nei Paesi a basso reddito con particolare riguardo alle comunità delle zone più remote.

FAI FONDO AMBIENTE ITALIANO
MUSEO STORICO ORIENTALE
ARCHEOLOGICI E ASSOCIAZIONI ARCHEOLOGICHE
CENTRO STUDI LIGURIE
COMITATO COLLABORAZIONE MEDICA
PROGETTO HUMANITAS
EONET
CERTIFICAZIONE TURISMO LIGURICO
ACTION AID INTERNATIONAL
ASSOCIAZIONE GRANDE NORD
LA NUOVA ECOLOGIA
LEGAMENTI

IL TUCANO

Figura 1 - Best practices (maggiori dettagli in allegato)

3. Verifica aggiornata di applicazione della Direttiva UE 92/2011

Questo osservatorio sta monitorando; già da varie edizioni, la Direttiva dell'Unione europea :

“Lotta contro l'abuso e lo sfruttamento sessuale dei minori e la pornografia minorile”,

una legislazione per la lotta contro i reati sessuali a danno di minori. La direttiva riguarda gli aspetti più ampi che vanno dalla sanzione alla prevenzione, passando attraverso il sostegno alle vittime. Per l'aspetto più strettamente legato all'oggetto del nostro osservatorio, sono previste disposizioni specifiche in caso di pornografia infantile su internet e di turismo sessuale.

La **Direttiva 2011/93/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13 dicembre 2011, relativa alla lotta contro l'abuso e lo sfruttamento sessuale dei minori e la pornografia minorile, sostituisce la decisione quadro 2004/68/GAI del Consiglio.**

La Direttiva armonizza in tutta l'Unione europea (UE) i reati in materia di abuso sessuale ai danni di minori, sfruttamento sessuale dei minori e pornografia infantile. Essa stabilisce anche sanzioni minime. Le nuove norme prevedono anche disposizioni volte a combattere la pornografia infantile su internet e il turismo sessuale. Mirano inoltre a interdire ai pedofili già condannati l'esercizio di attività professionali che comportano contatti regolari e diretti con minori.

Questo aspetto è stato analizzato nella precedente edizione, verificando i paesi che avevano ratificato e dato conto, nelle proprie legislazioni nazionali, della Direttiva stessa.

Reati e sanzioni

La Direttiva definisce una ventina di reati, suddivisi in quattro categorie:

- reati di **abuso sessuale**, come compiere attività sessuali con un minore che non ha raggiunto l'età del consenso sessuale o costringerlo a compiere tali attività con un'altra persona;
- reati di **sfruttamento sessuale**, come ad esempio costringere un minore a prostituirsi o a partecipare a spettacoli pornografici;

- reati di **pornografia minorile**: possedere, accedere, distribuire, fornire e produrre materiale pedopornografico;
- reati di **adescamento di minori su internet per scopi sessuali**: proporre su Internet un incontro con un minore con l'intento di commettere abusi sessuali o incoraggiarlo, con lo stesso mezzo, a fornire materiale pornografico che ritragga tale minore.

A livello nazionale, le pene detentive massime devono almeno essere superiori a talune soglie, che vanno da uno a dieci anni in relazione alla gravità dei fatti e al fatto che il minore abbia raggiunto o meno l'età del consenso sessuale. Parimenti, l'**istigazione** a commettere questi reati è punibile.

Una **persona giuridica** può essere ritenuta responsabile e sanzionata qualora il reato sia commesso **per suo conto** da una persona **che eserciti potere decisionale**.

Sono previste diverse **circostanze aggravanti**, in particolare quando il reato è commesso nei confronti di un minore in situazione di particolare vulnerabilità o da un familiare del minore, o da una persona che ha abusato della sua posizione di fiducia o di autorità, o ancora quando l'autore è già stato condannato per reati della stessa indole.

Per quanto concerne le **attività sessuali consensuali**, la direttiva lascia gli Stati membri liberi di decidere se certe pratiche sono o meno punibili quando coinvolgono persone vicine per età, grado di maturità fisica e psicologica simile e che possono essere considerate come la normale scoperta della sessualità.

Attività professionali a contatto con i minori

Per evitare il rischio di recidiva, gli autori di uno dei reati ai sensi della direttiva dovrebbero essere interdetti dall'esercizio di attività professionali che comportano **contatti regolari e diretti con minori**.

I datori di lavoro hanno il diritto di essere informati dell'esistenza di una condanna o delle misure interdittive esistenti. Tali informazioni devono inoltre essere trasmesse agli altri Stati membri onde evitare che un pedofilo possa usufruire della libera circolazione dei lavoratori nell'UE per lavorare con minori in un altro paese.

Turismo sessuale

L'organizzazione di viaggi finalizzati a commettere i reati di abuso sessuale, sfruttamento sessuale su minori o ancora di pornografia infantile, deve essere vietata. Poiché questi crimini restano spesso impuniti nei paesi dove avvengono, la direttiva prevede che lo Stato membro possa giudicare i suoi cittadini per reati di questo tipo commessi all'estero.

Inoltre, al di là della sua giurisdizione, quando il reato è commesso sul suo territorio o da uno dei propri cittadini, lo Stato membro può anche ampliare la sua giurisdizione ai **reati commessi all'estero** quando l'autore del reato risiede abitualmente nel suo territorio, o se il reato è stato commesso per conto di una persona giuridica che ha sede nel suo territorio o ancora quando la vittima è uno dei suoi cittadini.

La pornografia infantile su internet

Gli Stati membri devono garantire la **tempestiva rimozione** delle pagine web che contengono o diffondono materiale pedopornografico ospitate nel loro territorio e si adoperano per ottenere la rimozione di pagine ospitate al di fuori del loro territorio. In determinate condizioni di trasparenza e di informazione degli utenti internet, hanno altresì facoltà di **bloccare l'accesso a tali siti**

Indagini, azioni penali e giurisdizione

Le indagini e le azioni legali relative a questi reati non devono essere necessariamente subordinate alla querela o alla denuncia formulate dalla vittima (devono cioè essere "perseguibili d'ufficio"), e il procedimento penale deve continuare, **anche se la persona ha ritirato la sua dichiarazione**. Inoltre per i reati più gravi, l'azione penale dovrebbe essere consentita per un congruo periodo di tempo dopo che la vittima ha raggiunto la maggiore età.

Assistenza, sostegno e protezione delle vittime

In conformità con le disposizioni previste dalla direttiva relativa alla posizione della vittima nel procedimento penale, si deve assicurare un'assistenza e un sostegno alle vittime **prima, durante e dopo il procedimento penale**. Le vittime minorenni dei reati di abuso sessuale, sfruttamento sessuale e pornografia infantile sono considerate **vittime particolarmente vulnerabili** e devono essere trattate nel modo più adeguato alla loro situazione.

Particolari misure di protezione saranno adottate soprattutto nel caso in cui l'aggressore sia un familiare del minore. Inoltre, le giovani vittime devono avere accesso immediato alla consulenza legale e all'assistenza legale, se necessario, e

a titolo gratuito. Inoltre, l'assistenza e il sostegno fornito non devono dipendere dalla loro volontà di collaborare all'indagine o al processo.

Prevenzione

Programmi specifici per **ridurre il rischio di recidiva** dovrebbero essere offerti alle persone condannate o perseguite per reati sessuali contro i minori. Tali persone devono inoltre essere valutate per determinare il pericolo che esse rappresentano e il rischio di recidiva.

Contesto

La presente direttiva sostituisce la decisione quadro 2004/68/GAI. Dal momento che alcune vittime della tratta di esseri umani sono anche vittime minorenni di abusi sessuali o di sfruttamento sessuale, la direttiva dovrebbe essere complementare alla direttiva concernente la prevenzione e la repressione della tratta di esseri umani.

Nella direttiva stessa l' art. 28 prevede

Articolo 28

Relazione

1. Entro il 18 dicembre 2015, la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione che valuta in quale misura gli Stati membri abbiano adottato le misure necessarie per conformarsi alla presente direttiva, corredata, se del caso, di una proposta legislativa. IT 17.12.2011 Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 335/13

Il lungo percorso che la Direttiva ha intrapreso per dare un quadro giuridico comune a tutti i Paesi europei è a buon punto, ma non è concluso.

Lo stato ed il dettaglio del recepimento della Direttiva in oggetto da parte dei Paesi Membri, che aveva scadenza il 18 dicembre 2013, è già stato analizzato in dettaglio nel corso della sesta edizione del presente Osservatorio.

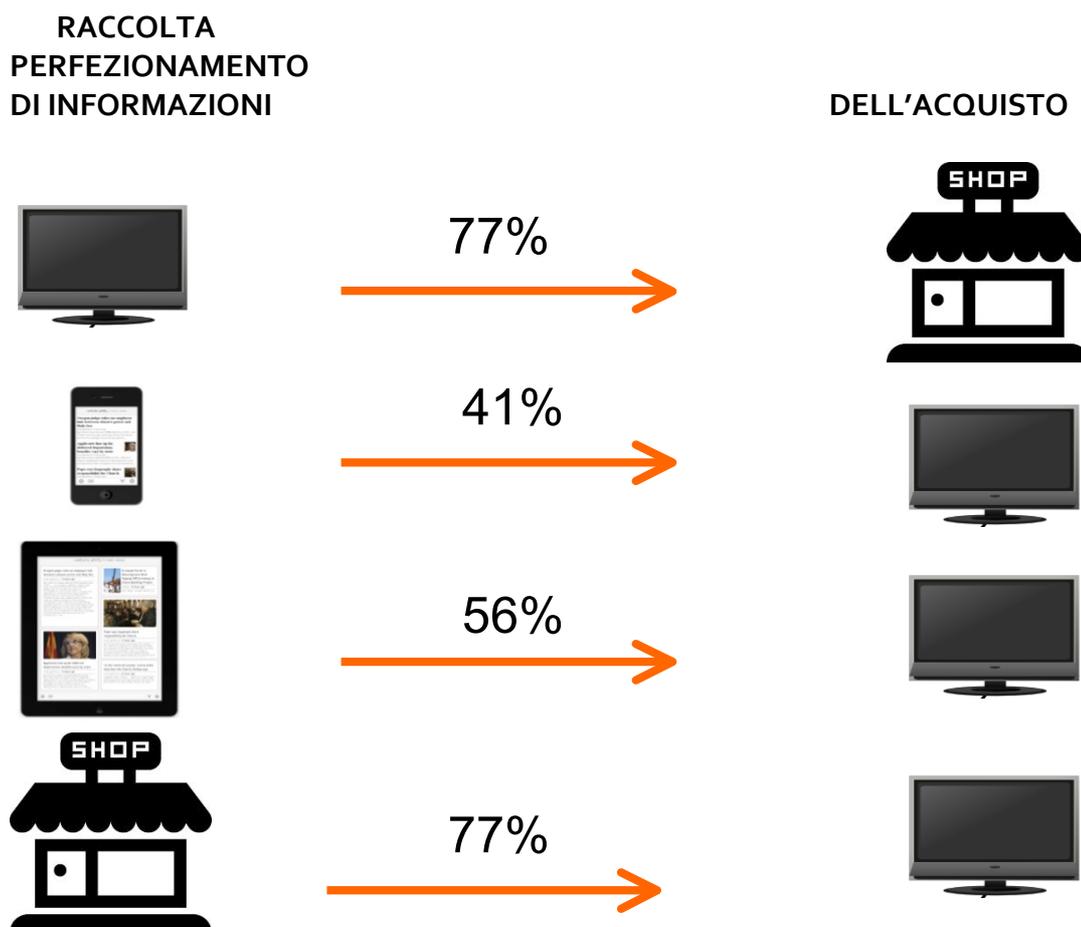
Peraltro la relazione che la Commissione presenta al Parlamento europeo per la verifica è prevista entro il 18 dicembre 2015, e non è quindi disponibile alla data odierna.

4. Evoluzione del quadro della disintermediazione e dell'integrazione²

La freneticità che caratterizza il tempo attuale condiziona ogni minima azione quotidiana, ed in particolare influenza il modo / il mezzo / il canale per cercare e prenotare i viaggi e le vacanze.

Il viaggiatore è ormai dipendente dall'omnichannel (approccio ibrido tra online e offline) e dalla molteplicità dei dispositivi in suo possesso, tra cui si muove liberamente e in qualche modo senza soggezione.

Il grafico seguente, che ha come fonte Paypal e come riferimento tutti gli acquisti mondiali che sono transitati su questo canale di pagamento nel 2013, mostra con evidenza soprattutto un fortissimo interscambio da PC / desktop a negozio fisico., in un quadro di generale fluidità dell'informazione, con scarsissima dedica esclusiva ad un canale rispetto ad un altro.



² Fonte: GfK, Destination Digital, 2015; Criteo, Travel Flash Report, settembre 2014

A livello globale, comunque, il numero di prenotazioni da smartphone e tablet cresce più velocemente (+20%) rispetto al PC / desktop (+2%).

Il booking tramite "mobile" registra al primo posto in quanto ad utilizzatori gli asiatici (in particolare i giapponesi) con oltre il 20% di prenotazioni. Scendono al di sotto del 10%, invece, la Germania e il Brasile. Per ciò che riguarda l'Italia, si attesta al 1° posto a livello europeo, mentre è al 4° posto a livello mondiale.

Il più alto livello di spesa affrontato online dai turisti è legato all'acquisto di pacchetti di viaggio, in primis con una prenotazione tramite PC / desktop, seguito dalla prenotazione tramite iPad, iPhone e infine dispositivi Android. A seguire, la spesa turistica online si riversa sul booking di crociere che, in primis sono prenotate tramite iPad, poi tramite desktop, tramite iPhone e infine tramite dispositivi Android. Il mobile, inoltre, supera il desktop del 21% per la prenotazione dei voli last minute.

Smartphone e tablet potrebbero rendere lievemente più complessa la vita di chi offre prodotti o servizi turistici, ma permetteranno anche di raggiungere i consumatori in modo ancora più semplice di quanto non sia stato possibile sino ad ora. Ormai per raggiungere i clienti, l'online è importante tanto quanto il passaparola.

Siccome i consumatori spendono sempre più tempo sui dispositivi mobili, gli operatori devono assolutamente sviluppare una strategia di marketing che privilegi il "mobile", fattore che sta guidando la crescita delle prenotazioni online.

In futuro coloro che vinceranno saranno i brand che adatteranno al meglio le loro strategie e che adotteranno misure innovative coraggiose, e anche le agenzie di viaggi o i tour operator non possono esimersi da tali cambiamenti.

* * *

Dopo una tale premessa, possiamo capire quanto possa essere importante il ruolo delle Online Travel Agencies (OTA) non solo nei processi di ricerca e di prenotazione dei viaggi online, ma anche nella trasmissione di messaggi importanti quale quello della lotta contro il turismo sessuale a danno dei minori.

Anche per questa settima edizione dell'Osservatorio, come già per la precedente, si è quindi costruito ed aggiornato un database delle OTA italiane o operanti sul nostro mercato, che nel dettaglio è riportato in allegato.

Dall'analisi svolta sui portali delle 57 OTA che risultano attive nei primi mesi del 2015, risulta che solo l'8,8% di esse, contro il 10,8% rispetto alle rilevazioni fatte nella sesta edizione, evidenzia nel sito riferimenti inerenti la lotta alla prostituzione minorile nel turismo.

Anche in questo caso, quindi, siamo di fronte ad un dato molto limitato, e per di più in preciso calo: solo 5 OTA parlano di lotta al turismo sessuale con minori.

In particolare, nel 60% dei casi (3 su 5) viene fatto riferimento alla legge 269/98, mentre un altro 60% (sempre 3 su 5) è distribuito equamente tra il riferimento alla legge 38/2006, l'apposizione del logo ECPAT e infine il riferimento al progetto "Child Safe International", la cui finalità è di mettere in guardia i turisti sulla tematica, fornendo loro anche un *vademecum* (di seguito) su come comportarsi in viaggio sempre nei confronti di tale tematica.



ChildSafe network
Together, protecting children.

ChildSafe International



Casa

Sfondo su Childsafe
Casi

Attività Evidenziato

A proposito di Child Abuse
Country Specific Info
Le leggi internazionali

Essere Childsafe
Travellers &
stranieri residenti
Locali e Comunità
Le aziende
ONG
Childsafe Prodotti certificati

Childsafe nel Mondo
Cambogia
Lao PDR
Thailandia
Indonesia
Svizzera
Childsafe Alliance
Campagne internazionali

Chi Siamo
Sostienici
Download e link
Contattaci
Implementazione
Organizzazioni

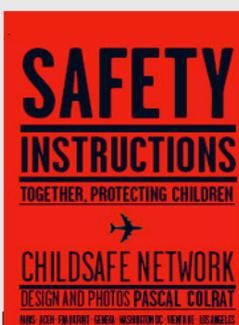
Questo progetto è finanziato dalla AusAID, Save the Children in Australia, l'Ambasciata britannica, Dare 2 Asia, Commissione Europea, Child Support Network, l'UNICEF e la Fondazione Skoll.

12 anni, di sesso femminile - Il mio sogno (Phnom Penh-Cambogia)

Benvenuti al Network Childsafe

Benvenuti al Network Childsafe una rete internazionale costituita da persone locali e internazionali, aziende e gruppi che proteggono i bambini dagli abusi e impediscono loro di essere messi in situazioni di abuso. Questo sito è stato progettato per voi di diventare consapevoli dei pericoli devono affrontare i bambini, in particolare bambini di strada. Forniamo anche una guida su come fare la differenza con la creazione di comportamenti positivi quando si arriva faccia a faccia con un bambino in una situazione di rischio. Ci auguriamo che si adotta la nostra filosofia Childsafe Network ed essere parte della nostra rete in crescita.

Situazione bambini in tutto il mondo, in particolare i bambini di strada, sono ad alto rischio di abusi. Abuso e rischio situazioni per i bambini comprendono: la violenza domestica, la migrazione a rischio che può portare alla tratta, varie forme di sfruttamento sessuale e lavorativo, tra cui, e l'uso di droghe.



I viaggiatori controversia e inconsapevolmente spesso aumentano la vulnerabilità dei bambini di strada, dando direttamente ai bambini. Vogliamo incoraggiare i viaggiatori a guardare la situazione in modo diverso e fornire loro delle alternative in modo che partecipino attivamente per aiutare i bambini si allontanano dalla vita di strada. La Rete Childsafe sta costruendo un ambiente protettivo per i bambini, in particolare i bambini di strada, per salvaguardarli da questi pericoli. La comunità locale e internazionale - in particolare le imprese, famiglie e leader della comunità, così come i viaggiatori - sono coinvolti. Formiamo le persone chiave di tenere gli occhi ben aperti, riconoscere le situazioni in cui i bambini potrebbero essere a rischio e per conoscere come rispondere. La Rete Childsafe ulteriormente costruisce sistemi di riferimento che coinvolgono le organizzazioni che hanno servizi unici per i bambini. Tutte le organizzazioni di riferimento hanno un accento fondamentale sul reinserimento dei bambini nella società. Potrebbe essere un viaggio in uno dei nostri paesi partner in cui i bambini sono a rischio, potrebbe essere uno straniero che vive in Cambogia, Laos, Thailandia e Indonesia o si potrebbe essere l'esecuzione di un affari: un business locale che può essere addestrato per proteggere i bambini (taxi, albergo, ristorante, ecc), un business che lavora con i turisti (hotel, agenzie di viaggio, magazine, ecc) o si può essere una grande azienda nazionale o internazionale che può aiutare Diffondiamo messaggi Childsafe ai nostri gruppi di destinatari. **Fast Facts:**















Childsafe è controllata da





Recent Case Studies: [Read how ChildSafe members have assisted children in dangerous situations](#)

- Ci sono stimati **100 milioni di** bambini di strada in tutto il mondo
- In Cambogia si stima **24.000 bambini** vivono e lavorano per le strade.
- I bambini di strada sono ad alto rischio di abuso compresa la violenza sessuale, maltrattamento fisico, abuso mentale, abuso di droga, etc.
- Childsafe Network è stato lanciato nel 2005 in Cambogia da Friends-International.
- Dal 2005 al 2008 Childsafe Network ha formato e certificato **più di 1500 persone** per proteggere i bambini in Cambogia e Thailandia.
- Nel 2009, le attività Childsafe si espanderà a **Lao PDR, Francia, Germania, Svizzera e Stati Uniti**.
- 167 pedofili**, persone che abusano sessualmente dei bambini (accusati di sfruttamento sessuale, il traffico, lo stupro e la dissolutezza) sono stati arrestati in Cambogia nel 2006 (Ministero delle statistiche interni).
- [Ulteriori informazioni su come diventare un viaggiatore Childsafe modo anche possibile proteggere i bambini](#).

Se vedi un bambino bisognoso, non si allontanano! Riportiamo il caso alle autorità locali o organizzazioni che possono aiutare in modo efficace il bambino.



7 better ways to Protect Children around the World

Millions of children around the world are pushed onto the margins of their societies. These children have little access to education and are forced to work, are separated from their families and as such are at risk of physical, sexual and emotional abuse.

During your travels, you might be confronted with situations of children in distress or at risk of being abused or harmed. The following 7 Tips provide you with information, suggested actions and practical advice on what to do so that you too can be a ChildSafe Traveler and protect children wherever you travel.

Tip 02

THINK! Before buying or giving to begging children.

When you travel, you might encounter children begging for food, money or selling goods on the streets, or popular tourist areas.

By buying from these children or giving them money, you help maintain this unsafe daily working life, preventing them from attending school or training, trapping them in a cycle of poverty. You can effectively help by supporting organizations that work directly with these children and that also support their family members to find employment.

Use social training businesses' services and buy products made by parents so they can earn an income to provide better care for their children. For a list by country, please visit www.thinkchildsafe.org Tip #2

Tip 04

THINK! Children are not tourist attractions

When you travel, you might be offered to visit children shelters (such as orphanages), centers (such as schools) or places where they live and work (such as slums or dumpsites).

By participating in such "visits" you are putting children at more risk: you support systems that separate children from families, many institutions force children to perform to solicit money, you create dependency on your hand-outs, you disrupt education, you increase their sense of inferiority and you might be breaking the law.

Instead, you can help by supporting organizations that provide education and training to reduce poverty and keep families together. Use services and buy products from training social businesses that allow parents to earn an income to provide better care for their children. For a list by country, and other ways to help visit www.thinkchildsafe.org Tip #4

Tip 06

THINK! When faced with a situation of potential sexual exploitation of children

When you travel, you might be offered to have sex with children, or you might witness a situation where an adult is propositioning a child or any other situation where a child is at risk of sexual exploitation. This can happen in your hotel / guesthouse, in places of entertainment or directly on the streets.

If you witness such a situation, avoid getting involved and report it immediately to local authorities, online to Interpol or call local hotlines. For a list by country visit; www.thinkchildsafe.org Tip #7

Tip 01

Support ChildSafe Network Members

When you travel you will see various businesses and individuals displaying the ChildSafe logo.

ChildSafe trains strategically selected community members such as tuk-tuk and moto-dup drivers, hotels and tour group leaders on how to identify and protect children from abusive situations. They are equipped to respond immediately to a child in danger. By supporting the services of these ChildSafe members you support a network that protects children from all forms of abuse. Please always look for the ChildSafe logo during your travels around Asia, and use their services.

Find out about ChildSafe Members where you travel: www.childsafe-international.org Tip #1

Tip 03

THINK! How to protect children from exploitative labor.

When you travel, you might witness children who are forced to work.

Children may be exploited and forced to work, which keeps them from attending school and is damaging to their development. You might witness children working in restaurants, guesthouses / hotels, as security staff, on building construction sites, markets etc.

If you suspect that a child is being forced to work, contact local authorities, report online to Interpol or call local hotlines. For a list by country visit; www.thinkchildsafe.org Tip #7

Tip 05

THINK! Before taking a child back to your hotel room for any reason.

When you travel, you might encounter children who you want to help directly.

Taking a child to your hotel room for food, to bathe themselves, or to rest is dangerous for you and the child. It puts you at risk of being accused of abusing a child and getting in serious trouble with the law. Also, the child may then feel it is okay to go into rooms with adults, and could be at risk of being abused or raped the next time.

If you see a child on the street you feel needs help, contact local organizations in the area, or report to local authorities or call local hotlines. For a list by country visit; www.thinkchildsafe.org Tip #7

Tip 07

THINK! Keep your eyes wide open

When you travel, you might encounter various situations where children are at risk of harm. In addition to the risks already mentioned, other forms of abuse include physical or emotional abuse, sickness, drug use, accidents or being lost.

Reports can be made to International Police www.interpol.org or contact ChildSafe; childsafe@friends-international.org



A Friends-International initiative for the protection of children



5. Analisi qualitativa di alcune case histories di rilievo

Anche durante questa settima edizione dell'Osservatorio sono state analizzate alcune case histories interessanti in relazione all'oggetto dell'Osservatorio stesso.

L'incontro tra l'industria turistica, il mondo del lavoro e la lotta allo sfruttamento sessuale dei minori, sono i parametri distintivi che fanno emergere, tra le altre, le iniziative di seguito descritte.

Molto spesso le campagne, i progetti nascono su un territorio ma attraverso le reti di aziende che ne condividono lo spirito, assumono un valore che supera i confini del paese stesso, diventando delle buone pratiche .

Belgio: "Je dis STOP!"

La campagna nazionale "Je dis STOP!", di contrasto alla pedofilia anche in vacanza, è un'iniziativa del gruppo STOP³. Questa campagna permette di portare a conoscenza delle autorità un numero più elevato di casi di sfruttamento.

Ecpat Belgium con i suoi partners tra cui ACCOR, Data Translation, Jet air ecc, ha predisposto un sito web (<http://jedisstop.be/>) che permette ai viaggiatori di far applicare le leggi e di far condannare chi abusa di minori.

La campagna propone 5 livelli di coinvolgimento da parte degli attori della filiera del turismo: Segnalazione, Intervento, Testimonianza, Sostegno, Diffusione.

Le modalità di azione della campagna sono molto efficaci, con mappe mondiali dove possono essere segnalati i turisti implicati in casi di sfruttamento sessuale di minori in vacanza.

Punto di forza della campagna: avere, nel gruppo fondatore, i rappresentanti della maggior parte dei servizi che rappresentano la filiera del turismo, questo permette di intercettare nei differenti segmenti della vacanza il potenziale sfruttatore.

³ Il gruppo STOP è un insieme di organizzazioni non governative di attori istituzionali, pubblici e privati che operano da molti anni contro lo sfruttamento sessuale e commerciale dei bambini. In esso sono presenti organizzazioni come ECPAT e Child focus, la polizia belga, il ministero degli affari interni.

Je dis STOP ! STOP PROSTITUTION ENFANTINE EN FR NL
ACCUEIL COMMENT DIRE STOP ? GROUPE STOP NEWS

VOS ACTIONS ET SIGNALEMENTS À TRAVERS LE MONDE

La lutte contre la traite et la prostitution des mineurs est un long combat que chacun peut mener à son niveau. Alerte ou découvrez vos actions citoyennes sur notre carte des signalements.

COMMENT DIRE STOP ?

Que vous soyez un voyageur, un touriste, un professionnel du tourisme ou simplement une personne qui s'intéresse au problème, des démarches existent pour lutter contre l'exploitation sexuelle des enfants dans le tourisme.

A sa façon, chacun de nous peut intervenir et s'opposer à la prostitution des enfants, ici ou à l'étranger. Signaler, intervenir, témoigner, relayer, faire un don : découvrez comment vous pouvez agir, concrètement et à votre mesure, pour sauver des vies.

Je dis STOP ! STOP PROSTITUTION ENFANTINE EN FR NL
ACCUEIL COMMENT DIRE STOP ? GROUPE STOP NEWS

Comment je peux agir ?

<p>JE SOUTIENS</p> <p>Vous souhaitez soutenir les actions du Groupe Stop? Vos dons nous aident à mieux défendre la cause des mineurs.</p> <p>SOUTENEZ !</p>	<p>J'INTERVIENS</p> <p>Vous êtes confronté à des agissements suspects ou évidents de prostitution enfantine?</p> <p>INTERVENEZ !</p>	<p>JE SIGNALA</p> <p>Vous avez assisté à des actes suspects dont des mineurs ont été victimes? Alerte les autorités!</p> <p>SIGNALA !</p>	<p>JE TÉMOIGNE</p> <p>Vous ou une connaissance êtes déjà intervenu dans la lutte contre la prostitution des mineurs?</p> <p>TÉMOIGNEZ !</p>	<p>JE RELAIE</p> <p>Professionnels du voyage, journalistes ou simples particuliers, relayez et diffusez nos campagnes.</p> <p>RELAYEZ !</p>
---	--	---	---	---

JE SIGNALA ↑



STOP PROSTITUTION ENFANTINE

EN FR NL

ACCUEIL [COMMENT DIRE STOP ?](#) GROUPE STOP NEWS

GROUPE STOP























SOUTENIR



FAITES UN DON ET SOUTENEZ LA CAMPAGNE

SPONSORS













Ce projet est cofinancé par l'Union européenne

RÉSEAUX SOCIAUX






Developped by OoyoO - Wapika

30

Svezia: "Schyst Resande"

Schyst Resande (<http://www.schystresande.se/>) è una rete formata da sei organizzazioni: Sindacati, Commercio equo e solidale, il sindacato dei lavoratori di Hotel e Ristoranti svedesi, la Chiesa di Svezia e il movimento IOGT-NTO.

Tutte queste organizzazioni sono coinvolte in questioni di diritti umani legati al turismo e, insieme, si impegnano a fornire un approccio olistico alla tematica del turismo sostenibile.

Gli scopi della creazione di questa rete sono stati diversi:

- Per far riflettere prima di partire e per far fare scelte oculate sulle destinazioni;
- Per rendere i consumatori consapevoli delle condizioni di destinazioni sulla base etica, sociale e ambientale;
- Per avere un dialogo con l'industria turistica per una maggiore comprensione e conoscenza delle condizioni di vita in altri paesi e migliori offerte di viaggio.

Le attività che svolge questa rete sono:

- Produzione di materiale informativo e di materiale dedicato alla formazione, rapporti e organizzazione di seminari
- Educazione di "ambasciatori" (volontari addestrati) in tutto il paese per promuovere l'impegno e le attività locali
- Partecipazione annuale alla Fiera TUR

La rete si occupa inoltre di studiare anche casi in Thailandia, Cambogia e Sud Africa sul fenomeno con l'approfondimento di progetti realizzati.

Punto di forza della campagna: si propone un'azione di prevenzione ed educazione per un turismo sostenibile e quindi rispettoso delle comunità locali in ogni aspetto.

In French  In English 

SCHYST RESANDE

Hem Om oss Kontakt Tips Material Utbildningar Föreläsningar Logga in



Längtar du också till Fairadise?

Resmål framställs ofta som paradys - vilket de kanske också är för de som åker dit på semester. Men det finns baksidor, t.ex. är extremt långa...

Tipsa en vän >

Tourisme responsable

Schyst resande / "Tourisme responsable" est un projet ayant pour but de dénoncer les effets pervers du tourisme mondial au niveau socio-économique. Toutes les organisations participant au projet travaillent pour le respect des droits de l'Homme, chacune abordant un problème lié au tourisme. Nous pensons que le tourisme peut contribuer au développement de nombreux pays et des populations visitées - mais à condition que nous changions notre façon de voyager. Le but du projet est de sensibiliser le public quant aux problèmes pouvant découler du tourisme mais aussi de mener un dialogue constructif avec les opérateurs du tourisme afin qu'ils prennent en compte les aspects éthiques et environnementaux dans leurs pratiques professionnelles.



Ligg inte på latsidan när du väljer boende

Det finns ännu ingen internationell enhetlig märkning för hotell som motsvarar till exempel...



Schyst resande söker Instruktorer

Vill du bli en av Schyst resandes

Spagna: "Rompiendo el silencio"

La Campagna "Rompiendo el silencio" della Chiesa Avventista del 7° giorno, consta di attività di sensibilizzazione nei confronti della tematica. Un esempio, che viene riportato di seguito, è una comunicazione per dare consigli su come identificare se un bambino potrebbe essere stato vittima di una violenza sessuale. In particolare è stato effettuato un focus sui campionati di calcio appena finiti in Brasile.

<http://www.adventistas.org/es/mujer/proyecto/rompiendo-el-silencio/>

Rompiendo el Silencio ha condiviso la sua foto.
11 dicembre 2014 · 🌐

¿Sabes identificar señales de violencia? #RompeeSilencio

Visualizza traduzione

ROMPIENDO EL SILENCIO

1 Señales que denuncian la existencia de violencia sexual:

- Cambios de comportamiento en la escuela o en el contexto familiar.
- Disminución del rendimiento escolar.
- Rehusarse a permanecer a solas con un adulto o tener miedo de hacerlo.
- Perturbaciones del sueño.
- Problemas con los esfínteres.
- Depresión, ansiedad, alejamiento, apatía o indiferencia.
- Automutilación.
- Fuga.
- Problemas con alcohol o drogas.
- En el orden físico, irritación en la boca, vagina o ano.

Fuente: Cristina Cambes, www.psicologia.com.pt

Rompiendo el Silencio

¿Sabes identificar señales de violencia? lee + en: <http://rompiendoelsilencio.org/.../aprenda-a-identificar-sen.../>

Visualizza traduzione

Mi piace · Commenta · Condividi · 🍷 15

Rompiendo el Silencio
9 dicembre 2014 · Modificato · 🌐

El día 25 de noviembre de 2014 comenzó, mundialmente, los 16 Días de Activismo por el Fin de la Violencia contra las Mujeres. Hasta el día 10 de diciembre, Día Internacional de las Niñas y Mujeres, se realizaron varias...

Punto di forza della campagna: si propongono azioni di informazione ed educazione circa la tematica dello sfruttamento sessuale dei minori, in particolare in vacanza.

Unione europea

Child focus, è un progetto della Foundation for Missing and Sexually Exploited Children supportato dalla Direzione Generale Giustizia dell'Unione Europea.

Child Focus Net Alert

Child Focus



Child Focus

Child Focus stelt alles in het werk om verdwijning en seksuele uitbuiting van kinderen aan te pakken en te voorkomen.

Child Focus biedt de families hulp en omkadering, én ondersteunt het onderzoek van politie en justitie. Verder werkt Child Focus aan een veilig internet voor kinderen en bestrijdt het met tal van campagnes kinderpornografie en alle andere vormen van seksuele uitbuiting.

Het gratis noodnummer 116000 is zeven dagen op zeven, dag en nacht, bereikbaar.

Aangifte doen

childalert.be
Een bijzonder alarm voor verdwijningen met direct levensgevaar.

stopchildporno.be
Hier kan je beelden van seksueel misbruik van kinderen aanmelden.

nupraatikerover.be
Voel je je als jongere seksueel misbruikt? Hou het niet voor jezelf en chat erover met een specialist.

Voorzorgsmaatregelen

Installeer een [antivirus](#) – speel enkel [spelletjes](#) op veilige sites – blokkeer ongewenste sites bij je [internet provider](#) – nooit [chatten met vreemden](#) – zet een paswoord op de 18+ kanalen van je [digitale tv zenders](#)

Regno Unito: "Happy Child International Foundation UK"

La *Happy Child International Foundation UK* (<http://www.happychild.org/index.php>) è un'organizzazione che si occupa di salvaguardare i diritti dei bambini.

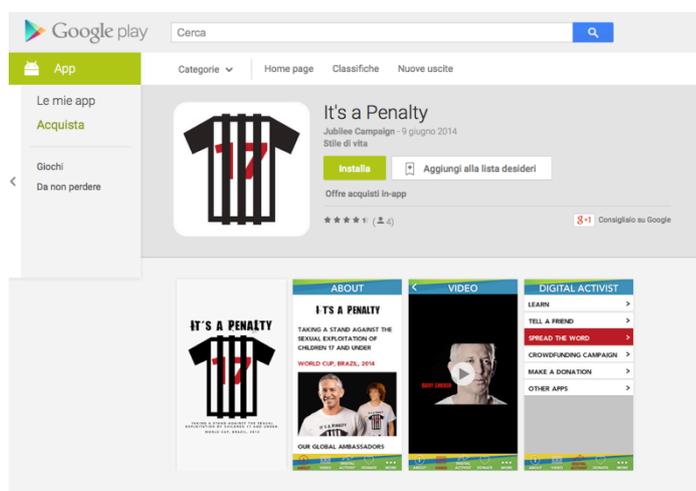
La campagna "It's a penalty" (in italiano "E' un reato", ma anche "E' un rigore"), promossa in collaborazione con la National Crime Agency UK, è stata finalizzata a sfruttare il potere mediatico dello sport per affrontare la tematica dello sfruttamento sessuale dei bambini su scala globale.

Questa campagna è sostenuta anche dalla Metropolitan Police, la Football Association, il Primo Ministro britannico, il Regno Unito, il governo del Brasile e la Polizia federale brasiliana.

In particolare mira alla sensibilizzazione del pubblico sulla tratta dei bambini e sulle sanzioni connesse al pagamento di un minore per il sesso sia precedentemente sia durante la Coppa del Mondo FIFA in Brasile, durante la quale si prevede un aumento di tale fenomeno.

La campagna consiste nella realizzazione di una serie di spot, con campioni sportivi famosi, sul pericolo che in questo tipo di eventi mondiali ci possano essere potenziali pedofili.

"It's a penalty" è divenuta anche un'APP per dispositivi mobili attraverso la quale, oltre a vedere tutti gli spot realizzati, è possibile anche effettuare donazioni di beneficenza.



Gli spot, inoltre, sono stati proiettati sui voli British Airways con destinazione Brasile durante i mondiali.

Si è stimato che oltre 250.000 bambini siano stati coinvolti nella tratta dello sfruttamento sessuale in Brasile durante i campionati di calcio.

I film sono stati visti da tutti i passeggeri in volo per il Brasile e hanno portato a 11.252 telefonate alla polizia locale.

La campagna si pone come obiettivo, l'accordo con altre compagnie aeree per realizzare altri filmati per futuri eventi sportivi.

Punto di forza della campagna: l'azione di prevenzione, che è alla base della campagna, ha prodotto risultati concreti e misurabili.

SABRE

Sabre è stata la prima impresa globale della tecnologia del turismo a firmare il Codice di Condotto di Ecpat "The Code". L'impegno, come previsto dalla sottoscrizione di tale codice, si concretizza nella formazione dei suoi 12mila dipendenti su questo tema e sull'impegno affinché clienti e fornitori sottoscrivano il codice stesso. L'ampia presenza di Sabre nella somministrazione di servizi turistici (principalmente voli aerei, ma anche alberghi ed altro), garantisce una presenza capillare e quindi importante nel combattere il traffico di esseri umani e di minori.

Sabre ed Ecpat insieme contro il traffico di esseri umani

Un'iniziativa di sensibilizzazione a sostegno della lotta contro il traffico di esseri umani si è tenuta ieri sera a Roma grazie all'impegno di Sabre, Ecpat Italia ed Accor

Più di 27 milioni di persone nel mondo oggi si trovano in condizione di schiavitù e il 55% delle persone a cui è privata la libertà sono donne e bambini. 32 miliardi di dollari è il giro d'affari sulla tratta di esseri umani. "Nell'ambito del programma 'Passport to Freedom' lanciato già da un anno e mezzo Sabre intende ribadire il sostegno ad Ecpat su un tema troppo spesso sottovalutato, che rappresenta invece una gravissima piaga mondiale - ha detto **Marco Benincasa, country director Italy** di Sabre, intervenendo nel corso della serata - Crediamo sia doveroso sensibilizzare anche la rete dei viaggiatori, delle agenzie di viaggio e tutti i fornitori di servizi turistici che si trovano in una posizione unica per affiancare le organizzazioni che si impegnano a porre fine a questa forma di schiavitù moderna". "Ecpat Italia è una piccola organizzazione ma trattiamo problemi molto difficili relativi all'infanzia disagiata ed abusata nel mondo - ha spiegato la presidente della Onlus Allegra Morelli -. L'imponente numero di viaggiatori che il turismo oggi genera deve sollevare riflessioni sulla necessità di rispettare e salvaguardare il patrimonio umano e culturale di tutto il pianeta. Noi ci stiamo concentrando su percorsi di didattica in grado di sensibilizzare l'opinione pubblica e collaboriamo con il mondo delle aziende per costruire reti di persone che possano promuovere una cultura a misura dei più piccoli".



6. EBNT passa all'azione

Dopo aver constatato in varie edizioni dell'Osservatorio la criticità dello stato dell'arte in cui verte l'adempimento normativo della legge 269/98 e del CCNL Turismo del 2003, l'Ente Bilaterale Nazionale Turismo ha deciso di adottare un ruolo di sensibilizzazione più operativo, in particolare nei confronti degli operatori e degli addetti al turismo.

E' evidente come e quanto l'interesse verso tale tematica stia calando con il passare degli anni e pertanto si vogliono stimolare gli organi preposti ad adottare un ruolo più incisivo.

Il mezzo con cui EBNT ha deciso di passare all'azione è il direct email marketing, sia nei confronti dell'intermediazione tradizionale, che verso le online travel agency. Tale azione di sensibilizzazione è stata svolta grazie alla collaborazione di uno dei più ascoltati blog di settore a tutto il mondo dell'intermediazione italiana (oltre 15.000 indirizzi mail): network news (<http://www.network-news.it/>).

Il responsabile di questo blog, Roberto Gentile, si è adoperato personalmente ad effettuare uno studio per comprendere quali fossero le azioni più importanti da mettere in atto affinché tale intervento di DEM potesse andare a buon fine.

La DEM predisposta da Roberto Gentile, indirizzata al suo target profilato di tour operator, network di agenzie di viaggio e altri operatori turistici, ma anche alla generalità degli operatori italiani dell'intermediazione, è stata pensata come un messaggio diretto grazie all'utilizzo come "corpo" dell'e-mail di un'immagine.

Sono state realizzate due differenti immagini per veicolare il messaggio e, dopo opportune consultazioni, l'immagine scelta è stata la seguente:



Ci si è quindi posti il problema di comprendere di dove poter indirizzare gli interessati, una volta attratti dal messaggio, per avere maggiori informazioni in merito. Per questo si è scelto di inserire un banner sulla homepage del sito www.ebnt.it che rimandasse ad una notizia alla quale sono stati allegati una locandina ed un comunicato stampa (in allegato: banner, notizia in homepage, comunicato stampa e locandina)

L'attività di DEM è stata avviata il giorno giovedì 5 Marzo 2015 e prevede un secondo invio il giorno martedì 10 (i giorni sono stati scelti sulla base dell'esperienza circa i livelli di attenzione, e per non coincidere con per l'importante Fiera ITB Berlino).

Gli operatori turistici coinvolti in questa operazione di direct marketing sono stati suddivisi in due campioni: uno è il database personale profilato di Roberto Gentile e della sua rivista TO News (di circa 1.500 contatti); il secondo è un database generale di operatori del settore gestito da Flyfax (di 12.000 e oltre contatti).

I risultati ottenuti mediante il primo invio ai due database sono stati i seguenti⁴:

⁴ Rilevazione effettuata al 12/03/2015 alle ore 10.00 circa.

Dr.Roberto Gentile

Oggetto Newsletter:
tutti i bambini del mondo hanno diritto di crescere liberi
(Per visualizzare la newsletter spedita clicca [qui](#))

Dati Spedizione

Id Newsletter: 87
Giorno programmazione: 05/03/2015 14.38.16
Alias Mittente: Roberto Gentile per ebnt ente bilaterale nazionale turismo
Destinatario Check e report: rgentile@network-news.it
Data inizio spedizione: 05/03/2015 14.39.21
Data Fine spedizione: 05/03/2015 15.12.11

Risultati Invio

Email in lista: 1.492
Email inviate con successo: 1.477 (98,99 % tot.lista)
Email Fallite: 15
Statistiche aggiornate al: 12/03/2015 10.10.20
(A) Visualizzazioni Totali: 846 (57,28 % tot.inviati)
(B) Visualizzazioni (Email Univoche): 467 (31,62 % tot.inviati)
(C) Visualizzazioni (Ip Univoci): 425 (28,77 % tot.inviati)
Ultima visualizzazione il: 12/03/2015 10.01.42

Statistiche del click effettuati

Link (url completo)	Num. Click (D)	Ultimo Click
1 http://www.ebnt.it/	19	06/03/2015 9.40.50
2 http://www.network-news.it/images/dem/dem-ebnt_5mar-w.html	26	08/03/2015 19.01.08

Grafico Aperture (prime 8 ore)

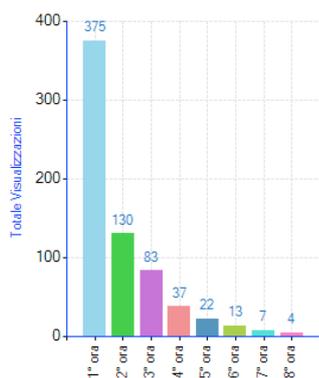


Grafico Aperture Totale

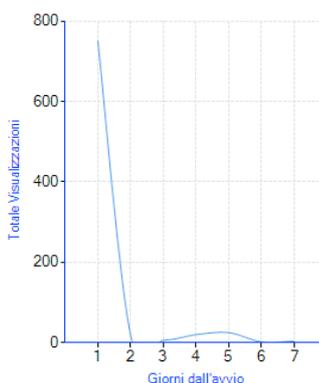
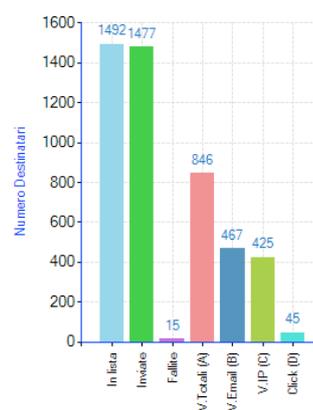


Grafico Statistiche di Invio



NOTA BENE:

Le statistiche di invio sono dinamiche e in continuo aggiornamento. Per visualizzare le statistiche aggiornate è sufficiente ricaricare questa pagina.
Le statistiche di ciascun invio verranno mantenute per 30 giorni. Per qualsiasi informazione potete contattarci al seguente indirizzo email info@flyfax.it

Dr.Roberto Gentile

Oggetto Newsletter:
tutti i bambini del mondo hanno diritto di crescere liberi
(Per visualizzare la newsletter spedita clicca [qui](#))

Dati Spedizione

Id Newsletter: 88
Giorno programmazione: 05/03/2015 14.38.48
Alias Mittente: Roberto Gentile per ebnt ente bilaterale nazionale turismo
Destinatario Check e report: rgentile@network-news.it
Data inizio spedizione: 05/03/2015 14.40.49
Data Fine spedizione: 05/03/2015 14.58.42

Risultati Invio

Email in lista: 12.340
Email inviate con successo: 11.653 (94,43 % tot.lista)
Email Fallite: 687
Statistiche aggiornate al: 12/03/2015 10.10.17
(A) Visualizzazioni Totali: 2.673 (22,94 % tot.inviati)
(B) Visualizzazioni (Email Univoche): 1.927 (16,54 % tot.inviati)
(C) Visualizzazioni (Ip Univoci): 1.604 (13,76 % tot.inviati)
Ultima visualizzazione il: 11/03/2015 18.29.15

Statistiche dei click effettuati

Link (url completo)	Num. Click (D)	Ultimo Click
1 http://www.ebnt.it	3	05/03/2015 14.56.54
2 http://www.ebnt.it/	13	06/03/2015 18.09.12
3 http://www.flyfax.it/newsletter/RobertoGentile/20150305_p88/index.html	27	09/03/2015 18.42.43
4 http://www.flyfax.it/newsletter/RobertoGentile/20150305_p88/index.pdf	18	06/03/2015 10.49.15

Grafico Aperture (prime 8 ore)

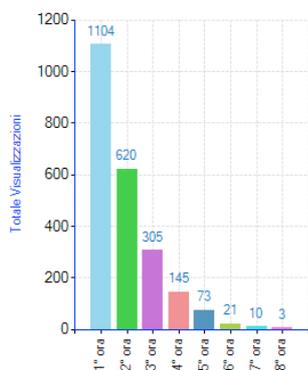


Grafico Aperture Totale

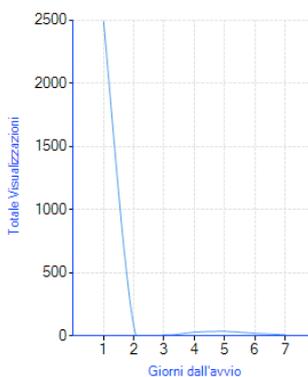
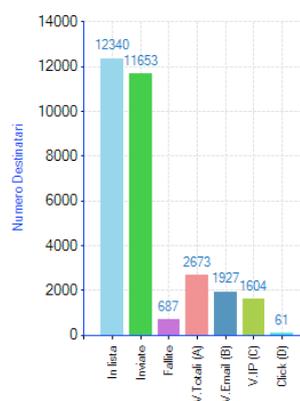


Grafico Statistiche di Invio



NOTA BENE:

Le statistiche di invio sono dinamiche e in continuo aggiornamento. Per visualizzare le statistiche aggiornate è sufficiente ricaricare questa pagina.
Le statistiche di ciascun invio verranno mantenute per 30 giorni. Per qualsiasi informazione potete contattarci al seguente indirizzo email info@flyfax.it

Questi primi due prospetti evidenziano un numero di visualizzazioni totali differente che, nel caso del primo database personale e profilato è pari al 57,28%, mentre nel caso del secondo database è del 22,94%. Leggendo più in profondità questi numeri possiamo constatare ancora che del 57,28% del primo database il 31,62% ha aperto la mail una sola volta, mentre il restante l'hanno aperta più volte. Nel caso del secondo database, il 16,54%, del 22,94% complessivo, ha aperto una sola volta, gli altri sono tornati a leggere nuovamente la mail.

I risultati del secondo invio sono stati i seguenti⁵:



NOTA BENE:
Le statistiche di invio sono dinamiche e in continuo aggiornamento. Per visualizzare le statistiche aggiornate è sufficiente ricaricare questa pagina.
Le statistiche di ciascun invio verranno mantenute per 30 giorni. Per qualsiasi informazione potete contattarci al seguente indirizzo email info@flyfax.it

© 2001 FlyFax Srl - Via Pietro L'Eremita - 00162 - Roma - P.Iva 08539211006 - Tel. +39 06454845.01 - Fax +39 0695055.001 - Privacy

⁵ Rilevazione effettuata al 12/03/2015 alle ore 10.00 circa.

Dr.Roberto Gentile

Oggetto Newsletter:
campagna ebnt "impresa e sindacato contro il turismo sessuale"
(Per visualizzare la newsletter spedita clicca qui)

Dati Spedizione

Id Newsletter: 90
Giorno programmazione: 10/03/2015 10.27.52
Alias Mittente: Roberto Gentile per ebnt ente bilaterale nazionale turismo
Destinatario Check e report: rgentile@network-news.it
Data inizio spedizione: 10/03/2015 10.31.15
Data Fine spedizione: 10/03/2015 10.51.28

Risultati Invio

Email in lista: 13.094
Email inviate con successo: 12.173 (92,97 % tot.lista)
Email Fallite: 921
Statiche aggiornate al: 12/03/2015 10.10.33
(A) Visualizzazioni Totali: 3.071 (25,23 % tot.inviati)
(B) Visualizzazioni (Email Univoche): 2.155 (17,70 % tot.inviati)
(C) Visualizzazioni (Ip Univoci): 1.829 (15,03 % tot.inviati)
Ultima visualizzazione il: 12/03/2015 10.01.13

Statistiche dei click effettuati

Link (url completo)	Num. Click (D)	Ultimo Click
1 http://www.ebnt.it/	11	11/03/2015 17.42.15
2 http://www.flyfax.it/newsletter/RobertoGentile/20150310_p90/index.html	32	11/03/2015 10.06.00
3 http://www.flyfax.it/newsletter/RobertoGentile/20150310_p90/index.pdf	42	11/03/2015 17.44.07

Grafico Aperture (prime 8 ore)

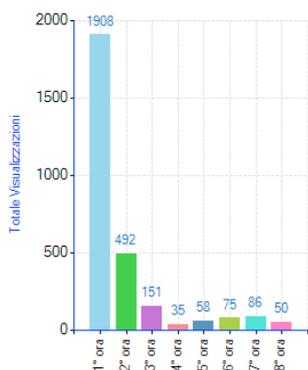


Grafico Aperture Totale

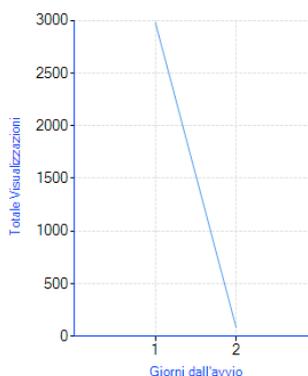
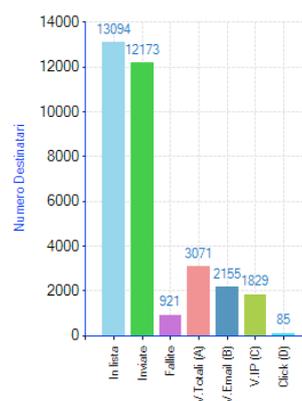


Grafico Statistiche di Invio



NOTA BENE:

Le statistiche di invio sono dinamiche e in continuo aggiornamento. Per visualizzare le statistiche aggiornate è sufficiente ricaricare questa pagina.
Le statistiche di ciascun invio verranno mantenute per 30 giorni. Per qualsiasi informazione potete contattarci al seguente indirizzo email info@flyfax.it

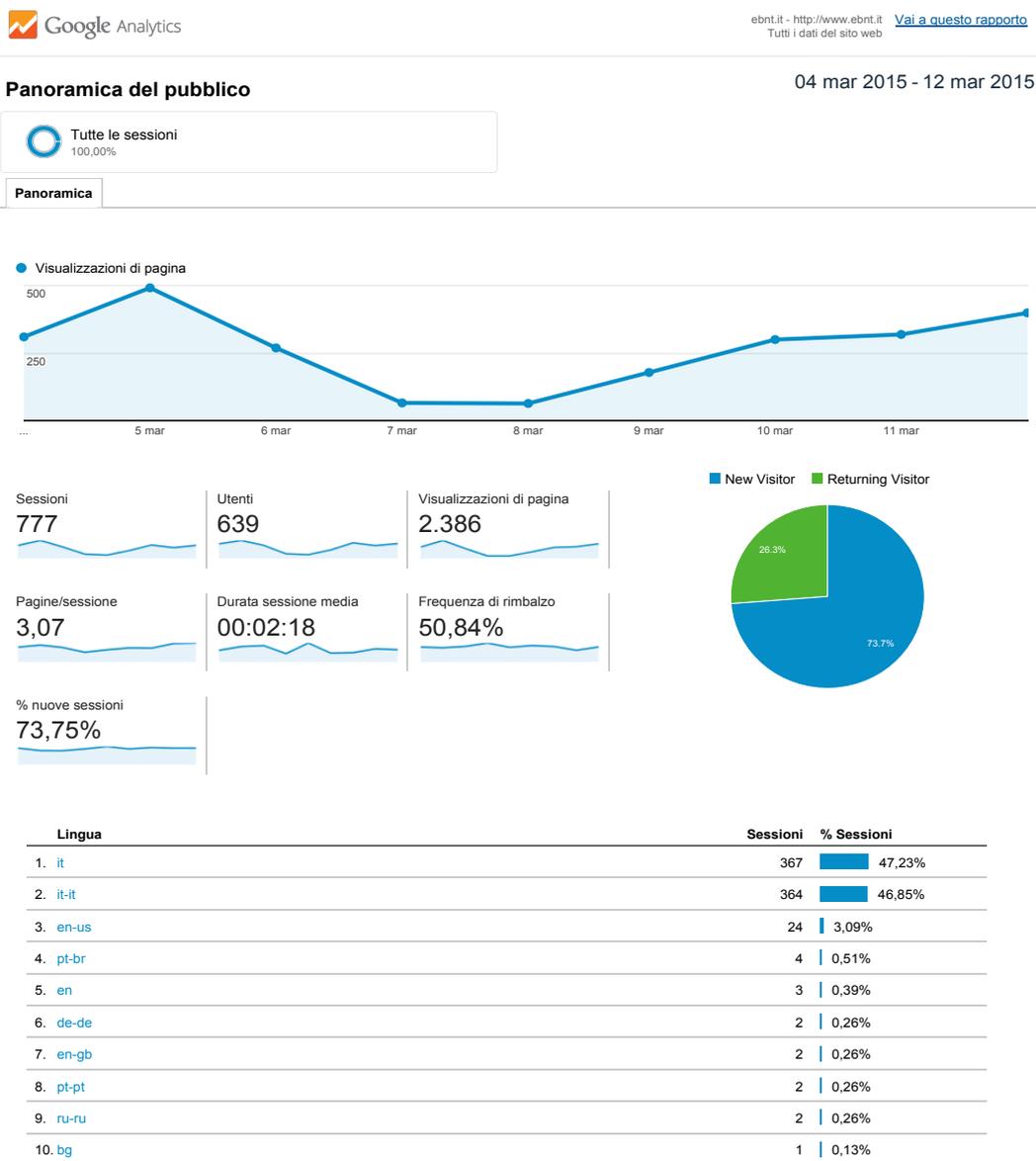
© 2001 FlyFax Srl - Via Pietro L'Eremita - 00162 - Roma - P.Iva 08539211006 - Tel. +39 06454845.01 - Fax +39 0695055.001 - [Privacy](#)

Anche per quanto riguarda il secondo invio della medesima DEM i risultati che ne sono derivati sono leggermente più alti, ma seguono pressoché il medesimo andamento del primo invio.

Il primo database fa rilevare un numero di visualizzazioni totali pari al 61,51%, di cui 35,65% di visualizzazioni singole, mentre il secondo, nonostante sia composto da un numero maggiore di contatti, conta una percentuale di visualizzazioni totali inferiore pari al 25,23% di cui il 17,70% è la percentuale dei contatti che hanno aperto una sola volta la mail.

Tale attività di DEM, come detto sopra, è stata affiancata e sostenuta anche da attività realizzate sul sito di EBNT.

I risultati delle azioni intraprese da EBNT sul suo sito web sono riassumibili attraverso questo grafico di Google Analytics:



Dalla lettura di queste statistiche possiamo notare innanzi tutto che le visite al sito web di EBNT hanno raggiunto picchi fino a 500 utenti in una settimana e, inoltre è facile poter considerare il fatto che tali incrementi siano esattamente rilevati nelle due giornate in cui sono stati effettuati gli invii delle DEM (5 e 10 Marzo).

Interessante è anche il fatto che il 73,7% dei visitatori sono nuovi mentre il restante 26,3% sono visitatori che tornano a visitare il sito.

L'interesse nei confronti della tematica è desumibile anche dal tasso di rimbalzo, ossia si può notare come solo 1 su 2 visitatori abbandona il sito immediatamente, chi resta, invece, si trattiene sul sito in media per oltre 2 minuti e visita circa 3 pagine dello stesso sito, probabilmente per cercare di approfondire le tematiche in homepage. Nel nostro caso, probabilmente, potrebbe essere stata ricercata la pagina in cui è possibile consultare le pubblicazioni delle varie edizioni dell'Osservatorio.

Si vuole qui rimarcare l'efficacia del messaggio e delle liste utilizzate, e l'importanza della personalità che ha "firmato" il messaggio (Roberto Gentile, il cui curriculum è allegato):

- **da un lato le liste hanno un tasso di caduta ridottissimo (1% nel primo caso, 6% nel secondo), essendo infatti costantemente verificate ed aggiornate;**
- **dall'altro, normalmente, un invio "anonimo" viene aperto da un 2-3% di riceventi, mentre nel nostro caso le percentuali di successo sono state elevatissime (intorno al 60% nel primo caso, 25% nel secondo).**

Per quanto riguarda la diffusione del comunicato stampa predisposto ad hoc per divulgare le nuove attività di sensibilizzazione intraprese da EBNT conta ad oggi⁶ un numero pari a 6 articoli di importanti testate giornalistiche di settore, tra le quali spiccano l'Agenzia di Viaggi, Master Viaggi, Travelling Interline e altre. In allegato vengono riportati gli articoli.

⁶ Rilevazione effettuata al 17 Marzo 2015.

ALLEGATI

1. Best practices tour operator

CTS Viaggi
Centro Studi CTS
Apri un CTS

Sei in: [Home](#) > [Chi Siamo](#) > CTS aderisce a...



CENTRO TURISTICO STUDENTESCO E GIOVANILE

CHI SIAMO
COSA FACCIAMO
CONVENZIONI
SOSTIENI CTS
NEWS
INIZIATIVE



CTS dalla parte dei bambini



CTS è da sempre impegnato attivamente nella tutela dei diritti umani oltre che nella difesa dell'ambiente; per questo si fa promotore di un turismo di qualità, intelligente e maturo, in grado di unire al divertimento e all'avventura il rispetto per le persone e la responsabilità delle nostre azioni. Come associazione che considera il viaggio uno strumento di crescita e di conoscenza e per questo aiuta i giovani a viaggiare, CTS è convinta che anche gli operatori del settore possono fare qualcosa per rendere il turismo più sostenibile. CTS è tra i soci fondatori di AIRR (Associazione Italiana Turismo Responsabile) e aderisce a importanti iniziative, quali il boicottaggio della Birmania. Oggi, per contrastare il fenomeno del turismo sessuale a danno di minori, ha deciso di fare uno sforzo in più sottoscrivendo il **codice di Condotta contro lo sfruttamento sessuale dei minori nel turismo**, promosso in Italia da ECPAT.

In Italia esiste una legge (L.269/1998) che punisce l'abuso sessuale di minori anche se commesso all'estero, c'è però ancora molto da fare per combattere questa pratica, impedire l'organizzazione di viaggi con tali finalità, informare e sensibilizzare i turisti e chi lavora nel mondo del turismo. La firma del Codice rappresenta, quindi, un importante passo di CTS per la tutela dei diritti dei più piccoli, in qualsiasi paese questi si trovino, in particolare in quelli **più colpiti** »

Con la sottoscrizione del Codice, CTS si impegna ad attuare le seguenti azioni per contrastare qualsiasi tipo di sfruttamento sessuale dei bambini in ambito turistico:

1. informando e aggiornando lo *staff* sul fenomeno dello sfruttamento sessuale a danno di minori;
2. informando i *soci* sulle misure adottate dall'Azienda contro lo sfruttamento sessuale dei minori nel turismo;
3. inserendo clausole *ad hoc* nei contratti stipulati a tutti i livelli;
4. allegando copia del Codice di Condotta a tutti i contratti stipulati con qualsiasi soggetto;
5. evitando *spot* pubblicitari in contrasto con la campagna di ECPAT;
6. inserendo frasi e slogan relativi al Codice nella comunicazione.

ECPAT è una rete di rilevanza internazionale che combatte ogni forma di sfruttamento sessuale dei minori a fini commerciali; ECPAT Italia, a tal fine, ha elaborato, d'accordo con le associazioni di categoria, il Codice di Condotta che diversi operatori del turismo hanno già sottoscritto. CTS crede nell'importanza di questo impegno da parte dell'industria turistica e nell'adesione al Codice come a un mezzo concreto per salvaguardare i bambini e il loro diritto ad essere tali.





DIVERTESSO SOCIO CTS. UN MONDO DI ESPERIENZE TI ASPETTA.




Diventa Citizen Scientist e tutela la biodiversità.

Per maggiori informazioni visitate il sito www.ecpat.it



I Paesi più colpiti dal fenomeno del turismo sessuale

America Latina
Brasile,
Costa Rica,
Repubblica Dominicana,
Cuba,
Colombia

Africa
Tanzania,
Kenya,
Gambia,
Senegal,
Nord Africa

Europa Centrale e Orientale
Romania,
Polonia,
Russia,
Repubblica Ceca

Asia
Cambogia,
Filippine,
Sri Lanka,
Thailandia,
Taiwan

46



**ECCO DOVE POTREBBERO
FINIRE UNA COPPA DEL MONDO
E UNA MEDAGLIA D'ORO**

**ALL'ESTERO COME IN ITALIA,
RICORRERE ALLA PROSTITUZIONE DEI MINORI
È UN REATO CHE PREVEDE LA RECLUSIONE.**



DON'T LOOK AWAY!

Non voltarti dall'altra parte



ecpat

In collaborazione con



IL TUCANO VIAGGI RICERCA

■ Una cultura etica del viaggio

La forza economica del turismo può cambiare molte vite, proteggere i diritti umani e l'ambiente, avvicinare i popoli attraverso la conoscenza delle loro culture e dei loro stili di vita.



Consapevoli del ruolo del turismo e dell'importanza del nostro operare nei vari Paesi del mondo, abbiamo intrecciato sin dagli inizi della nostra attività, a sostegno di un concetto di turismo responsabile, relazioni con Organizzazioni ed Enti volti alla tutela della natura e della cultura, o impegnati in attività umanitarie e nella promozione del diritto alla salute nei Paesi a basso reddito con particolare riguardo alle comunità delle zone più remote.

 **FAI**
FONDO AMBIENTE ITALIANO

 **MUSEO D'ARTE ORIENTALE**

 **ARCHEOLOGI E ASSOCIAZIONI ARCHEOLOGICHE**

 **CENTRO STUDI LIGABUE**

 **COMITATO COLLABORAZIONE MEDICA**

 **PROGETTO HUMANITAS ONLUS**

 **ECPAT**

 **CERTIFICAZIONE TURISMO ETICO**

 **ACTION AID INTERNATIONAL**

 **ASSOCIAZIONE GRANDE NORD**

 **LA NUOVA ECOLOGIA**

 **LEGAMBIENTE**

2. Database TO

Num.	Nome	Sito web	Città
1	Azemar	www.azemar.com	Milano
2	Viaggi & Miti Tour Operator	http://www.viaggiemiti.com	Palermo
3	Greencenter	www.greencenter.it	Perugia
4	Iperclub vacanze	http://www.iperclubvacanze.it	Roma
5	A prova di sogno	www.aprovadisogno.it	Roma
6	Acentro Turismo	www.acentro.it	Milano
7	Albatros Top Boat	http://www.albatrostophboat.com	Verbania
8	Aliviaggi Tour Operator	www.aliviaggi.it	Italia
9	Apatam Viaggi	www.apatam.it	Urbino
10	BETH & CAMON IN ITALY T.O.	http://www.bethtravel.com	Roma
11	Cedok Italia	www.cedokititalia.com	Roma
12	Clup Viaggi	www.clupviaggi.it	Milano
13	Comet Europa	www.cometeuropa.com	Roma
14	Cormorano Viaggi	www.cormorano.it	Orbetello
15	Cristiano Viaggi	www.cristianoviaggi.com	Milano
16	CTS Centro Turistico Studentesco e Giovanile	www.cts.it	Roma
17	Cubacom	www.cubacom.net	Livorno
18	Darwin Viaggi	www.darwinviaggi.com	Roma
19	Discovery Travel snc	www.discoveryto.it	Brindisi
20	Dreamland Tour	www.dreamlandtour.com	Civita Castellana
21	Dreamtour Tour Operator	www.dreamtour.it	Roma
22	Duomo Viaggi & Turismo	www.duomoviaggi.it	Milano
23	Earth Cultura e Avventura	www.earthviaggi.it	Lecco
24	Eden Viaggi	www.edenviaggi.it	Pesaro
25	Estland	www.estland.it	Roma
26	Condor	www.condor.it	Rimini
27	Explorando	www.explorandoviaggi.it	Torino
28	Finmarge Consulting & Travel S.r.l.	www.fct.it	Verona
29	I Viaggi di Maurizio Levi	www.viaggilevi.com	Milano
30	Loft Studioviaggi	www.loftviaggi.it	Milano
31	Mamo Service	www.mamoservice.com	Campi Salentina
32	Mandarina Viaggi	www.mandarinaviaggi.it	Torino
33	Domina Travel	www.dominatravel.it	Milano
34	Alpitour	www.alpitour.it	Torino
35	Mokoro Tours	www.mokoro.it	Treviso
36	Metemozioni	www.metemozioni.it	Roma
37	Antichi Splendori	www.antichisplendori.it	Torino
38	Metamondo Tour Operator	www.metamondo.it	Mestre
39	Manas World	www.manasworld.com	Milano
40	Jilitour	www.jilitour.com	Roma
41	Jangada Travel Srl	www.jangadatravel.com	Soave
42	DGV Travel	www.dgvtravel.com	Roma
43	Hirondelle	www.hirondelle.it	Treviso
44	Gorgonia Viaggi	www.gorgoniaviaggi.com	Pescia
45	Focus World Service s.r.l.	www.focus-italia.com	Milano
46	Di Viaggio In Viaggio	www.diviaggiainviaggio.it	Brescia
47	Azeta Tour Operator	www.azetaviaggi.it	Genova
48	Planet Viaggi	www.planetviaggi.it	Verona
49	Pandani Viaggi	www.pandaniviaggi.it	Milano
50	Boscolo tours	http://www.viaggidiboscolo.it	Padova
51	Rusconi Viaggi	www.rusconiviaggi.com	Lecco
52	Prospettive 2000 Tour Operator	www.prospettive2000.it	Bari
53	Passepartout	www.passepartout.it	Orbetello
54	Futura Vacanze	www.futuravacanze.it	Roma
55	Four Seasons Natura e Cultura	www.fsnc.it	Roma
56	Entour	www.entour.it	Roma
57	Low Cost Holiday della Spirit	www.lowcstholiday.it	Roma

58	Promo Brasil	www.promobrasil.com	Catania
59	Mikrotour	www.mikrotour.com	Lavis Trento
60	Meltemi Travel	www.meltemitravel.it	Firenze
61	Mecca Viaggi e Vacanze	www.meccaviaggi.com	Rimini
62	Mowgli Espora	www.mowgli-italia.org	Milano
63	Scirocco Tours	www.sciroccotours.it	Milano
64	Neotour	www.neotours.it	Roma
65	Naar Worldwide Tours	www.naar.com	Milano
66	Reima Tours	www.reimatours.it	Roma
67	Siesta Tour Operator ora TOA (tour operator assoc	www.toassociati.it	Castelnuovo di Porto (Rom
68	Songlines Viaggi	www.songlines.it	Firenze
69	RAM Viaggi	www.ramviaggi.it	Avegno
70	Tour 2000	www.tour2000.it	Ancona
71	Travel R-Evolution	www.travelrevolution.it	Triuggio
72	Turisberg Agri Sport	www.turisberg.it	Bergamo
73	Veronelli Tour Operator	www.veronelliviaggi.it	Linate
74	Giocoviaggi	www.giocoviaggi.it	Genova
75	Via - Viaggi in avventura	http://www.viatraveldesign.it	Roma
76	Viaggi Avventure nel Mondo	www.viaggiavventurenelmondo	Roma
77	Flower Travel	www.flowertravel.it	Roma
78	Il Viaggio Journeys & Voyages	www.ilviaggio.biz	Milano
79	Graffiti	www.topgraffiti.com	Roma
80	I Viaggi dell'Airone	www.iviaggidellairone.com	Roma
81	I Grandi Viaggi	www.igrandiviaggi.it	Milano
82	Iantra	www.iantra.it	Verona
83	Jtb	www.jthitaly.eu	Roma
84	Kailas	www.kailas.it	Milano
85	Kel 12	www.kel12.com	Milano
86	Hotelplan Italia /Turisanda	www.hotelplanitalia.it	Milano
87	Guinness Travel tour Operator	www.guinessstravel.com	Milano
88	Settemari	www.settemari.it	Torino
89	Antarctica	www.antarctica.it	Torino
90	Island Tours	www.islandtours.it	Malgrate - Lecco
91	Il Piccolo Tiglio	www.ilpiccolotiglio.com	Vigevano
92	Valtur	www.valtur.it	Milano
93	Travelandia	www.travelandia.it	Milano
94	Press tours	www.presstours.it	Milano
95	Porta d'Oriente	www.portadoriente.it	Chiusa Di San Michele
96	Swan Tour	www.swantour.it	Roma
97	Viaggi del Mappamondo	www.mapmondo.com	Roma
98	Metatours	www.metatours.it	Napoli
99	Adeltur	www.adeltur.it	Roma
100	En Vogue Vacanze e Viaggi	www.voguetravel.it	Pavia
101	I Vostri Viaggi	www.ivostriviaggi.it	Palermo
102	African Explorer	www.africanexplorer.com	Milano
103	Aleramo Viaggi	www.aleramoviaggi.it	Asti
104	Atlantide Viaggi	www.atlantideviaggi.com	Civitanova Marche
105	Blu Vacanze/Cisalpina	www.bluvacanze.it	Milano
106	Brevivet	www.brevivet.it	Brescia
107	Caesar Tour	www.caesartour.it	Roma
108	Caldana Tour Operator	www.caldana.it	Toscolano Maderno
109	Chiariva by Vivamondo	www.chiariva.it	Milano
110	Chinasia Tour Operator	www.chinasia.it	Roma
111	Cimo Service	www.cimoservice.it	Roma
112	Club Med	www.clubmed.it	Milano
113	Club Paradiso Adventure srl	www.clubparadiso.it	Roma
114	Coctail - Interstudio Viaggi	www.cocktailviaggi.it	Milano
115	Columbia Turismo	www.columbiaturismo.it	Roma

116	Continentenero	www.continentenero.it	Milano
117	Costa Crociere	www.costa.it	Genova
118	Dimensione Turismo	www.dimensioneturismo.com	Treviso
119	Drive Out	www.driveout.it	Milano
120	Equinoxe	www.equinoxe.it	Milano
121	Esadora Tour Operator	www.esadora.it	Roma
122	Etlisind	www.etlisind.it	Milano
123	Euromaster	www.masterstudio.it	Milano
124	Evolution Travel	www.evolutiontravel.net	Montegrotto Terme - Padov
125	Executive Travel Service	www.executivetravel.it	Sorrento
126	Family's Tour	www.familystour.it	Casoria
127	Fiorenza Tour Operator s.a.s	www.viaggi-in-orient.com	Firenze
128	Firma	www.firmatour.it	Rimini
129	Futurviaggi	www.futurviaggi.it	Roma
130	Gastaldi 1860	www.gastaldi1860.it	Milano
131	Giver Viaggi & Crociere	www.giverviaggi.com	Genova
132	Glamour	www.glamourviaggi.it	Viareggio
133	Go Australia	www.goaustralia.it	Torino
134	Havana Tour	www.havanatur.it	Milano
135	I viaggi del Toghiro	www.toghiro.com	Genova
136	I Viaggi del Turchese	www.turchese.it	Fidenza
137	I Viaggi delle Pleiadi	www.viaggidellepleiadi.com	Imperia
138	I Viaggi di Atlantide	www.ivaggiadiatlantide.it	Montirone
139	ICE Travel S.r.l.	www.icetravel.com	Milano
140	Idee per Viaggiare	www.ideeperviaggiare.it	Roma
141	Il Girasole	www.ilgirasoleviaggi.it	Milano
142	Il Tucano Viaggi Ricerca	www.tucanoviaggi.com	Torino
143	In Viaggi	www.inviaggi.it	Terni
144	Interline International Group	www.interlinegroup.it/	Roma
145	Inter-Studioviaggi	www.interstudioviaggi.it	Milano
146	Intravaco International Travel Consultants	www.intravco.it	Milano
147	Itermar	www.itermar.it	Cattolica
148	JUST BRASIL srl	www.justbrasil.it	Milano
149	Kalahari Worldwide	www.kalaharinafrica.com	Gzira (Malta)
150	Karisma Travelnet	www.travelnet.it	Roma
151	Kia Ora	http://www.kiaoraviaggi.it/	Spinea
152	King Holidays	www.kingholidays.it	Roma
153	Konrad Travel	www.konradtravel.it	Roma
154	Listrop	www.listrop.com	Vicenza
155	Livenza Viaggi e Turismo	www.livenzaviaggi.eu	Sacile
156	Lombard Gate	www.lombardgate.it	Milano
157	Macedonia Tour	www.macedoniaadventures.co	Terni
158	Mamberto	www.mamberto.com	Borgio Verezzi
159	Mediterraneo by Egocentro	www.mediterraneo-to.it	Milano
160	Meridiano Viaggi	www.meridiano.it	Roma
161	Metevagabonde	www.metevagabonde.it	Brescia
162	Miki Travel	www.miki.roma.it	Roma
163	Misha Travel	www.mishatravel.com	Genova
164	Mondovela Yachting & Vacanze	www.mondovela.it	Milano
165	Mosaico Tour Operator	www.mosaicotouroperator.it	Cattolica
166	MSC Crociere	www.msccrociere.it	Napoli
167	New Millenium Tour	www.newmillenniumtour.com	Roma
168	Norama Tour Operator	www.norama.it	Bergamo
169	Oltremare Viaggi	www.oltremareviaggi.com	Napoli
170	Olympia Viaggi	www.olympia.it	Varese
171	Opera Romana Pellegrinaggi	www.orpnnet.org	Roma
172	Orientamenti	www.orientamenti.it	Lecco
173	Ovunque Viaggi	www.ovunqueviaggi.it	Modena

174		Phone & Go	www.phoneandgo.it	Pistoia
175		Programmi Alitur (?) - Helkin	www.helkin.it/	Milano
176		Rotte nel Mondo	www.rottenelmondo.com	Milano
177		Sardinia International Travel	www.sardiniainternational.com	Olbia
178		Sardorama	http://www.sardorama.it/	Santa Teresa Gallura
179		Sentieri di Nuove Esperienze	www.nuove-esperienze.it	Roma
180		Serena Tourist Service	www.serenatourist.it	Milano
181		Skorpion Travel	www.skorpiontravel.com	Milano
182		Sogni nel Blu	www.sogninelblu.it	Lampedusa
183		Spazi d'Avventura	www.spazidavventura.com	Milano
184		Sporting Vacanze	www.sportingvacanze.it	Roma
185		Sprintours	www.sprinclub.it	Lido di Ostia
186		Squirrel	http://www.squirrelviaggi.net/	Milano
187		Stefanina Group	www.caboverdetime.it	Brescia
188		Study Tours International	www.studytours.it	Milano
189		Todra	www.todra.com	Roma
190		Tonello Viaggi	www.tonelloviaggi.it	Vicenza
191		Top Sardinia	www.topsardinia.it	Roma
192		Tourama Travel	www.touramatravel.it	Roma
193		Touring Vacanze	http://www.viaggidelclub.it	Milano
194		Tours Service	www.tours.it	Roma
195		Trekking International	http://www.overland-viaggi.com	Milano
196		Tui Italia	www.tui.it	Rimini
197		Turbanitalia	www.turbanitalia.it	Milano
198		Utac	www.utacviaggi.it	Brindisi
199		Vela Turismo & Crociere	www.velatour.it	Asti
200		Veratour	www.veratour.it	Roma
201		Viaggi dell'Elefante	www.viaggidellelefante.it	Roma
202		Viaggi nel firmamento	www.viagginelfirmamento.it	Fiumicino
203		Viva	www.vivalingue.com	Milano
204		Wadi Destination	www.wadidestination.com	Cernobbio
205		Webtours TO	www.webtours.go.it	Ancona
206		Wimbi TO	www.zanzibarviaggi.it	Imperia
207		Zig Zag Viaggi	www.zigzag.it	Lecco
208		Quality Group	www.qualitygroup.it	Torino
209		Turisanda	http://www.turisanda.it/	Milano
210		Siti Group T.O.	http://www.sitiviaggi.org/	Napoli
211		Best Tours	www.besttours.it	Milano
212		Charme & Adventure	http://www.charmeadventure.com	Milano
213		Copernicus Viaggi	www.copernicusviaggi.eu	Roma
214		Going	www.going.it	Milano
215		Oby whan	www.obywhan.it	Catania
216		Vuela con noi	www.vuela.it	Milano
217		I viaggi del delfino	http://www.viaggideldelfino.com	Napoli
218		Aemme viaggi	http://www.aemmeviaggi.it	Predazzo
219		Kele & Teo	www.keleteo.com	Marghera
220		Amerigo Viaggi	www.amerigoviaggi.it	Brescia
221		Atitur	www.atitur.it	Milano
222		Marcelletti Tour Operator	www.marcelletti.it	Roma
223		Medov	www.medov.it	Genova
224	New	Brixia Tour Operator	http://www.brixiato.it	Brescia
225	New	Alidays Travel Experiences	www.alidays.it	Milano
226	New	Marevero	http://www.marevero.com/	Milano
227	out	Turistia Tour Operator	www.turistia.it	Milano
228	out	Alda Travel	www.aldatravel.it	Torino
229	out	Style Council	http://www.stylecouncil.it	Milano
230	out	Flyaway	www.flyawaytour.it	Milano
231	out	Lovely Cuba	www.lovelycuba.com	Milano
232	out	Seven Worlds	www.sevenworlds.it	Torino
233	out	Rallo Travel & Lifestyle	www.ralloworldwide.it	Milano

3. Database OTA

Num.		Nome OLTA	Sito web	Gruppo
1		Agoda	www.agoda.com	Priceline Group
2		Air Fare Watch Dog	www.airfarewatchdog.com	TripAdvisor, Inc. /Smarter Travel Media
3		Asia Hotels	www.asiahotels.com	Orbitz - HotelClub
4		Book it	www.bookit.com	
5		Booking	www.booking.com	Priceline Group
6		Booking Buddy	www.bookingbuddy.com	TripAdvisor, Inc. /Smarter Travel Media
7		Borsa Viaggi	www.borsaviaggi.it	
8		Cheap Ticket	www.cheaptickets.com	Orbitz
9		Classic Vacations	www.classicvacations.com	EXPEDIA INC
10		Crociera Online	www.crocieraonline.com	QCNS CRUISE SAM
11		Crociere Online	www.crociereonline.net	
12		Crocierrissime	http://www.crocierrissime.it/	Volagratis Rumbo Gruppo
13		Cruise Critic	www.cruise critic.com	TripAdvisor, Inc.
14		Ebookers.com	www.ebookers.com	Orbitz
15		Edreams	www.edreams.com	Odigeo
16		eLong	www.elong.net	EXPEDIA INC
17		Expedia	www.expedia.com	EXPEDIA INC
18		Expedia Cruise Ship Centers	www.cruiseshipcenters.com	EXPEDIA INC
19		Expedia Local Expert	www.localexpert.com	EXPEDIA INC
20		Family Vacation critic	www.familyvacationcritic.com	TripAdvisor, Inc.
21		GoVoyages (GoVolo)	www.govoyages.com	Odigeo
22		Holiday Watch Dog	www.holidaywatchdog.com	TripAdvisor, Inc.
23		Hotel Club	www.hotelclub.com	Orbitz
24		Hotel INFO	www.hotel.info	
25		hotels.com	www.hotels.com	EXPEDIA INC
26		Hotwire	www.hotwire.com	EXPEDIA INC
27		Intrepid Travel Inc.	www.intrepidtravel.com	
28		Jet Setter	www.jetsetter.com	TripAdvisor, Inc. /Smarter Travel Media
29		Jetcost	http://www.jetcost.com/	Volagratis Rumbo Gruppo
30		Kayak	www.kayak.it	Priceline Group
31		Lastminute.com	www.it.lastminute.com	Travelocity - Sabre Holding
32		Logitravel	www.logitravel.it	
33		Mr Jet	www.mrjet.se	Orbitz - ebookers
34		Olta	www.olta.it	
35		One Time	www.onetime.com	TripAdvisor, Inc. /Smarter Travel Media
36		Oposto	www.opodo.com	Odigeo
37		Orbitz	www.orbitz.com	Orbitz
38		Priceline	www.priceline.com	Priceline Group
39		Rates to go	www.ratestogo.com	Orbitz - HotelClub
40		Rumbo	www.rumbo.it	Volagratis Rumbo Gruppo
41		Seat Guru	www.seatguru.com	TripAdvisor, Inc.
42		Smarter Travel	www.smartertravel.com	TripAdvisor, Inc. /Smarter Travel Media
43		Ticket Crociere	http://www.ticketcrociere.it/	
44		Tingo	www.tingo.com	TripAdvisor, Inc. /Smarter Travel Media
45		Travel Library	www.travel-library.com	TripAdvisor, Inc.
46		Travel.com	www.travel.com	
47		Traveleurope	www.traveleurope.com	World Wide Booking
48		Travellink	www.travellink.com	Odigeo
49		Travelocity	www.travelocity.com	Travelocity - Sabre Holding
50		Travelprice	www.travelprice.it	Lastminute
51		TripAdvisor	www.tripadvisor.it	Tripadvisor Inc, EXPEDIA INC
52		Trivago	www.trivago.it	EXPEDIA INC
53		Venere	www.venere.com	EXPEDIA INC
54		Viaggiare	http://www.viaggiare.it/	Volagratis Rumbo Gruppo
55		Viajar	www.viajar.com	Volagratis Rumbo Gruppo
56		Virtual Tourist	www.virtualtourist.com	TripAdvisor, Inc.
57		Volagratis (BravoFly)	www.volagratis.com	Volagratis Rumbo Gruppo
58		Yalla Yalla	http://www.yallayalla.it/	
59		Zuji	www.zuji.com	
60	out	Adventure Travel	www.adventurefinder.com	Orbitz
61	out	Away	www.away.com	Orbitz
62	out	Gorp	www.gorp.com	Orbitz
63	out	Trip	www.trip.com	Orbitz
64	NEW	Liligo	www.liligo.it	Odigeo
65	NEW	Oyster	www.oyster.com	TripAdvisor, Inc. /Smarter Travel Media

4. CCNL Turismo 2003 (Allegato L) e CCNL Turismo 2010 (Allegato T)

ALLEGATO L - CODICE DI CONDOTTA

Documento finalizzato a contrastare lo sfruttamento sessuale dei minori nell'ambito del turismo

Le aziende di Tour Operation, le Agenzie di Viaggio (federate e non), le linee aeree e gli aeroporti che adotteranno il presente Codice si impegnano - oltre quanto già previsto dalla legge n. 269 del 1998 "Norme contro lo sfruttamento della prostituzione, della pornografia, del turismo sessuale in danno di minori quali nuove forme di riduzione in schiavitù" - ad adottare tutte le misure atte a combattere lo sfruttamento sessuale dei minori nell'ambito del turismo in tutti i casi e in tutte le occasioni utili a tale obiettivo.

In particolare esse si impegnano:

1. Ad attuare politiche di informazione e di aggiornamento del personale in Italia e nei paesi di destinazione sul tema dello sfruttamento sessuale dei minori;
2. A portare a conoscenza dei loro clienti - al di là degli obblighi di informazione previsti dalla legge 269 del 1998 - il proprio impegno contro lo sfruttamento sessuale dei minori nell'ambito del turismo, informandoli anche della loro adesione a questo Codice di Condotta;
3. A inserire nei contratti con il corrispondente estero clausole che gli richiedono di:
 - a) non agevolare, in alcun modo, il contatto tra il turista ed eventuali sfruttatori di minori; tra il turista e il minore stesso avente come fine un rapporto di tipo sessuale;
 - b) vigilare, per quanto è possibile, affinché non avvengano, nel corso del soggiorno del turista, contatti o incontri con sfruttatori e/o con minori aventi come fine un rapporto di tipo sessuale;
4. A richiedere alle strutture alberghiere - in sede contrattuale - il divieto di accesso nelle camere dei clienti ai minori del luogo avente come fine lo sfruttamento sessuale. A non rinnovare il contratto, nel caso in cui fosse comprovata una così grave inadempienza.
5. Ad allegare ai contratti con i corrispondenti esteri e albergatori il testo del Codice di Condotta tradotto in inglese.
6. A non utilizzare messaggi pubblicitari su carta stampata, o su video o via Internet in grado di suscitare suggestioni o motivi di richiamo in contrasto con la campagna portata avanti da ECPAT e con i principi ispiratori del presente Codice.
7. A inserire nei supporti di comunicazione destinati alla commercializzazione dei prodotti: "La nostra Azienda aderisce al Codice di Condotta contro lo sfruttamento sessuale dei minori nell'ambito del turismo"

ccnl turismo – allegati

8. A far conoscere ai propri dipendenti il presente Codice di Condotta che all'uopo verrà inserito nei contratti collettivi nazionali di lavoro (CCNL di categoria).

9. A inserirlo nei nuovi contratti di lavoro.

REGOLE AGGIUNTIVE RIGUARDANTI:

le compagnie aeree:

L'Azienda, in aggiunta a quanto precede, si impegna a perseguire con ogni mezzo utile e idoneo, la sensibilizzazione del pubblico sui principi ispiratori del Codice (giornale di bordo, ticket jacket, internet link, video sui voli a lungo raggio, ecc.)

le società di gestione degli aeroporti:

L'Azienda si impegna a proiettare messaggi di sensibilizzazione (spot) sui monitor nelle aree di transito nonché utilizzare Ticket Jackets e/o altro materiale di sensibilizzazione nelle biglietterie.

DIFFUSIONE DEL CODICE DI CONDOTTA

Le Associazioni di categoria che adottano il presente Codice di Condotta si impegnano a sostenere la diffusione presso le aziende aderenti.

La sua promozione e divulgazione è affidata a ECPAT Italia che, di concerto con le Associazioni di categoria che riterranno di sottoscriverlo, ne curerà l'attuazione.

TAVOLO DI VERIFICA

Il Tavolo di verifica ha il compito di accertare la reale applicazione del Codice di Condotta da parte dei suoi firmatari.

ECPAT-Italia, nella sua qualità di promotrice del Codice di Condotta, ha il compito di convocare i facenti parte del Tavolo di verifica.

Prenderanno parte al Tavolo di verifica un rappresentante di ECPAT-Italia, un rappresentante di ciascuna associazione firmataria del Codice di Condotta, rappresentanti sindacali di settore, due rappresentanti istituzionali, un rappresentante Adiconsum.

Il Tavolo di verifica si riunisce almeno due volte l'anno.

ALLEGATO T - CODICE DI CONDOTTA

Documento finalizzato a contrastare lo sfruttamento sessuale dei minori nell'ambito del turismo

Le aziende di Tour Operation, le Agenzie di Viaggio (federate e non), le linee aeree e gli aeroporti che adotteranno il presente Codice si impegnano - oltre quanto già previsto dalla legge n. 269 del 1998 "Norme contro lo sfruttamento della prostituzione, della pornografia, del turismo sessuale in danno di minori quali nuove forme di riduzione in schiavitù" - ad adottare tutte le misure atte a combattere lo sfruttamento sessuale dei minori nell'ambito del turismo in tutti i casi e in tutte le occasioni utili a tale obiettivo.

In particolare esse si impegnano:

1. Ad attuare politiche di informazione e di aggiornamento del personale in Italia e nei paesi di destinazione sul tema dello sfruttamento sessuale dei minori;
2. A portare a conoscenza dei loro clienti - al di là degli obblighi di informazione previsti dalla legge 269 del 1998 - il proprio impegno contro lo sfruttamento sessuale dei minori nell'ambito del turismo, informandoli anche della loro adesione a questo Codice di Condotta;
3. A inserire nei contratti con il corrispondente estero clausole che gli richiedono di:
 - a) non agevolare, in alcun modo, il contatto tra il turista ed eventuali sfruttatori di minori; tra il turista e il minore stesso avente come fine un rapporto di tipo sessuale;
 - b) vigilare, per quanto è possibile, affinché non avvengano, nel corso del soggiorno del turista, contatti o incontri con sfruttatori e/o con minori aventi come fine un rapporto di tipo sessuale;
4. A richiedere alle strutture alberghiere - in sede contrattuale - il divieto di accesso nelle camere dei clienti ai minori del luogo avente come fine lo sfruttamento sessuale. A non rinnovare il contratto, nel caso in cui fosse comprovata una così grave inadempienza.
5. Ad allegare ai contratti con i corrispondenti esteri e albergatori il testo del Codice di Condotta tradotto in inglese.
6. A non utilizzare messaggi pubblicitari su carta stampata, o su video o via Internet in grado di suscitare suggestioni o motivi di richiamo in contrasto con la campagna portata avanti da ECPAT e con i principi ispiratori del presente Codice.
7. A inserire nei supporti di comunicazione destinati alla commercializzazione dei prodotti: "La nostra Azienda aderisce al Codice di Condotta contro lo sfruttamento sessuale dei minori nell'ambito del turismo"

ccnl turismo – allegati

8. A far conoscere ai propri dipendenti il presente Codice di Condotta che all'uopo verrà inserito nei contratti collettivi nazionali di lavoro (CCNL di categoria).

9. A inserirlo nei nuovi contratti di lavoro.

REGOLE AGGIUNTIVE RIGUARDANTI:

le compagnie aeree:

l'Azienda, in aggiunta a quanto precede, si impegna a perseguire con ogni mezzo utile e idoneo, la sensibilizzazione del pubblico sui principi ispiratori del Codice (giornale di bordo, ticket jacket, internet link, video sui voli a lungo raggio, ecc.)

le società di gestione degli aeroporti:

l'Azienda si impegna a proiettare messaggi di sensibilizzazione (spot) sui monitor nelle aree di transito nonché utilizzare Ticket Jackets e/o altro materiale di sensibilizzazione nelle biglietterie.

DIFFUSIONE DEL CODICE DI CONDOTTA

Le Associazioni di categoria che adottano il presente Codice di Condotta si impegnano a sostenere la diffusione presso le aziende aderenti.

La sua promozione e divulgazione è affidata a ECPAT Italia che, di concerto con le Associazioni di categoria che riterranno di sottoscriverlo, ne curerà l'attuazione.

TAVOLO DI VERIFICA

Il Tavolo di verifica ha il compito di accertare la reale applicazione del Codice di Condotta da parte dei suoi firmatari.

ECPAT-Italia, nella sua qualità di promotrice del Codice di Condotta, ha il compito di convocare i facenti parte del Tavolo di verifica.

Prenderanno parte al Tavolo di verifica un rappresentante di ECPAT-Italia, un rappresentante di ciascuna associazione firmataria del Codice di Condotta, rappresentanti sindacali di settore, due rappresentanti istituzionali, un rappresentante Adiconsum.

Il Tavolo di verifica si riunisce almeno due volte l'anno.

5. Un quadro aggiornato della situazione

La vergogna del turismo sessuale – Di Nadia Clementi

Un fenomeno in crescita al punto da far intervenire le organizzazioni
mondiali facenti riferimento all'ONU – Ne parliamo con il dott. Vincenzo Casiraro

28/02/2015



>

Il turismo sessuale su donne e bambini è il terzo traffico illegale per ordine d'importanza a livello mondiale, dopo droga e armi. Può essere considerato una nuova frontiera perché è diventato più accessibile a tutti, grazie all'intensificarsi dei voli low cost, ai maggiori canali d'informazione come Internet e forse anche a causa della caduta di alcuni tabù riguardanti il sesso. Certamente il fenomeno non è nuovo, ma oggi si diffonde seguendo le offerte della globalizzazione. I protagonisti di questo giro d'affari sono soprattutto gli uomini, che rappresentano la grande maggioranza dei «turisti», mentre sono prevalentemente donne e bambini ad essere sfruttati nel giro della prostituzione.

Il turismo sessuale ha dato vita ad un vero e proprio mercato economico, che non riguarda solo la prestazione in sé, ma anzi fa fruttare alberghi, bar, ristoranti, case d'appuntamento, soprattutto nei Paesi più poveri del mondo.

Negli ultimi anni, le scelte turistiche sono state ampiamente influenzate dalla possibilità o meno di consumare sesso a poco prezzo. Un mercato che coinvolge non solo maschi annoiati, stanchi della routine o semplicemente curiosi a concedersi fughe sessuali, ma anche moltissime donne che, lontane da occhi indiscreti e dai luoghi comuni sulla sessualità femminile hanno iniziato a frequentare

particolari paesi, come quelli caraibici, alla ricerca di mete erotiche.

La «sessualità mercenaria» quindi sembra aver valicato i limiti di genere: dalla prostituta procace si è passati agli gigolò e ai toy boy, ragazzi prestanti pronti a simulare amore e coinvolgimento dietro compenso.

Molte donne, recandosi in luoghi come la Giamaica o il Brasile, si concedono la trasgressione di divertirsi con ragazzi del luogo, aiutanti e pronti a dedicare particolari «attenzioni» in cambio di pochi soldi o di qualche regalo.

La vacanza, in questo contesto, diventa momento di liberazione, di divertimento e di svago dalla routine quotidiana. Allontanandosi dagli occhi curiosi di vicini e conoscenti, ci si concede di vivere qualche avventura in libertà. Così molti turisti scelgono determinate località «paradisiache» in quanto giudicate più idonee per far conoscenze piacevoli e non troppo impegnative.

Ma il fenomeno del turismo sessuale non è fatto solo di adulti consenzienti. Negli ultimi anni, anche a causa del maggiore impoverimento dei Paesi del sud del mondo, spesso i bambini entrano nel giro della prostituzione, spinti dalla miseria e dalla fame, diventando spesso una fonte di guadagni indispensabile alla famiglia.

Cercare informazioni e dati statistici riguardo il turismo sessuale non è facile: si tratta di un fenomeno che riguarda l'intimità delle persone e che spesso cela bugie, tradimenti e trasgressioni inconfessabili. Quando poi si tratta di sfruttamento della prostituzione minorile, entriamo in ambito di reato, oltre che di mancanza di morale, e i numeri non possono essere che approssimativi.

Per saperne di più abbiamo intervistato il dott. Vincenzo Casiraro, autore di una preziosa indagine sul movimento del turismo sessuale minorile negli ultimi anni.

Chi è il dott. Vincenzo Casiraro

Nato a Ragusa il 13 marzo 1990, il dott. Vincenzo Casiraro si è laureato in Scienze Geografiche presso l'Alma Mater Studiorum - Università di Bologna nel 2014, e sta conseguendo la specializzazione in Gestione delle Organizzazioni e del Territorio presso l'Università di Trento.

I principali ambiti di interesse sono: il turismo, i viaggi, la fotografia e gli eventi culturali.

Dott. Casiraro perché ha svolto un'indagine sul turismo sessuale?

«Ho scelto di trattare il turismo sessuale nella mia tesi di laurea, spinto dall'interesse di un fenomeno in continua crescita e a mio parere poco discusso, nonostante la sua importanza.

«Leggere e sentire testimonianze e racconti di ragazzine/bambine obbligate a prostituirsi ha provocato in me un senso di rabbia, disprezzo ed afflizione. Volevo comprenderne le motivazioni che spingono i turisti a viaggiare in cerca di sesso.

«Nello svolgere l'indagine ho trovato molte difficoltà nel reperire informazioni e produrre dati statistici veritieri, essendo un fenomeno particolarmente offuscato. I dati che ho raccolto provengono da diverse ricerche sociologiche, effettuate e/o commissionate dagli Enti predisposti a livello Internazionale.

«Di particolare aiuto sono state le ricerche di Marco Scarpati (Per il turismo sessuale minorile) e della O'Connell Davidson (Per capire al meglio il fenomeno, in tutte le sue sfaccettature).

«Mi sono inoltre servito di quei pochi testi bibliografici, di Internet, di documenti e trattati europei, di riviste e anche di qualche reportage televisivo (Le Iene).»

Che cos'è il turismo sessuale e come è nato?

«Il turismo sessuale è un modo di trascorrere le proprie vacanze, in cui la finalità è quella di ottenere degli incontri sessuali di durata relativamente breve. Il fenomeno si avvicina nettamente a quello della prostituzione.

«La definizione data dall'OMT (Organizzazione Mondiale del Turismo) è di viaggi organizzati dagli operatori del settore turistico, o da esterni che usano le proprie strutture e reti, con l'intento primario di far intraprendere al turista una relazione sessuale a sfondo commerciale con i residenti del luogo di destinazione.»

Una breve storia?

«Il turismo sessuale moderno (più industrializzato, globalizzato, aggressivo) nasce a metà degli anni Sessanta, quando gli americani erano impegnati nella guerra in Vietnam e in Thailandia furono autorizzate delle basi militari americane.

«Nel 1967 il governo americano e quello thailandese firmarono un accordo denominato rest and recreation, cioè li portiamo via e li facciamo rilassare un pochettino. Con questo trattato si voleva fare in modo che i giovani soldati americani potessero avere, per così dire, momenti di relax.

«Fu trovato allora un piccolo villaggio di pescatori (Pattaya) nella zona, dove gli americani iniziarono a costruire resort, hotel, casinò, locali per il riposo e il divertimento. Successivamente intervenne la criminalità organizzata del posto che portò al villaggio alcune ragazze con la promessa di un lavoro nel settore turistico.

«Queste non furono impiegate tutte quante nella ristorazione o nella refezione, alcune vennero assunte nei locali allo scopo di divertimento, e nel giro di pochissimo tempo, i locali adibiti a bordelli passarono da 10, poi 100, fino ad arrivare a 300 tra night club e go-go bar.»

«Inoltre, per invogliare i ragazzi ventenni americani al relax post e pre-bellico venivano messe a disposizione (recticus: in vendita) ragazze più giovani di loro, diciottenni, o spesso bambine ancor più giovani.

«Il mercato del sesso a pagamento nel sud-est asiatico partì così per caso, con l'apparente sottovalutazione delle autorità locali che avevano visto solo buone possibilità di guadagni. Continuò quindi l'interesse criminale locale, che decise molto in fretta di costruire una seconda Pattaya, dentro Bangkok: sorse così Patpong, a cui seguirono Sukhumvit e altre zone erotiche.

«Anche altri stati presero l'esempio thailandese, investendo nel turismo sessuale per l'alto margine di guadagno che esso offriva. Il mercato economico comprese che la costruzione di centri di relax, aperti anche ai non militari, poteva essere un'opportunità economica da non perdere.»

Il profilo del turista sessuale maschile e femminile?

«Il turista sessuale (di minori) maschile solitamente ha tra i 20-40 anni di età, è sposato o single, appartenente a diverse classi sociali, e può essere straniero o locale. La provenienza geografica è da tutto il mondo: Europa (Germania, Olanda, Regno Unito, Francia, Belgio, Spagna, Italia), America (Stati Uniti, Canada, Brasile), Asia (Giappone, Taiwan) e Oceania (Australia).

«La turista sessuale, invece, è principalmente una donna tra i 45-65 anni di età, bianca, nella maggior parte dei casi divorziata o vedova, emancipata economicamente, e alla ricerca di un'esperienza romanziata con uomini o ragazzi di colore, chiamati anche beach boys.»

Quali sono le motivazioni del turista sessuale maschile e femminile?

«Emergono alcune differenze tra il turismo sessuale maschile e quello femminile.

«Mentre per i primi vi è un orientamento per lo più sessuale, l'attenzione delle turiste sembra

maggiormente concentrarsi sulla compagnia e sul romanticismo, immaginando di vivere relazioni amorose. In uno studio su turismo sessuale femminile in Giamaica, condotto da due sociologhe inglesi, Sanchez Taylor e O'Connell Davidson, dall'intervista di 240 donne in vacanza è emerso che almeno un terzo di loro, pur ammettendo di aver avuto una relazione con ragazzi del luogo, ha escluso di aver pagato dei prostituti, pur finanziandoli con regali e cene. Ma il loro è un vero e proprio ruolo di sfruttamento non diverso da quello maschile.

«Le differenze che sembrano realmente separare le esperienze femminili da quelle maschili sono la minore frequenza con cui le donne vanno alla ricerca di un numero elevato di partner sessuali e la minore disposizione al contatto con minori. Se gli uomini sono spesso alla ricerca di sottomissione nelle donne, queste ultime tendono a cercare un archetipo convenzionale maschile.

«Invece ci sono altre motivazioni che inducono un turista ad andare alla ricerca di sesso con bambini e/o adolescenti. Le principali sono l'anonimato e l'impunità; la ricerca di nuove esperienze (classico di un consumismo sessuale); la discriminazione che sconfinata nel razzismo; la difficoltà nello stabilire rapporti paritari con le donne; e la falsa credenza che fare sesso con bambini sia a minor rischio di contrarre l'AIDS.»

Quali sono le mete del turismo sessuale e perché? Sono diverse tra uomo e donna?

«I luoghi di destinazione del turismo sessuale minorile sono:

- a) ASIA: Thailandia, Vietnam, Laos, Cambogia, Filippine, Nepal, Pakistan, Russia, Taiwan, Cina, Sri Lanka, India, Indonesia.
- b) AMERICA LATINA: Brasile, Repubblica Dominicana, Colombia, Messico, Venezuela, Cuba.
- c) AFRICA: Kenya.
- d) EUROPA: Bulgaria, Macedonia.

«Le mete preferite dalla turista sessuale femminile sono invece Kenya, Giamaica, Grecia, Costa Rica, Caraibi, Bali, Giordania, Gambia e Cuba.»

Alcuni dati geografici sul turismo sessuale minorile?

«Il fenomeno del turismo sessuale si è intensificato negli ultimi anni, sia a causa del maggiore impoverimento dei Paesi del Sud, dove i bambini entrano nel giro della prostituzione, spinti dalla miseria, dalla fame e dalla mancanza di lavoro dei familiari, sia a causa dell'aumento del turismo di massa grazie ai sempre più numerosi voli a basso costo diretti verso mete esotiche.

«Cercare informazioni e dati statistici riguardo al turismo sessuale non è facile: trattandosi di un mercato clandestino non vi sono opportuni dati registrati (numero di presenze/arrivi, etc.). Gli elementi trovati provengono da varie ricerche commissionate principalmente dall'ECPAT (End Child Prostitution, Pornography & Trafficking of children for Sexual Purposes - Italia) e dall'OMT.

«In un rapporto del 2010 l'OMT ritiene che il 20% dei viaggi internazionali di uomini soli abbia alla base motivazioni sessuali. Sono stimati 3 milioni di turisti sessuali per anno (1/6 di essi è alla ricerca di minorenni) e questo genera un volume d'affari di 80-100 miliardi di dollari.»

Grafico 1) Riporta la percentuale dei turisti sessuali che hanno rapporti con minori, divisi in: occasionali (spesso in quel paese per lavoro), abituali (acquistano residenze in quel paese, che poi abitano in alcuni periodi dell'anno) pedofili;



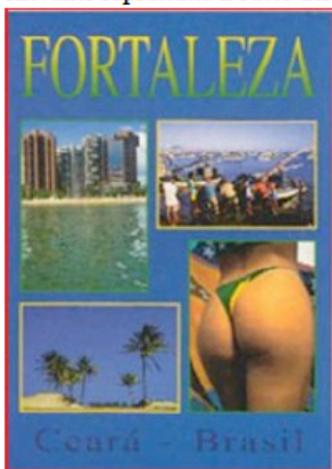
Grafico 2) La percentuale divisa in gruppi d'età dei minori sfruttati;



Grafico 3) Suddivisione in maschi e femmine, sempre in termini percentuali. I dati provengono dall'OMT (aggiornato al 2010) e sono di mia elaborazione.

Perché il Brasile sta diventando meta sempre più importante per il turismo sessuale?

«In generale il turismo sta diventando sempre più importante per il Brasile. Il turismo di massa e i viaggiatori individuali sono attratti dalle intatte foreste tropicali che sono le maggiori al mondo. È rilevante soprattutto il ruolo del turismo balneare, che nel paese è forte l'attrazione per le spiagge dalla sabbia fine.



«L'espansione del turismo in Brasile non apporta solo benefici, come sappiamo. Insieme ad altri fattori ha sicuramente favorito la crescita del turismo sessuale, con un conseguente aumento della prostituzione e del commercio umano. Non solo, a contribuire al fenomeno sono gli stessi depliant turistici (spesso locali) e le immagini diffuse dai mass media che raffigurano il Brasile come un'oasi di mare, sole e sesso. Il discorso brasiliano sul turismo utilizza corpi maschili e soprattutto corpi femminili per vendere i suoi prodotti. Questo tipo di immagini sono spesso associate all'attività sessuale.

«Questo è un turismo malato, sfrutta la miseria, la disoccupazione, la mancanza di istruzione e l'ingiustizia sociale, che rendono la maggioranza della popolazione povera ed esclusa dalla società. I bambini quindi vendono i loro corpi per fame, per assicurare la sopravvivenza economica alla loro famiglia e per dare una speranza nella svolta alla loro vita.»

Il Brasile conta più di 500mila bambini tra i 7 e i 17 anni sfruttati sessualmente
• il 17% ha tra i 7 e 12 anni

- **il 59% ha tra i 12 e i 14 anni.**
L'età dei clienti invece è la seguente
- **30,3% è di 19-30 anni**
- **41,4% è di 31-51 anni**
- **5,2% oltre i 50 anni.**

«Per quanto riguarda i turisti europei, sono stimati in 700mila che ogni anno arrivano in questo paese, e la loro età va dai 25 ai 70 anni.

«Qualche passo avanti è stato fatto dal Governo per intervenire. Nel 1990, con la convenzione ONU sui diritti del bambino, si è iniziato a proteggere i bambini contro ogni forma di abuso sessuale. Nel 1997 è stata istituita invece una linea telefonica per denunciare lo sfruttamento sessuale minorile. Nel 1998, il governo ha speso 1,7 milioni di dollari per la riabilitazione di 10mila bambini con lo scopo di allontanarli dalle strade e dalla prostituzione.

«Infine per i Mondiali di calcio 2014, svolti appunto in Brasile, per disincentivare eventuali turisti ad andare alla ricerca di sesso con bambini, sono state attivate diverse campagne di sensibilizzazione. La più importante è quella condotta da ECPAT Don't Look away (= non voltarti dall'altra parte/non distogliere lo sguardo) finanziata dall'Unione Europea. La campagna si è rivolta a turisti, tifosi, dirigenti sportivi, giornalisti ecc, per cercare di arginare e prevenire il fenomeno. A questa iniziativa hanno contribuito anche vari personaggi del mondo dello spettacolo. Il messaggio che si vuole trasmettere è quello di rimanere vigili allo sfruttamento dei minori e, a non far finta di non vedere.»



Sopra: la Campagna di sensibilizzazione Ecpat Dont look away e la sponsorizzazione da parte del calciatore Kakà. (Fonte: Ecpat.it)

Sotto: il contributo di personaggio del mondo dello spettacolo, con un loro selfie condiviso sui maggiori social network. (Fonte 2).

organizzano viaggi a tale scopo. Per contrastare gli abusi sessuali commessi durante i viaggi all'estero, la Direttiva introduce anche il divieto di pubblicizzare occasioni di viaggio che possano indurre a commettere abusi sessuali su minori.»

Nadia Clementi - n.clementi@ladigetto.it
Dott. Vincenzo Casiraro e - vincenzo1390@live.it

© Riproduzione riservata

6. La campagna EBNT 2015

La notizia in homepage:

INIZIATIVE 05/03/2015

Tutti i BAMBINI DEL MONDO
HANNO DIRITTO DI CRESCERE LIBERI

DOCUMENTI:
COMUNICATO STAMPA
LOCANDINA

CONTRO IL TURISMO SESSUALE CON MINORI: L'EBNT PASSA ALL'AZIONE

Giunto alla settima edizione dell' "Osservatorio nazionale circa l'applicazione della legge 269/98 e del codice di condotta recepito il 19 Luglio 2003 dal CCNL del Turismo", l'Ente Bilaterale Nazionale Turismo promuove un ruolo di maggiore sensibilizzazione su questo fenomeno, verso tutti gli operatori e addetti al turismo.

Si vuole in questo modo richiamare gli organi preposti sulla necessità di svolgere un ruolo più incisivo, nel momento in cui cala l'attenzione verso la tematica dello sfruttamento sessuale dei minori e le norme risultano sempre meno adeguate ad affrontare questo complesso problema.

IN ALLEGATO IL COMUNICATO STAMPA COMPLETO E LA LOCANDINA LEGATA ALL'INIZIATIVA.

Il banner:



La locandina:



Il comunicato stampa:



CONTRO IL TURISMO SESSUALE CON MINORI: L'EBNT PASSA ALL'AZIONE

Giunto alla settima edizione dell'“Osservatorio nazionale circa l'applicazione della legge 269/98 e del codice di condotta recepito il 19 Luglio 2003 dal CCNL del Turismo”, l'Ente Bilaterale Nazionale Turismo promuove un ruolo di maggiore sensibilizzazione su questo fenomeno, verso tutti gli operatori e addetti al turismo.

Si vuole in questo modo richiamare gli organi preposti sulla necessità di svolgere un ruolo più incisivo, nel momento in cui cala l'attenzione verso la tematica dello sfruttamento sessuale dei minori e le norme risultano sempre meno adeguate ad affrontare questo complesso problema.

L'Italia è all'avanguardia nella prevenzione e nella repressione di questo terribile fenomeno, essendosi dotata di leggi apprezzate nel mondo ed in Europa, ispirando direttive comunitarie poi adottate da alcuni Stati Membri. Di fatto sono leggi uniche in Europa che impongono tra l'altro ai Tour Operator di menzionare esplicitamente le norme contro lo sfruttamento dei minori sui propri cataloghi. Ma il mercato turistico è nel frattempo cambiato: sempre più digitale, sempre meno tradizionale. Per questo le prescrizioni di legge trovano una minore applicazione, perdendo quasi di significato.

Proprio per questo motivo l'EBNT ha deciso di intraprendere una attività di sensibilizzazione, tramite direct email marketing, sia nei confronti dell'intermediazione tradizionale, che verso le online travel agency, in quanto ormai sempre più turisti si rivolgono alla rete per informarsi e prenotare. I dati Eurobarometro 2013 indicano infatti che il 58% della popolazione europea organizza vacanze tramite internet.

I dati emersi nelle varie edizioni dell'Osservatorio, e confermati in negativo dall'ultima (in corso di conclusione), fanno emergere la necessità di rilanciare anche sul web la lotta al turismo sessuale con minori, trovando nuove forme di informazione e di dissuasione. Ma per ottenere questo risultato nel tempo è davvero fondamentale l'intervento del Parlamento sulle normative vigenti, in relazione ai nuovi comportamenti del mercato elettronico.

8. Rassegna Stampa Comunicato EBNT

agenzia di viaggi

il network dell'informazione turistica

L'EBNT entra in azione contro il turismo sessuale

ATTUALITA'

NUMERO: [Giornale Online](#)

13-03-2015

L'Ente Bilaterale Nazionale Turismo passa decisamente all'azione **contro il turismo sessuale** e promuove un'azione di sensibilizzazione nel comparto del turismo organizzato tramite direct email marketing, sia nei confronti dell'intermediazione tradizionale sia verso le online travel agency, in quanto ormai sempre più turisti si rivolgono alla rete per informarsi e prenotare.

Giunto alla settima edizione dell'Osservatorio nazionale circa l'applicazione della legge 269/98 e del codice di condotta recepito il 19 luglio 2003 dal CCNL del Turismo, l'Ente Bilaterale Nazionale Turismo promuove dunque un ruolo di maggiore sensibilizzazione su questo fenomeno verso tutti gli operatori e addetti al turismo.

Si vuole in questo modo richiamare gli organi preposti sulla necessità di svolgere un ruolo più incisivo, nel momento in cui cala l'attenzione verso la tematica dello sfruttamento sessuale dei minori e le norme risultano sempre meno adeguate ad affrontare questo complesso problema.

Italia all'avanguardia nella prevenzione e repressione

L'Italia è all'avanguardia nella prevenzione e nella repressione di questo terribile fenomeno, essendosi dotata di leggi apprezzate nel mondo e in Europa, ispirando direttive comunitarie poi adottate da alcuni Stati membri. Di fatto sono leggi uniche in Europa che impongono tra l'altro ai tour operator di menzionare esplicitamente le norme contro lo sfruttamento dei minori sui propri cataloghi.

Nel frattempo però il mercato turistico è cambiato: sempre più digitale, sempre meno tradizionale. Per questo le prescrizioni di legge trovano una minore applicazione, perdendo quasi di significato. I dati Eurobarometro 2013 indicano infatti che il 58% della popolazione europea organizza vacanze tramite internet. I dati emersi nelle varie edizioni dell'Osservatorio, e confermati in negativo dall'ultima edizione (in via di conclusione), fanno emergere la necessità di rilanciare anche sul web la lotta al turismo sessuale con minori, trovando nuove forme di informazione e di dissuasione. Ma per ottenere questo risultato nel tempo è davvero fondamentale l'intervento del Parlamento sulle normative vigenti, in relazione ai nuovi comportamenti del mercato elettronico.
www.ebnt.it - www.slea.it

Copyright 2015 - L'Agenzia di Viaggi - Tutti i diritti riservati

www.lagenziadiviaggi.it

agiellenews
agenzia di stampa / impresa / lavoro

Area Riservata

username

password

[login →](#)

RICERCA

[ricerca avanzata](#)

home - (AGIELLE) - Milano - Contro il turismo sessuale con minori, l'Ebnt passa all'azione

(AGIELLE) - Milano - Contro il turismo sessuale con minori, l'Ebnt passa all'azione

(AGIELLE) - Milano - Giunto alla settima edizione dell'Osservatorio nazionale circa l'applicazione della legge 269/98 e del codice di condotta recepito il 19 Luglio 2003 dal Ccnl del Turismo, l'Ente Bilaterale Nazionale Turismo promuove un ruolo di maggiore sensibilizzazione su questo fenomeno, verso tutti gli operatori e addetti al turismo. Si vuole in questo modo richiamare gli organi preposti sulla necessità di svolgere un ruolo più incisivo, nel momento in cui cala l'attenzione verso la tematica dello sfruttamento sessuale dei minori e le norme risultano sempre meno adeguate ad affrontare questo complesso problema. L'Italia è all'avanguardia nella prevenzione e nella repressione di questo terribile fenomeno, essendosi dotata di leggi apprezzate nel mondo ed in Europa, ispirando direttive comunitarie poi adottate da alcuni Stati Membri. Di fatto sono leggi uniche in Europa, che impongono tra l'altro ai tour operator di menzionare esplicitamente le norme contro lo sfruttamento dei minori sui propri cataloghi. Ma il mercato turistico è nel frattempo cambiato: sempre più digitale, sempre meno tradizionale. Per questo le prescrizioni di legge trovano una minore applicazione, perdendo quasi di significato. Proprio per questo motivo l'Ebnt ha deciso di intraprendere un'attività di sensibilizzazione, tramite direct email marketing, sia nei confronti dell'intermediazione tradizionale, che verso le online travel agency, in quanto ormai sempre più turisti si rivolgono alla rete per informarsi e prenotare. I dati Eurobarometro 2013 indicano infatti che il 58% della popolazione europea organizza vacanze tramite internet. - (agiellenews.it)

05/03/2015 - 13:02

Pubblicato in: MILANO | LOMBARDIA | Società | ITALIA

- ▶ AGROALIMENTARE
- ▶ COMMERCIO
- ▶ EXPO 2015
- ▶ IMPRESA
- ▶ ISTITUZIONI
- ▶ ITALIA
- ▶ LAVORO
- ▶ LOMBARDIA
- ▶ MII ANO



- › L'ASSOCIAZIONE
- › IL SISTEMA
- › I NOSTRI SOCI
- › PARTI CON I SOCI
- › LE ISTITUZIONI
- › EVENTI
- › ASTOI IN FIERA
- › PRESS
 - RASSEGNA NEWS
 - RASSEGNA ARTICOLI ASTOI
 - RASSEGNA AUDIO/VIDEO ASTOI
 - COMUNICATI STAMPA ASTOI
 - FORM REGISTRAZIONE GIORNALISTI
- › CONCILIAZIONE PARITETICA
- › TURISMO SOSTENIBILE
- › PAESI DEL MONDO
- › AREA EMERGENZE



AREA RISERVATA
AI SOCI

- › DOCUMENTI
- › GRUPPI DI LAVORO
- › LA CONSULENZA
- › LE CONVENZIONI
- › RICERCHE E STUDI

HOME CONTATTI MAPPA DEL SITO DOCUMENTI YouTube RSS cerca...



home › press › rassegna news › marzo 2015 › l'ente bilaterale contro il turismo sessuale. campagna sul web Login web

L'ENTE BILATERALE CONTRO IL TURISMO SESSUALE. CAMPAGNA SUL WEB

Giovedì 12 Marzo 2015

Giunto alla settima edizione dell'"Osservatorio nazionale circa l'applicazione della legge 269/98 e del codice di condotta recepito il 19 Luglio 2003 dal CCNL del Turismo", l'Ente Bilaterale Nazionale Turismo promuove un ruolo di maggiore sensibilizzazione su questo fenomeno, verso tutti gli operatori e addetti al turismo.

Si vuole in questo modo richiamare gli organi preposti sulla necessità di svolgere un ruolo più incisivo, nel momento in cui cala l'attenzione verso la tematica dello sfruttamento sessuale dei minori e le norme risultano sempre meno adeguate ad affrontare questo complesso problema. L'Italia è all'avanguardia nella prevenzione e nella repressione di questo terribile fenomeno, essendosi dotata di leggi apprezzate nel mondo ed in Europa, ispirando direttive comunitarie poi adottate da alcuni Stati Membri.

Di fatto sono leggi uniche in Europa - che impongono tra l'altro ai Tour Operator di menzionare esplicitamente le norme contro lo sfruttamento dei minori sui propri cataloghi. Ma il mercato turistico è nel frattempo cambiato: sempre più digitale, sempre meno tradizionale. Per questo le prescrizioni di legge trovano una minore applicazione, perdendo quasi di significato. Proprio per questo motivo l'EBNT ha deciso di intraprendere una attività di sensibilizzazione, tramite direct email marketing, sia nei confronti dell'intermediazione tradizionale, che verso le online travel agency, in quanto ormai sempre più turisti si rivolgono alla rete per informarsi e prenotare.

I dati Eurobarometro 2013 indicano infatti che il 58% della popolazione europea organizza vacanze tramite internet. I dati emersi nelle varie edizioni dell'Osservatorio, e confermati in negativo dall'ultima (in corso di conclusione), fanno emergere la necessità di rilanciare anche sul web la lotta al turismo sessuale con minori, trovando nuove forme di informazione e di dissuasione. Ma per ottenere questo risultato nel tempo è davvero fondamentale l'intervento del Parlamento sulle normative vigenti, in relazione ai nuovi comportamenti del mercato elettronico. - Fonte: *Travelling.travelsearch.it*



L'EBNT contro il turismo sessuale con minori

Consiglia 0 Tweet 0

Email Scarica il pdf



L'Ente Bilaterale Nazionale Turismo promuove un ruolo di maggiore sensibilizzazione verso tutti gli operatori e addetti al turismo, contro il turismo sessuale coi minori.

Si vuole in questo modo richiamare gli organi preposti sulla necessità di svolgere un ruolo più incisivo, nel momento in cui cala l'attenzione verso la tematica dello sfruttamento sessuale dei minori e le norme risultano sempre meno adeguate ad affrontare questo complesso problema.

L'Italia è all'avanguardia nella prevenzione e nella repressione di questo terribile fenomeno, essendosi dotata di leggi apprezzate nel mondo ed in Europa, ispirando direttive comunitarie poi adottate da alcuni Stati Membri. Di fatto sono leggi uniche in Europa che impongono ai Tour Operator di menzionare esplicitamente le norme contro lo sfruttamento dei minori sui propri cataloghi. Ma il mercato turistico è nel frattempo cambiato ed è sempre più digitale. Per questo le prescrizioni di legge trovano una minore applicazione, perdendo quasi di significato.

Proprio per questo motivo l'EBNT ha deciso di intraprendere un'attività di sensibilizzazione, tramite direct email marketing, sia nei confronti dell'intermediazione tradizionale, che verso le online travel agency, in quanto ormai sempre più turisti si rivolgono alla rete per informarsi e prenotare. I dati Eurobarometro 2013 indicano infatti che il 58% della popolazione europea organizza vacanze tramite internet.

I dati emersi nelle varie edizioni dell'Osservatorio sul turismo sessuale coi minori, e confermati in negativo dall'ultima (in corso di conclusione), fanno emergere la necessità di rilanciare anche sul web la lotta al turismo sessuale con minori, trovando nuove forme di informazione e di dissuasione. Ma per ottenere questo risultato nel tempo è davvero fondamentale l'intervento del Parlamento sulle normative vigenti, in relazione ai nuovi comportamenti del mercato elettronico.



NOTIZIE TURISMO, NEWS, TEMPO LIBERO, TRASPORTI, CRONACHE INTERNAZ

Stampa gratuiti | Annunci gratuiti | Cerca parola:

Venerdì, 13 Marzo 2015

M.V. Anno X - Nr 914 del 11.03.2015

NEWS DEL GIORNO

NEWS DI IERI

APPUNTAMENTI E EVENTI | NEWS MONDO | SERVIZI E APPROFONDIMENTI | SOCIETÀ |



CONTRO IL TURISMO SESSUALE

M.V. Anno X - Nr 914 del 11.03.2015

L'Ente Bilaterale Nazionale Turismo promuove un ruolo di maggiore sensibilizzazione su questo fenomeno, verso tutti gli operatori e addetti al turismo.



Si vuole richiamare gli organi preposti sulla necessità di svolgere un ruolo più incisivo, nel momento in cui cala l'attenzione verso la tematica dello **sfruttamento sessuale dei minori** e le norme risultano

sempre meno adeguate ad affrontare questo complesso problema.

L'Italia è all'avanguardia nella **prevenzione e nella repressione** di questo terribile fenomeno, essendosi dotata di leggi apprezzate nel mondo ed in Europa, ispirando direttive comunitarie poi adottate da alcuni Stati Membri. Di fatto sono leggi uniche in Europa che impongono tra l'altro ai Tour Operator di menzionare esplicitamente le norme contro lo sfruttamento dei minori sui propri cataloghi. Ma il mercato turistico è nel frattempo cambiato: sempre più digitale, sempre meno tradizionale. Per questo le prescrizioni di legge trovano una minore applicazione, perdendo quasi di significato.

Proprio per questo motivo l'**EBNT ha deciso di intraprendere una attività di sensibilizzazione**, tramite direct email marketing, sia nei confronti dell'intermediazione tradizionale, che verso le online travel agency, in quanto ormai sempre più turisti si rivolgono alla rete per informarsi e prenotare. I dati Eurobarometro 2013 indicano infatti che il 58% della popolazione europea organizza vacanze tramite internet.

I dati emersi nelle varie edizioni dell'Osservatorio, e confermati in negativo dall'ultima (in corso di conclusione), fanno emergere la necessità di rilanciare anche sul web la lotta al turismo sessuale con minori, trovando nuove forme di informazione e di dissuasione. Ma per ottenere questo risultato nel tempo è davvero fondamentale l'intervento del Parlamento sulle normative vigenti, in relazione ai nuovi comportamenti del mercato elettronico.



Mac lento?

Scarica MacKeeper e metti il turbo al

HOME

CHI SIAMO

SEZIONI

I NOSTRI VIAGGI

INTERLINE ABBONAMENTI

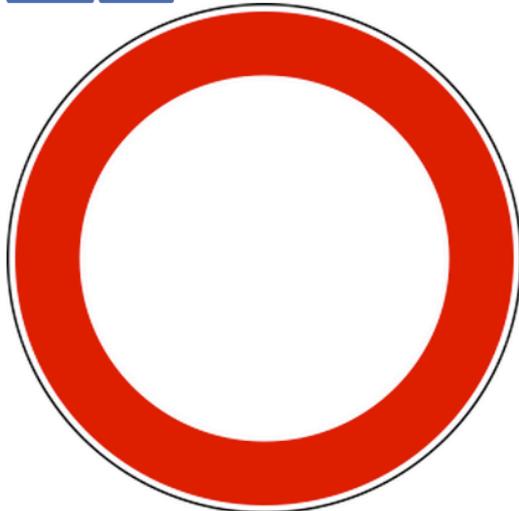
ASSOCIAZIONI E ISTITUZIONI

L'Ente Bilaterale contro il turismo sessuale. Campagna sul web

PUBBLICATO: GIOVEDÌ 12/MARZO/2015 ALLE 7:38 AM / BY LILIANA / COMMENTI (0)

SHARE

Mi piace Condividi Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici.



Giunto alla settima edizione dell'“Osservatorio nazionale circa l'applicazione della legge 269/98 e del codice di condotta recepito il 19 Luglio 2003 dal CCNL del Turismo”, l'Ente Bilaterale Nazionale Turismo promuove un ruolo di maggiore sensibilizzazione su questo fenomeno, verso tutti gli operatori e addetti al turismo. Si vuole in questo modo richiamare gli organi preposti sulla necessità di svolgere un ruolo più incisivo, nel momento in cui cala l'attenzione verso la tematica dello sfruttamento sessuale dei minori e le norme risultano sempre meno adeguate ad affrontare questo complesso problema. L'Italia è all'avanguardia nella prevenzione e nella repressione di questo terribile fenomeno, essendosi dotata di leggi apprezzate nel mondo ed in Europa, ispirando direttive comunitarie poi adottate da alcuni Stati

Membri. Di fatto sono leggi uniche in Europa che impongono tra l'altro ai Tour Operator di menzionare esplicitamente le norme contro lo sfruttamento dei minori sui propri cataloghi. Ma il mercato turistico è nel frattempo cambiato: sempre più digitale, sempre meno tradizionale. Per questo le prescrizioni di legge trovano una minore applicazione, perdendo quasi di significato. Proprio per questo motivo l'EBNT ha deciso di intraprendere una attività di sensibilizzazione, tramite direct email marketing, sia nei confronti dell'intermediazione tradizionale, che verso le online travel agency, in quanto ormai sempre più turisti si rivolgono alla rete per informarsi e prenotare. I dati Eurobarometro 2013 indicano infatti che il 58% della popolazione europea organizza vacanze tramite internet. I dati emersi nelle varie edizioni dell'Osservatorio, e confermati in negativo dall'ultima (in corso di conclusione), fanno emergere la necessità di rilanciare anche sul web la lotta al turismo sessuale con minori, trovando nuove forme di informazione e di dissuasione. Ma per ottenere questo risultato nel tempo è davvero fondamentale l'intervento del Parlamento sulle normative vigenti, in relazione ai nuovi comportamenti del mercato elettronico.

Roberto Gentile, dopo la laurea in Medicina e Chirurgia (Università della Sapienza di Roma, 1987) decide di dedicarsi al turismo; inizia nel 1986 con Study Tours International, nel settore vacanze studio, quindi si trasferisce in Alpitour, a Cuneo dal 1989 al 1992, per occuparsi di Marketing Operativo Assistenza e Gestione Escursioni. Dopo un'esperienza "sul campo" con il Club Méditerranée, nel 1993 passa in Viaggi del Ventaglio come Responsabile dei Servizi Turistici e Assistenza. Nel 1999 è fondatore con la famiglia Frigerio di Frigerio Viaggi Network, rete con sede a Giussano (Mi) della quale è stato socio e amministratore delegato per undici esercizi, fino a maggio 2010.

Dal 2010 l'attività di consulente e libero professionista, già avviata da tempo, diventa predominante: le committenze ricevute si dividono tra quelle eseguite in proprio o su incarico.

In proprio: Network Monitoring, censimento delle reti e delle formule di aggregazione in Italia (Amadeus Italia, 2010-2011-2012); Valutazione costi/benefici della strategia commerciale nei confronti di agenzie e network (Evotur/Turistia, 2011); Networking in Italy: overlook and trends (Club Med Italia, 2011); Agenzie di viaggi e Network in Italia (Atout France, Ufficio del Turismo Francese di Milano, 2012).

Su incarico: Progetto di Sviluppo del Network del Gruppo BOPA (per conto di Turisma Hospitality Consulting, 2003); Revisione organizzativa dell'Ente del Turismo Olandese di Milano (per conto di CESMA Centre for Executive Studies in Management & Administration, 2009); Studio sulle Politiche Commerciali e Strutture Contrattuali dell'incumbent NTV Nuovo Trasporto Viaggiatori SpA (per conto di Trade Lab, 2010); Segmentazione delle reti di agenzie in Italia, uno studio per Meridiana (per conto di Trade Lab, 2010); Organizzazione e conduzione di Focus Group per la valutazione dei bisogni e delle aspettative degli agenti di viaggi: Federviaggio, 2011 ed EBRL Ente Bilaterale Regione Lombardia, 2012 (per conto di Trade Lab); Analisi di fattibilità di un nuovo consortium alberghiero per un brand di rilevanza mondiale (per conto di Achilli Ghizzardi Associati, Milano 2011-2012).

Come organizzatore di fiere ed eventi, è stato ideatore e project manager di Bit forJob - Formazione e lavoro nel turismo in BIT Borsa Internazionale del Turismo di Milano, edizioni 2005 e 2006 (su incarico di EXPOcts), AdvForum - Il forum delle agenzie di viaggi in Bit 2009 (su incarico di EXPOcts), Federviaggio alla BMT Borsa del Turismo di Napoli 2009 (su incarico di Federviaggio Confturismo e Progetta); Focus sulla distribuzione moderna al TTG Incontri 2009 (su incarico di TTG Incontri Fiera di Rimini); Travelexpoln 2012 - Incontro di reti e agenzie con l'offerta turistica siciliana (su incarico di Logos Comunicazione e Immagine).

Come consulente e formatore collabora con Scuole di Formazione e Università quali Luiss Roma, IULM e Cattolica Milano, MIB Trieste, Il Sole 24 Ore Business School di Milano ecc. Dal 2004 al 2010 è stato componente della Giunta Esecutiva di Fiavet Lombardia; dal 2007 al 2010 membro del Consiglio Direttivo di AIF Assofranchising; nel luglio 2001 è stato tra i fondatori di AINeT Associazione Italiana dei Network Turistici (aderente all'Unione del Commercio di Milano), della quale è stato membro del Consiglio Direttivo dal 2001 al 2004: dal 2010 è insignito della carica di Socio Onorario.

È autore di due libri pubblicati da Ulrico Hoepli Editore, Milano: "Agenzie di viaggi e network. Nuove tendenze della distribuzione turistica italiana" (2002) e "Vendere viaggi in Italia. Guida ragionata ad agenzie di viaggi, network e associazioni, Internet e new media" (2007).

Ha scritto decine di articoli e saggi dedicati alla filiera turistica, con focus particolare su reti e agenzie di viaggi, pubblicati da trade magazine quali Trend (Panama Editore, 2000-2001), Il Giornale del Turismo Magazine (Progetta Editore, 2010-2011), Guida Viaggi (GIVI Srl, 2011), l'agenzia di viaggi (Liberi Editori, 2012). Dal 2011 scrive saggi dedicati all'industria turistica su La Rivista del Turismo, pubblicazione trimestrale a cura di TCI Touring Club Italiano. A giugno 2012 è stato pubblicato il saggio "L'UNIONE FA LA VENDITA - Come si vendono viaggi e vacanze nel XXI secolo? Agenzie di viaggi e network, centrali d'acquisto e macro-aggregazioni. Uno scenario in evoluzione". Da giugno 2012 è autore del blog "Whatsup" su TTG Italia, il più diffuso trade magazine italiano, con focus particolare sul business delle agenzie di viaggi.

Dal 2009 collabora alla stesura del Rapporto Annuale sul Turismo Italiano (a cura di Emilio Becheri, edito da Franco Angeli Editore per conto di Mercury Turistica e col patrocinio del Ministro del Turismo). Nel XVII Rapporto (luglio 2012) ha curato il capitolo: "L'intermediazione. Centrali di acquisto e macro-aggregazioni come risposta alla crisi delle agenzie e dei tour operator italiani".



Come editore on-line in proprio, nel 2007 ha lanciato "NetworkNews" - La prima newsletter dedicata ad agenzie di viaggi, network e nuovi format", cui nel 2009 sono seguite T.O.News, flyNews e HotelNews: newsletter verticali a diffusione bimestrale, via email, in formato .pdf e html, ognuna delle quali dispone di un sito e della relativa community di lettori (1.598 indirizzi in mailing-list, suddivisi in 18 categorie

appartenenti a tutta la filiera turistica, dati aggiornati a luglio 2012).



Nel 2010 è ideatore e fondatore de il Club delle Teste Pensanti community formata da 82 (dato aggiornato a luglio 2012) top manager, imprenditori e opinion maker, rappresentanti tutti i comparti della filiera turistica: compagnie aeree e GDS, catene alberghiere e tour operator, network e OLTA, oltre ad associazioni di categoria ed università. La community (cui si accede solo per cooptazione) è presente su LinkedIn e si riunisce in occasione di meeting riservati e a invito, denominati Focus on..., organizzati mensilmente a Roma e a Milano: da maggio 2010 a luglio 2012 ne sono stati programmati 19 (17 a Milano, 2 a Roma), con la partecipazione complessiva di 355 colleghi. **Il Club delle Teste Pensanti punta a essere il primo think tank turistico italiano.**

Il documento è curato da SL&A turismo e territorio

Responsabile Michela Valentini

Coordinamento scientifico:

Stefano Landi

Il lavoro è stato condotto da

Diego Albanese, Roberto Mazzà, Daniela Pennini, Fabiana Rossetti

