

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

XII Edizione

Report Finale

Ottobre 2018

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: 20 anni contro	pag.	3
1. Di chi è la responsabilità?	pag.	4
2. Un aggiornamento sul contributo dei Tour Operator	pag.	6
3. La sensibilizzazione delle OTA e di altri soggetti	pag.	8
4. Venti anni di Buone pratiche	pag.	11
5. Comunicazione alle imprese di settore	pag.	16
6. Azione di lobbying istituzionale	pag.	22

CREDITS

INTRODUZIONE: 20 ANNI CONTRO

In questi ultimi 12 anni di report e analisi dell'Osservatorio nazionale circa l'applicazione della Legge 269/98 e del Codice di Condotta recepito il 19 luglio 2003 dal CCNL del Turismo, il mondo, anche e soprattutto quello del turismo, è cambiato ad una velocità vertiginosa.

Ancor di più si è evoluto alla luce del fatto che il quadro normativo -sul tema della lotta al turismo sessuale con minori- in Italia ha iniziato il suo corso 20 anni fa, potendo ora contare su strumenti che all'epoca non erano ancora a disposizione. Eppure, e purtroppo, i fenomeni della prostituzione e dello sfruttamento sessuale minorile non sono certo fenomeni nuovi, generatisi nei giorni nostri.

Nell'anniversario dell'uccisione di Padre Pino Puglisi¹ è bene ricordare una sua dichiarazione, a testimonianza di un fenomeno diffuso e non sempre così lontano, geograficamente e temporalmente, come si immagina. Un fenomeno che, oltre ad avere radici culturali, muove miliardi di dollari in tutto il mondo.

"Il primo dovere a Brancaccio è rimboccarsi le maniche. E i primi obiettivi sono i bambini e gli adolescenti: con loro siamo ancora in tempo, l'azione pedagogica può essere efficace. Ma già a quell'età non è semplice, perché tanti bambini sono costretti a lavorare o a rubare. E tante bambine vengono costrette a fare di peggio, perché esistono nel quartiere anche casi di prostituzione minorile"².

Già allora si predicava e praticava quindi l'azione pedagogica come azione di contrasto, e da allora si pratica la sensibilizzazione come strumento a supporto della Legge, l'impegno di tutti i soggetti coinvolti nel mondo del turismo, e non solo, come responsabilità condivisa di prevenzione e opposizione al fenomeno.

La Legge 269/1998, la Legge 38/2006, la Direttiva UE 93/2011 cercano di contrastare i flussi di turisti italiani (e comunitari) che si rendono colpevoli di tali crimini ma, come spesso accade per gli strumenti normativi, la semplice comunicazione dei loro principi non è sufficiente a far conoscere e a contrastare.

¹ Padre Pino Puglisi fu ucciso dalla mafia il 15 settembre 1993, a Brancaccio-Ciaculli, nel giorno del suo 56° compleanno

² Si conferma anche così un certo endemismo, già fortemente diffuso nei paesi "vittime"

1. Di chi è la responsabilità?

Se da un lato lo strumento normativo, almeno in Italia, è coerente con le necessità e gli obblighi morali di lotta al fenomeno, dall'altro non basta a mettere in campo tutte le azioni indispensabili per il suo contrasto e la sua risoluzione.

Le responsabilità ed i compiti divengono quindi condivisi. Tra chi? E come vengono concretamente svolti?

Da un lato coloro che controllano e monitorano l'applicazione della Legge, dall'altro gli attori del turismo, dall'altro ancora gli organi ed i soggetti territoriali, nella maggioranza dei casi all'estero, o che abbiano contatti con l'estero.

La Legge 38/2006 all'articolo 17 rispetto alla Legge 269/98 inserisce, dopo il comma 1:

"1-bis. E' istituito presso la Presidenza del Consiglio dei ministri - Dipartimento per le pari opportunità- l'Osservatorio per il contrasto della pedofilia e della pornografia minorile con il compito di acquisire e monitorare i dati e le informazioni relativi alle attività, svolte da tutte le pubbliche amministrazioni, per la prevenzione e la repressione della pedofilia. A tale fine è autorizzata l'istituzione presso l'Osservatorio di una banca dati per raccogliere, con l'apporto dei dati forniti dalle amministrazioni, tutte le informazioni utili per il monitoraggio del fenomeno. (...)".

L'organismo sarebbe strategico ai fini dello studio e del monitoraggio del fenomeno, in particolare per il suo compito fondamentale di acquisire dati e informazioni a livello sia nazionale che internazionale sulle attività svolte in ambito prevenzione, repressione e strategie di contrasto. Inoltre predispone il Piano nazionale di prevenzione e contrasto dell'abuso e dello sfruttamento dei minori³.

Il Piano⁴ si articola in quattro aree strategiche:

1. Prevenzione
2. Protezione delle vittime
3. Contrasto dei crimini
4. Monitoraggio del fenomeno

Per ogni area sono individuati obiettivi e azioni specifiche che fanno riferimento a interventi di tipo legislativo, di tipo amministrativo, di sviluppo e di potenziamento dei servizi e delle progettualità, a azioni dirette, anche sul mondo del web.

³ Il Piano costituisce parte integrante del Piano nazionale per l'infanzia e l'adolescenza, a sua volta predisposto dall'Osservatorio nazionale per l'infanzia e l'adolescenza

⁴ Il Piano a disposizione è quello del triennio 2015-2017. Non ne risultano di successivi

La scheda n. 7, dell'area strategica "prevenzione", ha l'obiettivo di "promuovere l'applicazione della legge 38/2006 per quanto concerne le azioni che i tour operator devono porre in essere e sensibilizzare gli operatori della filiera turistica sul fenomeno del turismo sessuale, dell'abuso e sfruttamento sessuale dei minori". Le sei azioni della scheda vanno nella direzione di coinvolgere sia i soggetti istituzionali che non, e tra queste alcune azioni, di seguito riportate, potrebbero divenire più operative di altre.

Elaborazione di Linee Guida e diffusione delle buone pratiche degli operatori turistici che attuano specifiche iniziative di promozione e sostegno a campagne contro lo sfruttamento dei minori e per lo sviluppo economico e sociale delle destinazioni a rischio

Destinatari dell'azione
Tour Operator
Agenzie di Viaggio
Compagnie aeree, società di gestione aeroportuali
Destination Management Organization

Esempi di intervento
Modello di disciplinare delle strutture ricettive, delle compagnie aeree, delle società di gestione aeroportuali, delle guide, etc
Modello di sensibilizzazione delle DMO per la promozione e la diffusione delle destinazioni che contrastano il fenomeno

Realizzazione di verifiche specifiche, con cadenza almeno annuale, sulle attività di tutti gli operatori della filiera turistica (...), dando visibilità ai soggetti "virtuosi" e creando, in tal modo, un effetto moltiplicatore in una logica di promozione e sensibilizzazione del contrasto allo sfruttamento sessuale dei minori nel turismo

Destinatari dell'azione
Operatori della filiera turistica
Turisti

Esempi di intervento
Costruzione database pubblico delle attività messe in campo per il contrasto del fenomeno

Elaborazione di materiale informativo, da diffondere anche in occasione degli eventi istituzionali di settore, al fine di promuovere, tra gli operatori turistici e i viaggiatori stessi, una serie di iniziative di sensibilizzazione e di comunicazione contro il turismo sessuale, da svolgersi anche nei Paesi esteri (...)

Destinatari dell'azione

Operatori della filiera turistica
--

Turisti

Esempi di intervento

Materiale informativo da allegare a documenti di viaggio (biglietti, voucher, etc)

Ci sarebbero quindi, almeno in linea teorica, indicazioni utili alla concreta applicazione delle normative, concepite ed indirizzate in un senso condivisibile.

Al di là dell'enunciato, quello che invece sembra essere mancato, e continua a mancare, è proprio il passaggio ad una azione pratica che porti a risultati misurabili. Un'assenza a cui, pur nei propri limiti, questo nostro Osservatorio tenta di porre un qualche rimedio, sia in termini comunicativi che di "invito all'azione".

2. Un aggiornamento sul contributo dei Tour Operator

In un mondo in continua evoluzione come quello dei tour operator e delle agenzie di viaggi, trasformatosi radicalmente negli ultimi 10 anni, fino a perdere un terzo dei primi 30 tour operator (come Teorema, Eurotravel, Rallo Viaggi, Orizzonti, I Viaggi del Ventaglio⁵), la Legge 269/98 non ha subito sostanziali modifiche senza tuttavia risolvere il problema, anzi.

Se infatti quando nel 1997 al primo e storico accordo con Astoi⁶ aderirono 53 Tour Operator per una campagna comunicativa contro il turismo sessuale, oggi i numeri sono cambiati. Di quei 53 Tour Operator, ben 20 sono stati acquisiti o hanno chiuso. Dei rimanenti nessuno (tranne uno particolarmente meritevole: Swan Tour), ha nella homepage del proprio sito riferimenti diretti alla Legge 269/98 o alla Legge 38/2006, ma in alcuni casi si limitano a riportarli nei cataloghi o nelle "Condizioni di Viaggio".

Facendo un paragone non troppo astratto, se da un lato i clienti sono diventati sempre più esigenti e attenti, finalmente anche in termini di accessibilità turistica⁷, dall'altro non si manifesta lo stesso interesse verso un tema così importante quanto complesso come il turismo sessuale con minori.

Ad esempio negli Italia Travel Awards⁸, giunti nel 2018 alla terza edizione, è stata appunto istituita la sezione "alla migliore esperienza senza barriere", oltre alla premiazione di una serie di categorie tra le quali "tour operator specialista preferito", "tour operator generalista preferito", "tour operator emergente preferito", "tour operator villaggista preferito", etc..

Il tema, invece, della lotta alla prostituzione e alla pornografia minorile stenta ad avere la giusta attenzione, anche solo in termini di valutazione dei parametri di gradimento nell'esprimere una preferenza piuttosto che un'altra verso i Tour Operator.

Non sono questi temi che possono essere comparati, ma certamente rappresentano più facce di una stessa medaglia: la sensibilità verso un turismo più giusto, sostenibile, etico.

Evidentemente il tema è ritenuto importante e considerato esistente solo dal punto di vista della sfera normativa, e questa considerazione porta a rinnovare la

⁵ Fonte: "I tour operator cambiano pelle" di Laura Dominici, Sole24ore online – 22 marzo 2017

⁶ Associazione Tour Operator Italiani

⁷ "Accessibilità" come attitudine a venire incontro alla domanda turistica di persone con bisogni speciali

⁸ Oscar del Turismo, che nel 2018 hanno premiato i vincitori di 37 categorie, decretati da quasi 23 mila votanti divisi tra agenti di viaggio, operatori del settore e viaggiatori.

necessità di sensibilizzare gli attori del mondo del turismo, ognuno per le sue competenze e funzioni.

I tour operator, nel dover garantire cataloghi di viaggio che rispettino le norme contro lo sfruttamento della prostituzione, della pornografia e del turismo sessuale minorile, anche a mezzo internet, sono chiamati a rafforzare il messaggio comunicativo, sia verso l'interno ovvero tutti i soggetti coinvolti nella costruzione del pacchetto di offerta, sia verso l'esterno ovvero verso i propri clienti.

Considerando quindi i numeri di coloro che riportano -in qualche forma anche revondita- la dicitura obbligatoria "La legge italiana punisce con la reclusione i reati concernenti la prostituzione e la pornografia minorile, anche se commessi all'estero", ovvero solo poco più del 50%⁹ dei Tour Operator italiani, il primo compito da assolvere è proprio in ambito informativo e comunicativo.

Anche a questo riguardo, nel presente Report è stato aggiornato il database di analisi dei siti dei Tour Operator operanti in Italia e che organizzano viaggi all'estero¹⁰.

Rispetto al database delle precedenti edizioni del Report sono stati confermati 115 Tour Operator ed inseriti ulteriori 65. Nel computo totale tra conferme, cancellazioni e nuovi inserimenti il database a disposizione è di 180 Tour Operator, dei quali sono stati analizzati i portali ai sensi della comunicazione obbligatoria che dovrebbero riportare.

I risultati sono che il 59%¹¹ dei Tour Operator inserisce nel Catalogo o nelle Condizioni di viaggio la dicitura obbligatoria, ma nessun operatore, tranne 3, la riporta nella home page del sito, e la dichiarazione è resa soprattutto ai sensi della Legge 38/2006.

Appena il 2% dei Tour Operator si pone dunque in prima linea, in maniera palese, nella lotta al fenomeno del turismo sessuale in danno di minori. O, meglio, appena il 2% applica correttamente le disposizioni di legge.

⁹ Fonte: SL&A da elaborazione 2018

¹⁰ Fonte: Annuario GIST 2018 – Gruppo Italiano Stampa Turistica

¹¹ Il precedente dato era 52%

3. La sensibilizzazione delle OTA e di altri soggetti

Le **OTA**, ormai la principale modalità di prenotazione viaggi e certamente di informazione al riguardo, basano il loro servizio sull'ampiezza dell'offerta e la facilità di prenotazione, motivi per i quali questa modalità di disintermediazione turistica non garantisce sempre la tutela dei clienti e, in questo caso, delle destinazioni.

La quota dei viaggi prenotati online incide circa per il 46% in Europa e il 44% a livello mondiale¹², con incrementi di fatturato annuali che non conoscono battute d'arresto, togliendo ai canali tradizionali quote crescenti di controllo dell'offerta e della domanda, oltre che dell'influenza sulla pianificazione del viaggio.

In questo scenario sempre più fluido, le OTA devono per forza essere considerate un altro dei soggetti responsabili di una corretta informazione e comunicazione sulla tematica della lotta allo sfruttamento sessuale dei minori.

Le homepage dei portali delle OTA analizzati (58) mantengono una bassa percentuale di interesse al tema, anche in questo caso solo il 2%. Il 25% riporta nelle proprie note legali il riferimento al divieto di produrre e/o pubblicare per mezzo del sito, tra le altre cose, materiale osceno e pornografico, ma senza alcun riferimento allo sfruttamento minorile.

Un ulteriore approfondimento può essere effettuato sui portali delle Destination Management Company (**DMC**) estere con sede in Italia, che sono elencate nella sezione annuario del portale web dell'Agenzia di Viaggi¹³. Queste sono soggetti privati che si occupano di *incoming* e che hanno un rapporto diretto con gli attori nelle destinazioni da loro offerte. Le DMC infatti non propongono singoli servizi ma costruiscono un'offerta integrata in funzione della destinazione e delle esigenze del territorio e dei suoi stakeholders. La loro analisi è utile perché tra le destinazioni da loro proposte spesso compaiono anche Paesi "vittime" del fenomeno della prostituzione e dello sfruttamento sessuale minorile.

Da una prima analisi emerge che nessuna DMC riporta in homepage la dicitura obbligatoria, non forniscono catalogo online (anche perché spesso la composizione dell'offerta è *tailor made*) e pochissime riportano le condizioni di viaggio, sempre in inglese. Inoltre le DMC che pubblicano una propria linea di "Corporate Social Responsibility" non fanno accenno alla lotta alla prostituzione

¹² Fonte: Phocuswright 2018

¹³ ww2.lagenziadiviaggi.it/annuario/elenco.php?res_start=40&

e allo sfruttamento sessuale minorili, mentre si dichiarano attente ai principi di sostenibilità, alla lotta alla povertà, ed a progetti di istruzione.

Nella difficoltà di includere i vari soggetti all'interno di un sistema di regolamentazione, è quindi maggiore il rischio di mancanza di monitoraggio e verifica delle corrette condotte normative.

Infine le **ISTITUZIONI**: La scheda n. 16 del Piano nazionale di prevenzione e contrasto dell'abuso e dello sfruttamento dei minori, la quale ha l'obiettivo di "rafforzare il contrasto ai reati sessuali ai danni di bambini e adolescenti perpetrati all'estero da cittadini italiani", prevede una serie di coordinamenti e collaborazioni transnazionali con soggetti istituzionali e di polizia per la stipula di protocolli operativi di cooperazione in tema di attività investigativa e procedibilità d'ufficio.

Di queste intese operative non si ha un quadro preciso, restando di competenza delle Forze di Polizia, ma comunque questo nostro report vuole essere il primo passo per rendere operativa un'azione congiunta, comune e convinta di contrasto al fenomeno, accerchiandolo ed attaccandolo "senza se e senza ma".

4. Venti anni di buone pratiche

Si ritiene utile proporre qui di seguito una sintetica cronologia di quanto è stato possibile reazizzare e/o di quanto spontaneamente i vari soggetti di sistema hanno sviluppato a partire dall'approvazione della L. 269/1998.

Questo vale sia come memoria storica, che come esempio di quanto avrebbe potuto venire comunicato, ampliato e generalizzato in particolare da parte dei soggetti istituzionali a ciò preposti:

- **il Dipartimento per le Pari Opportunità istituito presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri e**
- **l'Autorità garante per l'infanzia e l'adolescenza (AGIA).**

20 ANNI DI BUONE PRATICHE

1999 - 2001

Tipologia: Campagna di comunicazione e sensibilizzazione «Toys»

Ente/i promotore/i: Terre des Hommes Deutschland

Attività: video-spot trasmesso sui voli intercontinentali Alitalia e Lufthansa, sulle reti televisive RAI, La 7, Mediaset, nei circuiti cinematografici nazionali, negli spazi di competenza della SEA (Società Esercizi Aeroportuali, ha in gestione il sistema aeroportuale milanese) e nella rete della metropolitana milanese; realizzazione di un sito web www.child-hood.com

2003

1)

Tipologia: Campagna di comunicazione e sensibilizzazione *“Un bambino non è un souvenir”*

Ente/i promotore/i: ECPAT Italia Onlus

Attività: concorso rivolto agli studenti delle scuole secondarie di II grado di Roma e Provincia, per la creazione di un sito web, un fumetto, una vignetta o uno slogan radiofonico contro il turismo sessuale in danno di minori. Sponsor la società Virgin, che ha messo in palio due biglietti A/R per Amsterdam. Vincitore un sito web realizzato da una studentessa di quattordici anni, Claudia del Vescovo, del liceo “L. A. Seneca” di Roma.

2)

Tipologia: Formazione ed educazione personale nei Paesi di destinazione

Ente/i promotore/i: I Viaggi del Ventaglio, tour operator associato AsTOI

Attività: due seminari per la formazione del personale chiave in un albergo della Repubblica Dominicana. Sono stati invitati ai corsi di formazione anche i fornitori di servizi, gli esponenti delle forze dell'ordine, delle forze politiche e delle istituzioni accademiche nonché delle comunità vicine. I risultati sono stati la redazione e l'applicazione di un codice di comportamento adottato anche dalle associazioni nazionali di albergatori e ristoratori della Repubblica Dominicana. Per quanto riguarda l'impegno istituzionale si evidenzia la produzione e la distribuzione, all'interno dell'aeroporto di Santo Domingo, di un avviso governativo (accanto a quello contro la droga) sulla legge dominicana contro la prostituzione minorile.

2005

Tipologia: Campagna di sensibilizzazione "*Stop sexual tourism*"

Ente/i promotore/i: Tremembè Onlus in collaborazione l'Assessorato alla Solidarietà Internazionale della Provincia Autonoma di Trentino, il Comune di Trento, l'Associazione degli Albergatori della Provincia di Trento e Trentino Arcobaleno

Attività: mostra fotografica composta da circa 70 opere dell'artista ROBSON OLIVEIRA, fotografo, film maker e designer. Materiale informativo della campagna diffuso prevalentemente via web.

2007

Tipologia: Campagna di sensibilizzazione "*Stop child sexual tourism*"

Ente/i promotore/i: Associazione internazionale di solidarietà Modena Terzo Mondo e Provincia di Rovigo

Attività: materiale informativo diffuso prevalentemente via web. La Provincia di Rovigo ha pubblicato il testo «*Per i diritti delle bambine adolescenti contro il turismo sessuale*».

2008

1)

Tipologia: Formazione ed educazione nei Paesi di destinazione del turismo sessuale. «Programma Repubblica Dominicana» per la prevenzione e l'eliminazione delle forme peggiori di sfruttamento dei minori e del turismo sessuale in danno dei minori

Ente/i promotore/i: Direzione Generale Cooperazione allo Sviluppo Italiana

Attività: Moduli formativi per le Municipalità di Boca Chica, Pedernales, Santo Domingo Oeste, La Romana, Dajabòn, Samaná.

2)

Tipologia: Formazione ed educazione per professionisti

Ente/i promotore/i: Istituto Diplomatico ed ECPAT Italia

Attività: moduli formativi rivolti al personale del Ministero degli Affari Esteri (MAE) destinati a prestare servizio in Paesi in cui il fenomeno del turismo sessuale viene rilevato anche in danno dei minori.

3) durata fino al 2011

Tipologia: Campagna di sensibilizzazione e formazione/educazione *"Offenders Beware"*

Ente/i promotore/i: ECPAT Italia in collaborazione con altre 4 sedi ECPAT europee (NL, D, A, F)

Attività: Brochure sul tema, training online e realizzazione del sito web www.viaggidanonfare.org

4)

Tipologia: Campagna di comunicazione e sensibilizzazione *"Se fosse tuo figlio - Insieme per un turismo responsabile"*

Ente/i promotore/i: Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo della Presidenza del Consiglio dei Ministri

Attività: Spot televisivi e spazi sulla stampa, quotidiani e settimanali.

2010

Tipologia: intervento di sistema

Ente/i promotore/i: Roma Capitale

Attività: Delibera del Consiglio di Roma Capitale n. 21 del 22 febbraio 2010 per l'approvazione del Codice di Condotta delle municipalità. Azioni di sensibilizzazione sul territorio romano, costituzione di un Tavolo interistituzionale con compito di verifica e monitoraggio sull'attuazione del Codice.

2011

Tipologia: Campagna di sensibilizzazione e formazione territoriale in Liguria e Piemonte *"ETTS – Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas e ao Turismo Sexual (Lotta alla tratta di persone e al turismo sessuale)"*

Ente/i promotore/i: Comune di Genova in collaborazione con Gruppo Abele

Attività: Volantini, formazioni e seminari

2012

1)

Tipologia: lobbying/advocacy progetto *"Safe Host"*

Ente/i promotore/i: Filcams CGIL

Attività: Comunicazione, formazione e istituzione del tavolo di dialogo sociale europeo del turismo, incoraggiando gli scambi e le sinergie tra gli attori sociali di tutta la filiera, a partire dalla condivisione di azioni per la lotta allo sfruttamento sessuale dei minori nel turismo e l'attuazione della Direttiva 2011/92/UE

2)

Tipologia: Campagna di comunicazione e sensibilizzazione *"Don't look away"*

Ente/i promotore/i: ECPAT Italia in collaborazione con altre ECPAT europee (F, LUX, NL, D, A) e SESI Brasile (Servizi Sociali per l'Industria)

Attività: Spot, seminari e comunicati stampa in occasione dei Mondiali di Calcio in Brasile

3)

Tipologia: Campagna di sensibilizzazione e incontri formativi pre Campionato Mondiale di Calcio in Brasile *"Un altro viaggio è possibile"*

Ente/i promotore/i: Demetra Onlus in collaborazione con ECPAT Italia Onlus e Fiab – Federazione Italiana Amici della Bicicletta

Attività: Seminari, percorsi collettivi in bicicletta www.fiab-onlus.it/altroviaggio.htm

2014

Tipologia: Impegno civico

Ente/i promotore/i: Associazione Nazionale Comuni Italiani (ANCI)

Attività: Invito del Presidente alla sottoscrizione del Codice di Condotta per le municipalità

2015

Tipologia: Campagna di sensibilizzazione e comunicazione *"Say No!"*

Ente/i promotore/i: Accor Hotels in collaborazione con Ecpat Italia

Attività: Comunicati stampa, campagna social, seminario

2016

1)

Tipologia: Campagna di sensibilizzazione *"Proteggiamo il futuro"*

Ente/i promotore/i: Ecpat Italia Onlus

Attività: NL, comunicazioni su stampa nazionale e web, produzione e distribuzione etichette per bagagli

2)

Tipologia: Campagna di comunicazione e sensibilizzazione *"Stop Turismo Sessuale. Amiamo i Bambini, Amiamoli Tutti"*

Ente/i promotore/i: Mete Onlus e Protea, Associazione per la Tutela dei Diritti dell'Uomo

Attività: Poster affissi all'interno dell'aeroporto "Falcone e Borsellino" di Palermo. Seminario.

2017

Tipologia: Campagna di sensibilizzazione *"Progetto Internazionale a Tutela dei Diritti Minorili nel Mondo"*

Ente/i promotore/i: Mete Onlus e Fiori d'acciaio Onlus

Attività: Poster e seminari

NB. Sebbene non abbiano realizzato iniziative specifiche sul tema dello sfruttamento sessuale dei minori in occasione di viaggi all'estero, si segnala l'impegno di realtà aziendali legate al settore Turistico-Alberghiero e dei trasporti quali Alitalia; SABRE; SITE; QUICKY; ACCOR Hotels; BCD Travel; Viaggi del Mappamondo.

5. Comunicazione alle imprese di settore

Come nelle passate edizioni dell'Osservatorio l'Ente Bilaterale Nazionale Turismo prosegue nella sua azione di sensibilizzazione nei confronti degli operatori turistici italiani, in particolare quelli dell'intermediazione tradizionale.

E' stata infatti nuovamente approntata una campagna ad hoc, sempre nell'ambito della collaborazione con Roberto Gentile creatore di Network News, uno dei più ascoltati blog di settore indirizzato a tutto il mondo dell'intermediazione italiana con oltre 15.000 indirizzi mail (www.network-news.it).



E' stato riconfermato il claim utilizzato nelle passate campagne di comunicazione, ma in questa edizione è stato dato risalto al fatto che "Nel 2018 La Legge in difesa dell'infanzia compie 20 anni".

Le DEM sono state indirizzate nello specifico ad un target profilato di:

- MEDIA, TESTATE, BLOG E FREELANCE
- COMPAGNIE AEREE
- AEROPORTI, HANDLING AGENT
- TOUR OPERATOR & DMC
- ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA
- NETWORK DI AGENZIE
- AGENZIE DI VIAGGI

Sono stati effettuati due invii delle DEM, in data 19 ottobre e 24 ottobre 2018. Nel prospetto che segue sono sintetizzati i risultati della campagna., dai quali emerge un numero di visualizzazioni importanti, soprattutto nel caso della mailing profilata.





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





6. Azione di lobbying istituzionale

Questa edizione dell'Osservatorio ha presposto una ulteriore azione di informazione e coinvolgimento delle realtà istituzionali.

Pur nel corso della ridefinizione del quadro istituzionale (come nel caso della transizione del Turismo dal MIBAC al MIPAAF), è stata organizzata una azione di sensibilizzazione e lobbying nei confronti dei principali soggetti istituzionali, da svolgersi mediante l'invio di una lettera (con allegato il rapporto), che informi sulla problematica e solleciti una rinnovata attenzione normativa.

Tale lettera è destinata in primo luogo:

- al Ministro con delega per il Turismo
- ai Presidenti delle Camere,
- al Dipartimento per le Pari Opportunità istituito presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri e
- all'Autorità garante per l'infanzia e l'adolescenza (AGIA).

BOZZA DI LETTERA

Gentile

Venti anni fa l'Italia è stata all'avanguardia nella lotta al turismo sessuale con minori, grazie alla Legge 269/1998.

Il principio è che lo sfruttamento sessuale di minori è un reato perseguibile in tutto il mondo, a prescindere da chi lo commetta, dove e con chi.

Quella iniziativa italiana è diventata un modello a cui nel tempo si sono ispirati sia l'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO), sia l'Unione Europea nel suo insieme, che ne ha fatto oggetto di una Direttiva vincolante ed ora applicata da tutti i Paesi Membri.

Ora quella Legge ma soprattutto quei principi languono: lo stesso obbligo di informazione ai turisti è praticamente disatteso.

L'Ente Bilaterale Nazionale del Turismo (EBNT) -che associa Imprenditori e Sindacati di settore- ha fatto propria questa sacrosanta battaglia, inserendola nel Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro, e seguendo l'evoluzione del fenomeno mediante un Osservatorio, giunto alla Dodicesima edizione, che si allega.

Con la presente siamo a richiamare l'esigenza di una rinnovata attenzione e, se del caso, di un adeguamento normativo, che sia in grado di rispondere alle mutate condizioni del mercato turistico, in particolare quelle rese possibili dallo sviluppo delle nuove tecnologie.

Su questo tema siamo a confermare tutta la nostra disponibilità a fornire i dati e le informazioni raccolte, e a produrre i suggerimenti che scaturiscono dall'osservazione della realtà.

Il Presidente EBNT

Stefano Franzoni

Il documento è curato da SL&A turismo e territorio

Responsabile Michela Valentini

Coordinamento scientifico:

Stefano Landi

Il lavoro è stato condotto da

Roberto Mazzà, Maria Novella Sbaraglia

Si ringrazia ECPAT Italia per la collaborazione