



ASSOCIAZIONE ECORIENTARSI

Studio sul turismo lgbt: dal superamento dei pregiudizi ad una nuova interessante possibilità per il turismo piemontese!

Cos'è il Turismo LGBT?

Il turismo "lgbt" è rivolto a persone gay, lesbiche, bisessuali, transessuali o cosiddette "friendly" che amano viaggiare per apprezzare le bellezze di un territorio, la sua storia, la sua cultura e le emozioni che questo suscita, senza portarsi dietro il pesante fardello di una discriminazione e/o di un clima ostile.

Come direzione nell'industria turistica, il turismo lgbt ha assunto un certo rilievo negli ultimi anni, dal momento che sono sorti anche in Italia come nel resto del Mondo agenzie di viaggi, tour operator, linee di crociere e voli aerei, enti turistici nazionali o regionali che si sono rivolti a questa utenza in modo esclusivo o come una delle tante diversificate nicchie di mercato.

Secondo le statistiche la considerevole percentuale del 10% dei turisti che varcano i confini nazionali sono gay o lesbiche: milioni di persone in tutto il mondo che rivestono un importante segmento di mercato destinato ad evolversi ed ampliarsi come diretta conseguenza di una ritrovata inclusione sociale e di una sana voglia di vivere il turismo apertamente come una qualunque altra compagine della propria vita e del proprio rapporto con gli altri e con il territorio.

Questo flusso turistico può apparentemente essere fatto coincidere esclusivamente con le grandi manifestazioni costituite dalle marce dei Pride, oppure come affluenza ad eventi meno visibili quali il Festival del Cinema Gay o ad uno dei tanti tornei sportivi organizzati dalle associazioni sportive (pallavolo, tennis, ecc...) Tuttavia quello che spesso si ignora è che non sono questi eventi il solo volano di attrazione turistica quanto, specie nel caso del Piemonte e dell'Italia tutta, proprio un turismo ricercato e colto, condito abbondantemente di enogastronomia, di benessere/relax, di attività sportive strutturate (quali lo sci e gli sport invernali) ma anche di itinerari in bicicletta e pellegrinaggi nelle tante mete mistiche e religiose del territorio (dal Sacro Monte di Varallo al Santuario di Oropa).

Storicamente l'Italia è stata una delle principali mete del turismo omosessuale maschile di fine Ottocento e inizio Novecento, anche grazie all'assenza di leggi antiomosessuali presenti invece in altre parti d'Europa. Località come Capri, Taormina e Venezia dovettero molto del loro successo turistico alla tolleranza con cui accolsero anche i viaggiatori omosessuali dell'epoca.

Per motivi culturali e religiosi, in Italia il turismo gay non è affatto valorizzato dagli enti preposti, anzi nel decennio scorso si è assistito al deliberato allontanamento dei villeggianti lgbt da alcune rinomate località della penisola.

Oggi il turismo gay in Italia è prevalentemente un fenomeno urbano, privo di coordinamento e promozione congiunta all'estero (al contrario di quanto accade per molte delle metropoli europee). Questo riguarda principalmente città come Milano (la conurbazione italiana con la maggior

Via Montevecchio 21/8 10128 Torino tel 349 5294494 c.f. 97685940013

<http://eco-orientarsi.org> info@orientarsi.org



ASSOCIAZIONE ECORIENTARSI

concentrazione di locali a tema o friendly) e Roma (grande meta turistica di per sé, ma che da molti anni organizza una manifestazione come il Gay Village, entrata di diritto a far parte degli eventi principale dell'estate capitolina). D'estate si fanno strada anche le mete balneari orientate al turismo omosessuale quali la Versilia in Toscana e si inizia ad assistere ad alcune timide iniziative da parte di regioni italiane come le Marche.

Perché il Piemonte?

Il Piemonte è una regione in cui convivono a stretto contatto molteplici eccellenze turistiche, non molto note al turismo nazionale e neppure a quello internazionale, e come ci ricordano amaramente alcuni specifici studi di settore, praticamente sconosciute alla base, cioè ai soggetti che potrebbero fruire di queste attrattive. Proprio il periodo post-olimpico è stato per la nostra regione un momento di intenso confronto su quale fosse la nuova immagine di Torino e del Piemonte a seguito del grande evento sportivo. Quello che è emerso è che il Piemonte ha fatto notevoli passi avanti spostando la percezione comune di sé dal concetto di grigiore e rigore industrial/sabaudo a quello di una città dinamica e divertente, ma questo messaggio paradossalmente è passato più all'estero che nella stessa Italia; resta celebre e un po' amaro il detto "l'80% degli italiani crede che Torino sia una città triste, il restante 20% c'è stato". Insomma, gli sforzi degli ultimi anni sono stati encomiabili, ma ora bisogna perseverare e suscitare nei cittadini la volontà di visitare il Piemonte "almeno una volta nella vita" così come succede per città come Roma e Venezia.

Un buon modo per riuscirci è rivolgersi a target specifici e pertanto circoscrivibili evidenziando le peculiarità del territorio in quel campo, quali ad esempio l'apertura e la tolleranza per l'utenza lgbt. Tornando allo specifico piemontese poi le sue bellezze non si prestano ad un turismo di massa "modello Rimini", ma proprio le caratteristiche dell'utenza gay e lesbica rendono la nostra regione la meta ideale per un turismo di fascia medio-alta, per lo short break sul modello del "romantico weekend a Parigi" o per un utenza interessata all'abbondante presenza di eventi folkloristici di richiamo che si susseguono nell'anno. L'offerta territoriale è pressoché completa, dal Monte Rosa ai Laghi, passando attraverso divertimento metropolitano, shopping, benessere, sport fino ad arrivare all'eccellenza enogastronomica senza dimenticare ovviamente il perno costituito dal ricco substrato culturale.

Cosa proponiamo?

Un buono strumento di promozione di queste risorse verso questo target è proprio la creazione pratica di un certo numero di itinerari modulari e la loro sponsorizzazione e offerta sui circuiti turistici di tutto il mondo, riuscendo nello sforzo di una comunicazione congiunta efficace che copra sufficientemente e adeguatamente questa importante fascia d'utenza.

La nostra associazione si propone, avvalendosi di esperti operatori turistici specializzati nell'incoming e della collaborazione con le realtà lgbt locali e nazionali, di studiare questo fenomeno, di creare gli strumenti di lavoro degli operatori turistici (gli itinerari appunto) che siano

Via Montevecchio 21/8 10128 Torino tel 349 5294494 c.f. 97685940013

<http://eco-orientarsi.org> info@orientarsi.org



ASSOCIAZIONE ECORIENTARSI

utili a tutti gli attori in campo in questo settore per spalancare le porte della nostra bella regione ad un turismo per noi ancora poco conosciuto.

Al termine della fase di studio e della creazione di un congruo numero di itinerari l'associazione si propone di organizzare uno o più convegni di respiro almeno nazionale rivolto agli operatori del settore turistico piemontese e non per illustrare i risultati dando una tangibile spinta all'interesse o almeno alla conoscenza di questo settore.

I risultati di questo studio inoltre sarebbero la struttura portante di uno spazio di confronto online (verosimilmente un sito web di fruibilità internazionale e multilingue) che fungerà da punto di incontro e di scambio di opinioni ed idee sul settore, e rimarrà come strumento dinamico di generazione e risoluzione in tempo reale di problemi al fine di creare in tempi brevissimi soluzioni ad hoc per un mercato in evidente crescita.

In un secondo tempo l'associazione si proporrà, ricca dell'esperienza maturata con lo studio eseguito, come punto di riferimento italiano e internazionale per gli addetti del settore turistico indirizzati a rivolgersi all'utenza Igbt interessata al Piemonte ma anche per i fruitori diretti di qualsivoglia risorsa turistica della Regione.

Un ultimo appunto, sebbene sia ancora tutto a livello di bozza, sarebbe essenziale essere preparati ad accogliere questa utenza nell'eventuale vittoria di Torino come città candidata ad ospitare l'EuroPride del 2011 nel pieno delle già spettacolari manifestazioni per Italia150, che secondo le stime degli organizzatori mirerebbero da sole a portare sotto la mole la considerevole cifra di 7/8 milioni di visitatori nell'anno di celebrazioni.