



CARTA DEI VALORI

“VIA ITALIANA” Rete Solidale per il Turismo di precisione

1. Il Turismo è intrinsecamente sociale, perché genera Bene Comune abilitando la crescita di persone e di comunità; si basa sull'insieme delle doti di accoglienza e di scambio proprie della nostra cultura, da arricchire e modernizzare attraverso la formazione e la tecnologia digitale.
2. È “elitario ma per tutti”: l'Italia è un giacimento diffuso, aperto a un turismo di incontro e di qualità, che educi e non massifichi; parteciparvi significa affinare le proprie attese e capacità, non semplicemente trovare la proposta adatta ai propri attuali bisogni.
3. È uno strumento di sistema, realizza una visione euromediterranea e multisettoriale, perché esalta la peculiarità italiana come prodotto delle dinamiche che nei millenni l'hanno determinata in tutte le sue dimensioni; dunque richiede il contributo di tutti gli interlocutori istituzionali, all'interno di una più armoniosa articolazione delle competenze (Ministeri del Turismo, Infrastrutture e Trasporti, Agricoltura, Beni Culturali, Esteri, Amministrazioni locali, Fondazioni).
4. È “di precisione”, iperefficace, etico: Big Data e Intelligenza Artificiale sono i fattori determinanti del processo. Consentono di individuare il cliente e di combinare il suo profilo con ogni singolo elemento significativo dei territori e della cultura, secondo una logica iperselettiva “da infinitamente piccolo a infinitamente piccolo”. Grazie a questo, si può passare dalla tradizionale logica pull a quella push, che non attende i turisti ma individua, promuove e stimola i loro interessi potenziali. L'ispirazione al Bene Comune impone il rigoroso rispetto della segretezza del dato personale.
5. Garantisce la tutela della proprietà dei dati: i dati rimangono rigorosamente di proprietà dell'ente che li ha generati nel tempo. Vengono anonimizzati per garantirne la segretezza; transitano attraverso un database centrale al fine di essere analizzati, arricchiti e poi restituiti all'ente.
6. Ha per finalità il bene comune: secondo i principi del nonprofit, realizza sui territori un vantaggio per la collettività in termini di redistribuzione delle risorse, capacitazione, occupazione di qualità, riduzione dei gap di genere, pieno esercizio della cittadinanza; si impegna pertanto a essere misurato sulla base della sostenibilità economica e del raggiungimento di milestone di impatto, anche nella prospettiva dell'assegnazione di risorse pubbliche e private.
7. È sostenibile in senso completo: non basta oggi rispettare il principio di sostenibilità nelle dimensioni “Ambiente” (da lasciare in condizioni migliori di come lo si trova) e “Sociale” (coesione, redistribuzione, produzione di bene comune). Il turismo in Italia deve promuovere una “Sostenibilità Culturale” fondata su più valori: l'educazione come abilitazione cognitiva, la formazione digitale, l'eccellenza del servizio, la capacità di trasferire l'Italian human touch, le tradizioni come strumento delle identità comunitarie, il ruolo formativo delle culture e dei patrimoni, la preparazione delle nuove generazioni alle digital humanities.

8. È fondato su relazione e cittadinanza: il turista è un cittadino in movimento e non un consumatore; contribuisce alla crescita della comunità locale attraverso i bisogni e le attese che esprime. Vanno formate, tramite un apposito “disciplinare”, comunità accoglienti in grado di creare legami stabili. Vanno garantite la formazione e l’inclusione digitale delle stesse comunità accoglienti, con l’intento di valorizzare il capitale umano e di offrire prospettive ai territori. Nel rapporto tra periferia e centro si deve prevedere la nascita di promotori dello sviluppo e di laboratori di comunità che coinvolgano abitanti e visitatori creando legami stabili, nonché la disseminazione delle buone pratiche, sostenuta dall’informazione e dalla formazione.
9. È autenticamente italiano: sia perché si ispira a un Italian human touch -l’idea di accoglienza e convivialità che è riconosciuta universalmente alla nostra cultura- sia perché per realizzarlo concorrono capacità progettuali, di servizio, finanziarie, tecnologiche del più alto livello tutte espresse dal Paese.
10. Si basa sulla condivisione: nella nuova idea di turismo l’attenzione si sposta dal livello manutentivo del patrimonio al destino comune di un Paese e di tutte le comunità che lo formano: il passaggio da I care a I share rappresenta la missione stessa del Terzo Settore; nell’azione esterna questo si esprime attraverso la reinterpretazione delle aree minori in sinergia con le maggiori.
11. Il Comitato Via Italiana al proprio interno segue un’ottica inclusiva e solidale; chi aderisce valorizza il proprio patrimonio di esperienze, metodi, contenuti, dati per aumentare la forza della proposta comune e per accelerare la digitalizzazione di ciascuno. Sono principi non rinunciabili il coinvolgimento del massimo numero di nuovi aderenti e una governance democratica alla quale tutti i soggetti partecipano paritariamente.