



TURISMO e Psicologia

Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione

**LE RICERCHE/SPERIMENTAZIONI DI TURISMO ESPERIENZIALE “NONNI E NIPOTI”:
COSTRUIRE, VIVERE E DIFFONDERE L'AUTENTICA INTERGENERAZIONALITÀ**

Antonietta Albanese^a, Francesca Andronico^b, Elena Bocci^c e Tiziano Felici^d

^a (già) Università degli Studi di Milano; anto.alba@icloud.com; antonietta.albanese@unimi.it

^b Acli Provinciali di Viterbo Aps; dr.andronicof@gmail.com

^c Sapienza Università di Roma; elena.bocci@uniroma1.it

^d Università Mercatorum; felicitiziano3@gmail.com

LE RICERCHE/SPERIMENTAZIONI DI TURISMO ESPERIENZIALE “NONNI E NIPOTI”: COSTRUIRE, VIVERE E DIFFONDERE L'AUTENTICA INTERGENERAZIONALITÀ

RIASSUNTO:

L'A.R.I.P.T.Fo.R.P. (Associazione Ricerche Interdisciplinari Psicologia del Turismo-Formazione, Ricerca, Progettualità) è impegnata nella ricerca di nuove forme di turismo che abbiano una ricaduta positiva sui soggetti partecipanti, sia dal punto di vista individuale, in termini di conoscenza di sé e dell'altro, quanto sull'aspetto sociale e culturale attraverso l'attenzione volta alla valorizzazione del territorio, al rispetto e alla conservazione dell'ambiente naturale circostante. Le ricerche/sperimentazioni che l'Associazione propone non si limitano a gettare i presupposti teorici su un possibile sistema alternativo di turismo, ma sperimentano, attraverso progetti e proposte operative, l'impatto che forme innovative di turismo possono avere sul benessere della persona e sulla consapevolezza di quanto determinati comportamenti possano incidere in maniera significativa sulla vita reale e sull'ambiente che ci circonda. Una delle più recenti proposte, pone l'attenzione sul turismo esperienziale, che si declina in prospettiva intergenerazionale.

Si tratta dunque di una forma di turismo alternativo, ampiamente collaudata, che è ormai giunta a Viterbo alla 22° edizione. Il termine “Nonni e nipoti” richiama un ambiente accogliente dal punto di vista affettivo, simile a quello familiare, anche se in realtà non esistono legami di parentela tra i partecipanti; nasce infatti come occasione di incontro e confronto tra le diverse fasce d'età.

Parole chiave: psicologia del turismo, rapporti intergenerazionali, comunicazione intergenerazionale.

“GRANDPARENTS AND GRANDCHILDREN” EXPERIENTIAL TOURISM RESEARCH AND PILOT PROJECTS: BUILDING, EXPERIENCING, AND SPREADING AUTHENTIC INTERGENERATIONALITY

ABSTRACT:

A.R.I.P.T.Fo.R.P. (Association for Interdisciplinary Research in Tourism Psychology - Training, Research, Planning) is committed to exploring new forms of tourism that have a positive impact on participants, both individually, in terms of self-awareness and understanding of others, and socially and culturally, through a focus on enhancing the local area and respecting and preserving the surrounding natural environment. The research and experiments proposed by the Association go beyond laying the theoretical foundations for a possible alternative tourism system. They also explore, through projects and practical proposals, the impact that innovative forms of tourism can have on individual well-being and on the awareness of how certain behaviors can significantly impact real life and the surrounding environment. One of the most recent proposals focuses on social tourism, which is developed from an intergenerational perspective.

This is therefore a widely tested alternative form of tourism, now in its twenty-second year (in Viterbo). The term "Grandparents and Grandchildren" evokes a welcoming, emotionally connected environment, similar to a family, even though there are no actual family ties between the participants; it was created as an opportunity for different age groups to meet and exchange ideas.

Keywords: psychology of tourism, intergenerational relations, intergenerational communication.

Introduzione

L'A.R.I.P.T.Fo.R.P. (Associazione Ricerche Interdisciplinari Psicologia del Turismo-Formazione, Ricerca, Progettualità) è impegnata nella ricerca di nuove forme di turismo che abbiano una ricaduta positiva sui soggetti partecipanti, sia dal punto di vista individuale, in termini di conoscenza di sé e dell'altro, quanto sull'aspetto sociale e culturale attraverso l'attenzione volta alla valorizzazione del territorio, al rispetto e alla conservazione dell'ambiente naturale circostante. Le ricerche/sperimentazioni che l'Associazione propone non si limitano a gettare i presupposti teorici su un possibile sistema alternativo di turismo, ma sperimentano, attraverso progetti e proposte operative, l'impatto che forme innovative di turismo possano avere sul benessere della persona e sulla consapevolezza di quanto determinati comportamenti possano incidere in maniera significativa sulla vita reale e sull'ambiente che ci circonda. Una delle più recenti proposte, pone l'attenzione sul turismo esperienziale, che si declina in prospettiva intergenerazionale.

Si tratta dunque di una forma di turismo alternativo, ampiamente collaudata, che è ormai giunta alla 22° edizione, molto aperta all'innovazione. Il termine "Nonni e nipoti" richiama un ambiente accogliente dal punto di vista affettivo, simile a quello familiare, anche se in realtà non esistono legami di parentela tra i partecipanti; nasce infatti come occasione di incontro e confronto tra le diverse fasce d'età. Il turismo intergenerazionale crea l'opportunità di conoscere l'altro sotto un'ottica differente da quella che può instaurarsi nell'ambiente familiare, fornendo un contesto favorevole alla trasmissione di valori culturali e sociali, al contatto con culture differenti e a relazioni intergenerazionali basate sul processo di reciproco insegnamento/apprendimento. La vacanza intergenerazionale è un'occasione di esplorazione socio-culturale e ambientale in cui i luoghi visitati si arricchiscono dei racconti e delle testimonianze degli abitanti narratori di comunità, in cui rivivono le tradizioni e la storia locale attraverso la viva voce dei "nonni" per essere acquisite e rielaborate dai "nipoti", per catturare immagini e racconti su cui riflettere e discutere insieme sulle esperienze vissute, in un continuo scambio di conoscenze che travalica le barriere generazionali e culturali, a favore del superamento di stereotipi e pregiudizi.

Presupposti teorici

La ricerca e le attività si basano su un modello multi-teorico ben strutturato (Albanese & Bocci, 2013), che comprende:

- La Teoria del Sé (Mead, 1934; Markus, 1977), che suggerisce l'esistenza di diversi tipi di sé (pubblico, privato, collettivo), la presenza, inoltre, di altri tipi di Sé che trovano espressione nel turismo intergenerazionale: un "*Sé passato*" rappresentato dai partecipanti più anziani, "*Un Sé presente*" costituito dal gruppo giovani, e un "*Sé Futuro*" emanazione e sintesi dell'incontro tra generazioni che conduce ad un Sé Futuro per la società.
- Gli Studi psicosociali, (Brown, 1997; Sherif, 1966; Tajfel, 1978, 1981), che mettono in risalto la tendenza a considerare positivamente gli appartenenti al proprio gruppo e ad attribuire tratti negativi a quanti non ne fanno parte o agli altri gruppi, contribuendo alla creazione di stereotipi.
- La Teoria delle Rappresentazioni Sociali (Moscovici, 1961/1976): la ricerca pone l'accento sulla familiarizzazione tra gruppi sociali diversi, giovani e anziani non legati da vincoli di parentela. Il programma previsto in diverse annualità va ad agire sulla relazione tra "rappresentazioni" e "pratiche", evidenziando soprattutto il ruolo delle pratiche nell'evoluzione delle rappresentazioni sociali. (Albanese & Bocci, 2009).

Contesti e cronologia delle ricerche/sperimentazioni

L'esperienza di turismo intergenerazionale, che coinvolge, da oltre 20 anni, differenti aree geografiche del nord Italia, si è estesa nel tempo al Lazio, alla Sardegna, alla Toscana conferendo al progetto carattere nazionale.

La vacanza si svolge in località che consentono interessanti passeggiate e la fruizione di beni culturali e ambientali; accoglienza e disponibilità alla collaborazione degli Enti e Associazioni territoriali favoriscono esperienze turistiche innovative e di qualità. Le principali sedi di svolgimento del turismo intergenerazionale sono le seguenti: Sfruz (TN) (Cattaneo, 2024), San Pellegrino Terme (BG) (Brignoli, 2016), Viterbo (cfr inter alia: Albanese & Bocci, 2018, 2019; Bocci, Varvaro & Albanese, 2023), Chiusi-Siena (2018). In particolare, dal 2002, a Viterbo, si sono organizzati e attuati progetti nell'ambito del turismo intergenerazionale denominati "Nonni e Nipoti".

Viterbo è una cittadina del centro Italia, situata a circa 100 km a nord di Roma. Circondata da un suggestivo ambiente naturale con laghi di origine vulcanica, acque termali e boschi che ospitano siti archeologici Romani ed Etruschi; è caratterizzata dalla forte impronta medievale che rivive sia nell'architettura della città quanto nelle

tradizioni religiose e folkloristiche che conferiscono al sito elementi di alto valore storico e culturale. Per le sue peculiarità e per la ricchezza di siti d'interesse turistico fornisce uno spazio favorevole allo scopo della ricerca.

In questo articolo si intende riportare i risultati principali della sperimentazione di turismo intergenerazionale che ha interessato la città di Viterbo e la provincia negli ultimi sei anni (2020-2025), con un focus sulla edizione più recente, svoltasi ad agosto 2025.

PERIODO	TITOLO	EDIZIONE
25.08.2020-30.06.2021	“In-con-triAmo” Ricerca/sperimentazione di Turismo Intergenerazionale	XVIII Edizione
28.01.2022-27.11.2022	Nonni e Nipoti “Nonni e Nipoti. Percorsi Intergenerazionali Valoriali e di Educazione Ambientale”	XIX Edizione
01.01.2023-31.12.2023	“Nonni e Nipoti tra Arte e Natura”	XX Edizione
01.01.2024-31.12.2024	“Nonni e Nipoti tra Natura e Tradizione”	XXI Edizione
01.01.2025-31.12.2025	“Nonni e Nipoti: Ri-generazioni”.	XXII Edizione

Tabella 1: Edizioni delle ricerche/sperimentazioni condotte a Viterbo e Provincia nel periodo 2020-2025.

L'esperienza di vacanza che viene monitorata è corredata da una serie di eventi che la precedono e la seguono durante tutto l'arco dell'anno. A titolo esemplificativo si riporta l'Allegato 1 che si riferisce agli eventi svolti a Viterbo e Provincia nel 2025.

Obiettivi di studio

Il turismo intergenerazionale è una forma di vacanza orientata alla promozione della crescita personale, di gruppo e sociale e che sollecita lo sviluppo della responsabilità nei confronti dell'ambiente in un contesto di vacanza, in linea con i principi del turismo responsabile.

I principali obiettivi sono i seguenti:

- sviluppare una rete di associazioni locali e istituzioni a supporto del turismo intergenerazionale;
- aumentare la reciproca conoscenza e comprensione tra i partecipanti di diversa età (“Nonni e Nipoti”) (Passafaro et al., 2017);
- promuovere conoscenza e consapevolezza dell'eredità e dell'identità locale e i principi della sostenibilità socio-culturale e ambientale.

Sintesi delle attività svolte con focus sul 2025

Nel corso del 2025 la città di Viterbo si è fatta promotrice di iniziative e progetti che hanno visto intrecciarsi i temi del turismo, del benessere psico-sociale, dell'inclusione sociale e dell'incontro intergenerazionale. In un'ottica di promozione del territorio e della comunità, i numerosi eventi calendarizzati hanno coinvolto attivamente cittadini di tutte le età, consolidando il ruolo del turismo come strumento di coesione sociale e crescita condivisa.

Il turismo esperienziale, infatti, si sta affermando come una modalità di viaggio orientata non solo alla scoperta del territorio, ma anche alla partecipazione attiva nella vita delle comunità ospitanti. In quest'ottica, gli eventi locali rappresentano un punto d'incontro tra residenti e visitatori, facilitando dinamiche di inclusione, benessere psicosociale, scambio culturale e rigenerazione urbana. L'Associazione ACLI Provinciali di Viterbo aps, attraverso una serie di iniziative sviluppate negli anni, ha proposto un calendario di eventi radicati nella cultura locale, ma aperti alla dimensione relazionale e partecipativa delle comunità. Gli eventi analizzati offrono uno spunto di riflessione sul ruolo della psicologia del turismo nell'ambito della coesione sociale e dello sviluppo sostenibile delle comunità locali.

Gli eventi hanno avuto come oggetto l'animazione di alcuni luoghi simbolo cittadini della “Viterbo Città per la Fraternità”, appartenenti al P.I.V.E.A. (Percorso Intergenerazionale Valoriale e di Educazione Ambientale) come il Giardino di Chiara Lubich, gli Orti Solidali Caritas, il Boschetto “Nonni e Nipoti” e l'Orto Botanico dell'Università della Tuscia. La dimensione valoriale e le attività di educazione ambientale che caratterizzano il

P.I.V.E.A. sono state valorizzate anche fuori dalla città di Viterbo nel percorso di vacanza estivo che si svolge in provincia. Ad esempio, dal 26 al 30 agosto 2025 i Nonni e Nipoti hanno visitato: Ronciglione (la Pace), Toscana (la Pace), Bomarzo (l'Amore), Farnese (l'educazione ambientale), Capodimonte (la Pace). Il percorso fuori Viterbo è stato aperto con l'approfondimento del valore della Pace a Ronciglione e il momento conviviale nei pressi del Lago di Vico e si è concluso con la Veleggiata per la Pace a Capodimonte, sul Lago di Bolsena.

L'inclusione sociale e la valorizzazione delle diversità sono state ripercorse anche attraverso gli eventi che hanno visto protagonista la mostra sulle donne vittime di tratta – che ha messo in evidenza la resilienza che proviene dall'interno del fenomeno – realizzata presso il Dipartimento di Psicologia dei Processi di Sviluppo e Socializzazione. La mostra è stata proposta nella città di Viterbo presso lo Spazio Attivo di Lazio Innova (Regione Lazio) e nella Tenda quaresimale (Chiesa di Santi Faustino e Giovita) in occasione del Giubileo della Speranza.

Attraverso momenti di confronto, attività laboratoriali e iniziative condivise, l'obiettivo è stato quello di stimolare una riflessione attiva sui valori dell'empatia, del rispetto e dell'incontro con l'altro, centrali nella prospettiva del turismo responsabile e dell'educazione civica. Centrali, inoltre, nella costruzione di un *“turismo della relazione”*, fondato sull'inclusione e la reciprocità (Tribe, 2010; Cicerchia, 2014). (Cfr. Allegato 1).

I partecipanti

Il progetto di turismo intergenerazionale “Nonni e Nipoti” attivo nel territorio di Viterbo, avviato nel 2002 grazie alla sinergia tra Caritas, ACLI e A.R.I.P.T., rappresenta un esempio consolidato di buona pratica nel campo della promozione dell'incontro tra generazioni diverse, in chiave di sviluppo sostenibile. La sua impostazione si fonda su un approccio partecipativo che valorizza l'interscambio tra nonni e nipoti, integrando finalità educative, sociali e culturali.

Le motivazioni che spingono alla partecipazione risultano eterogenee e variano a seconda della fascia generazionale. I giovani, infatti, sottolineano con frequenza il carattere ludico e formativo dell'esperienza, mettendo in rilievo il piacere della scoperta di ambienti naturali e realtà locali, vissuti in una dimensione sociale ampliata. Il progetto Nonni e Nipoti è stato definito da una giovane nipote una *“scuola di vita”* per tutto quello che ha potuto imparare con la partecipazione nel tempo. Uno degli aspetti maggiormente apprezzati è la possibilità di socializzare con persone di età diverse, superando i confini dei rapporti tra pari. In questo senso, l'esperienza contribuisce a rafforzare competenze relazionali e interculturali.

Per i nonni, invece, la motivazione prevalente è legata al volontariato, inteso come forma di impegno civico e azione pro-sociale. La loro partecipazione si estende spesso oltre il periodo delle attività di vacanza, configurandosi come un coinvolgimento continuativo all'interno di reti associative locali quali Caritas, ACLI, Pro Loco e Centri Sociali per Anziani. Inoltre, molti di loro si distinguono per un interesse attivo verso la storia e la cultura locali, nonché per una discreta familiarità con le nuove tecnologie e una buona competenza geografica, elementi che arricchiscono ulteriormente l'esperienza condivisa.

Un'analisi quantitativa del periodo più recente (2020–2025) consente di evidenziare alcune tendenze significative nel profilo dei partecipanti del contesto viterbese. Nei sei anni considerati, il numero medio di partecipanti per edizione si attesta intorno alle 25 persone, con un picco di 31 partecipanti registrato sia nel 2022 che nel 2023. Si rileva una costante prevalenza femminile in tutte le annualità, sia tra i “nonni” che tra i “nipoti”. Più in dettaglio, la partecipazione dei nonni ha oscillato tra un minimo di 4 (nel 2020) e un massimo di 11 (nel 2022), mentre quella delle nonne è risultata sempre superiore, con punte fino alle 13 partecipanti. Anche tra i nipoti, la componente femminile è risultata più ampia, soprattutto nelle annualità 2023 e 2024.

Anno	Nonni	Nonne	Nipoti M	Nipoti F	Totale Partecipanti
2020	4	10	2	4	20
2021	5	7	1	2	15
2022	11	13	3	4	31
2023	10	12	1	8	31
2024	7	8	3	7	25
2025	6	8	2	4	20

Tabella 2: Partecipanti alle Edizioni delle ricerche/sperimentazioni condotte a Viterbo e Provincia nel periodo 2020-2025.

Tali dati confermano la stabilità del progetto in termini numerici ed il suo successo nel coinvolgere attivamente soggetti appartenenti a generazioni differenti. L'esperienza viterbese appare quindi un modello replicabile per lo sviluppo di pratiche intergenerazionali in altri contesti territoriali, contribuendo alla coesione sociale e alla valorizzazione delle reti comunitarie locali.

Strumenti di raccolta dati e strategie di analisi

Nel quadro delle attività di ricerca/sperimentazione attivate in Italia sin dai primi anni 2000 – con cadenza annuale e della durata di circa una settimana di vacanza nel mese di agosto – il presente contributo intende sintetizzare le principali indagini svolte nel territorio di Viterbo e provincia nel periodo compreso tra il 2020 e il 2025.

L'impiego congiunto di strumenti qualitativi e quantitativi consente una lettura approfondita delle dinamiche relazionali e dei processi psicosociali che si attivano nei contesti intergenerazionali.

Sono stati utilizzati diversi strumenti riconosciuti nella prassi della psicologia sociale e della ricerca educativa: questionari, interviste semi-strutturate, osservazione partecipante, focus group e tecniche associative libere legate al logo del progetto “Nonni e Nipoti”. Questo impianto metodologico ha permesso di analizzare i modi di interazione tra sottogruppi di giovani e anziani in un contesto di vacanza educativa e relazionale.

Nel 2025 le attività di ricerca sono state ulteriormente rafforzate attraverso l'integrazione di un impianto metodologico consolidato. È stato infatti confermato l'uso combinato di focus group, interviste qualitative e osservazione partecipante, a cui si è affiancata la somministrazione di due scale: una centrata sui principi guida generali “visti” e “sentiti” dal singolo soggetto nel percorso di vita, l'altra più focalizzata sulle esperienze vissute durante la vacanza intergenerazionale, con particolare attenzione ai valori personali emergenti. Questo ampliamento ha permesso non solo di validare le dimensioni già individuate negli anni precedenti, ma anche di aggiornare il quadro delle rappresentazioni, delle aspettative e della soddisfazione percepita da parte dei diversi attori coinvolti.

In questo contributo approfondiremo, in particolare, come i materiali testuali raccolti durante i focus group sono stati sottoposti a Classificazione Gerarchica Discendente (CHD), una metodologia che consente di quantificare il contenuto di un testo estraendo le strutture semantiche più significative. Attraverso tale procedura, le variazioni lessicali emerse sono state interpretate come indicatori di rappresentazioni sociali differenziate, coerenti con i ruoli generazionali e i contesti di esperienza.

Risultati

1 Analisi delle frequenze

La seguente *wordcloud* utilizza il criterio delle dimensioni: a parola più grande corrisponde frequenza più elevata. La lettura delle frequenze offre una prima panoramica dei risultati non suddivisi per annualità; la differenziazione per annualità e ruolo dei partecipanti sarà resa più evidente dalla successiva analisi gerarchica discendente.



Immagine 1: wordcloud delle parole evocate dai partecipanti alle ricerche/sperimentazioni.

Tabella 3: Elenco delle parole evocate in ordine decrescente di frequenza

PAROLA	Frequenza
anno	200
nonno	137
nipote	126
esperienza	93
partecipare	83
gruppo	82
conoscere	77
bello	76
insieme	64
grazie	63
famiglia	61
progetto	51
ringraziare	49
nuovo	46
piacere	45

volere	44
primo	42
giorno	41
vacanza	40
trovare	36
persona	36
pensare	34
elena	34
condividere	33
vedere	32
vivere	31
proprio	31
parlare	29
viterbo	28
sentire	28
tempo	27
settimana	26
grande	26
contento	26
momento	25
importante	25
diverso	25
quanto	23
mettere	23
prossimo	22
piccolo	22
amico	22
realizzare	21
divertire	21
riuscire	20
nonna nonno	20
incontrare	20
giovane	20
valentina	19
cuore	19
unire	18
sperare	18
sembrare	18
martina	18
amicizia	17
vita	16
casa	16
Acli	16
valore	15

pace	15
oggi	15
nocciola	15
crescere	15
...	...

La wordcloud (Immagine 1) emersa dall'elaborazione del software Iramuteq sulle parole utilizzate nei focus group condotti negli ultimi sei anni di ricerca/sperimentazione (2020-2025), mette in evidenza, quale elemento centrale, il fattore temporale. Il termine: "anno" (freq. 200), risulta, infatti, in assoluto la parola di dimensioni maggiori, che corrisponde nella Tabella 3 alla parola con maggior frequenza. Il dato ottenuto conferma uno degli elementi portanti del progetto quali la continuità e la sua capacità di perdurare nel tempo con contenuti e proposte che si rinnovano di anno in anno, andando a costituire non un'esperienza isolata, ma un punto di riferimento per i partecipanti. Il tempo è la cornice che permette alle proposte di consolidarsi, alla sperimentazione di divenire buona pratica nelle relazioni e nella comunicazione. La ciclicità dell'evento e il suo successo tra i partecipanti suggeriscono la percezione di un percorso di qualità e di crescita che si attua e si ripropone nel tempo.

I termini che seguono, in ordine decrescente di grandezza, "nonno" (freq. 137) e "nipote" (freq. 126) riconducono al carattere intergenerazionale del progetto, che costituisce un elemento chiave delle ricerche/sperimentazioni in termini di conoscenza reciproca e riscoperta tra generazioni differenti. Si evidenzia come i partecipanti, afferenti a gruppi sociali diversi e non legati da vincoli di parentela, creino un clima equiparabile a quello di famiglia.

Le parole successive, perfettamente individuabili nella wordcloud, sono "esperienza" (freq. 93), "partecipare" (freq. 83), "gruppo" (freq. 82), "conoscere" (freq. 77), "bello" (freq. 76), "insieme" (freq. 64), "grazie" (freq. 63), "famiglia" (freq. 61). Tali termini mettono in risalto la percezione del valore affettivo e relazionale che permea l'intero progetto e che costituisce uno degli elementi trainanti delle attività e dei momenti d'incontro proposti. Solo dopo questi capisaldi, che costituiscono la struttura portante della ricerca, emergono lemmi legati all'esperienza turistica vera e propria.

Le parole "progetto" (freq. 51), "nuovo" (freq. 46), "piacere" (freq. 45), "vacanza" (freq. 40), "trovare" (freq. 36), con caratteri di dimensioni ancora ben leggibili nella wordcloud, esprimono concetti che fanno riferimento alla vacanza. Il contesto vacanza risulta l'elemento di coesione atto a suscitare l'espressione di sentimenti legati al piacere, alla condivisione, alla scoperta non solo di luoghi, ma anche di se stessi e dell'altro. L'elemento relazionale e partecipativo dell'esperienza turistica viene enfatizzato rispetto al mero momento di svago. Le parole "bello" (freq. 76), "insieme" (freq. 64), "grazie" (freq. 63), "famiglia" (freq. 61), "ringraziare" (freq. 49), "condividere" (freq. 33), sottolineano l'importanza dell'esperienza vissuta come crescita personale e collettiva atta a stimolare legami affettivi e a suscitare emozioni positive che accrescono il benessere psicologico e psicosociale della persona.

Altro elemento scaturito dall'analisi della ricorrenza dei termini utilizzati riconduce all'attenzione per la conoscenza del sé. Parole come "pensare" (freq. 34), "vedere" (freq. 32), "parlare" (freq. 29), "vivere" (freq. 31), "sentire" (freq. 28), dimostrano che il contesto offerto si presenti come elemento atto a favorire l'espressione personale, a riflettere sulle proprie capacità, sulle proprie sensazioni, sul modo di vedere e sentire se stessi e se stessi in relazione agli altri. Diventa occasione di analisi personale che approfondisce la conoscenza del sé stimolando il pensiero critico, il superamento degli stereotipi e la costruzione del proprio vissuto, liberandosi da schemi precostituiti che condizionano le rappresentazioni. La vacanza intergenerazionale mette a stretto contatto individui di età differenti che nella vita quotidiana, al di là dei legami di parentela che possono coinvolgere gli appartenenti alle medesime entità familiari, avrebbero scarse occasioni di interazione e che spesso vengono percepiti come realtà molto distanti dalla propria e per questo poco coinvolgenti e interessanti o a volte addirittura indisponibili. I risultati dell'analisi delle parole dimostrano che nell'ambiente "vacanza intergenerazionale" molti preconcetti tendono a cadere e l'attenzione è rivolta al sentire e vedere da un'angolazione differente elementi noti.

Il valore formativo e trasformativo della condivisione sociale è evidenziato dalle ricorrenze dei termini "progetto" (freq. 51), "realizzare" (freq. 21), "crescere" (freq. 15), che denotano come sia avvertito l'aspetto che influisce sul cambiamento di atteggiamenti e di comportamenti intergenerazionali. Dall'analisi semantica emerge, infine, il richiamo ai valori fondamentali dell'individuo, con parole come: "sperare" (freq. 18), "pace" (freq. 15), "amicizia" (freq. 17), "vita" (freq. 16), "valore" (freq. 16), a conferma di quanto l'esperienza di vacanza intergenerazionale venga vissuta non soltanto come

occasione di divertimento ma di come si estenda in più direzioni, dalla dimensione emotiva a quella affettiva e valoriale.

2 Analisi Gerarchica Discendente

Il software Iramuteq, dopo aver analizzato l'insieme delle parole, procede ad aggregarle in base alla loro prossimità semantica, andando a individuare gruppi di termini che tendono a comparire insieme e che vengono così organizzati in classi (o cluster). L'organizzazione finale assume la forma di un dendrogramma, che rappresenta gerarchicamente le relazioni tra i dati. Affinché tale analisi possa essere considerata stabile, risulta necessario rispettare alcuni criteri: tra questi lo Zipf Graph qui sotto svolge un ruolo cruciale nell'illustrare la coerenza e l'affidabilità della classificazione.

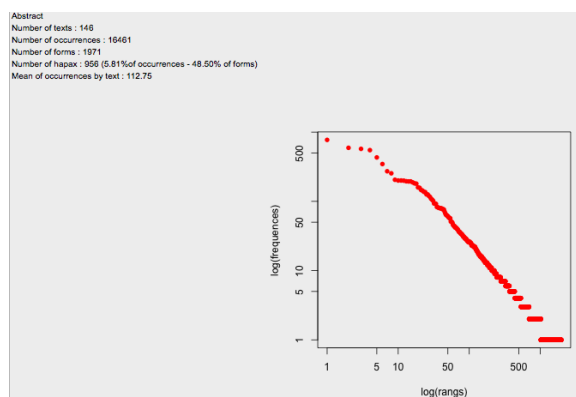


Immagine 2: Zipf Graph relativo alla stabilità dell'analisi condotta mediante Iramuteq.

All'interno dello Zipf Graph si verificano le percentuali entro parentesi: la prima percentuale deve essere al di sotto del 20% mentre la seconda deve essere al di sotto del 50%. Nel nostro caso, le percentuali sono rispettivamente 5,81 e 48,50: la prima percentuale rileva le parole ricorrenti, mentre la seconda si riferisce agli hapax (parole con frequenza 1).

Nel presente studio, il software Iramuteq ha organizzato i contenuti dell'intero corpus in quattro classi. La classe più grande in termini di contenuto è la numero 1 (41,4%) di colore rosso, collegata con la classe 2 di colore verde e con la classe 3 di colore celeste con la medesima percentuale di contenuti (14,6%). Infine, la classe numero 4 in viola, separata graficamente dalle altre tre classi, accoglie una percentuale pari al 29,4%.

La Tabella 4 e la successiva Immagine 3 ci restituiscono una sintesi dell'Analisi Gerarchica Discendente prodotta da Iramuteq.

N° CLASSE	COLORE	TITOLO CLASSE	RIFERIMENTO ANNUALITA' RICERCHE	RIFERIMENTO RUOLO PARTECIPANTI	% CONTENUTI CLASSI
1	ROSSA	Costruire l'intergenerazionalità	---	---	41,4
2	VERDE	Intergenerazionalità: un'esperienza autentica	2022	---	14,6
3	CELESTE	Valorizzare le comunità locali	2022-2021	---	14,6
4	VIOLA	Legami intergenerazionali, memoria affettiva	2024-2023	Nipote	29,4
TOTALE					100

Tabella 4: Riepilogo classi estratte da Iramuteq e relative variabili.

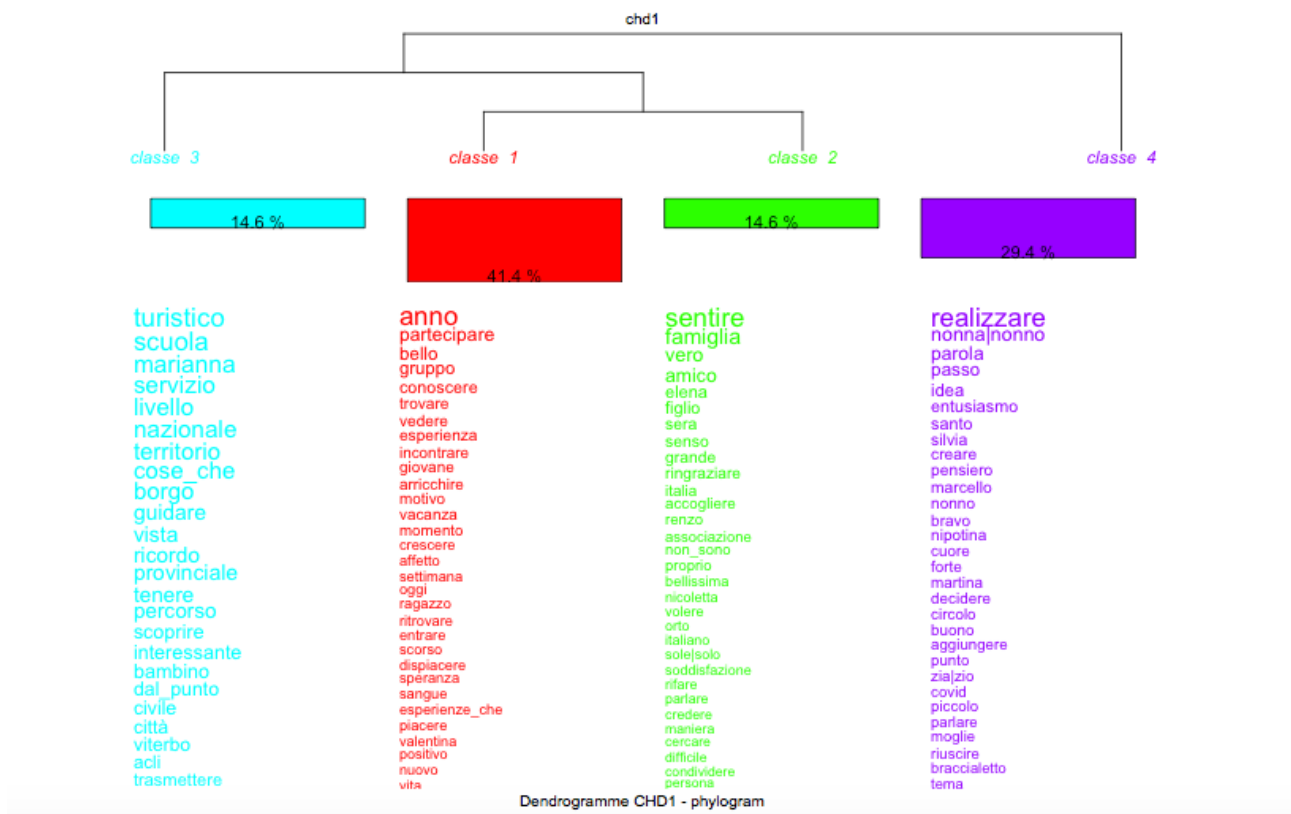


Immagine 3: Dendrogramma delle quattro classi estratte da Iramuteq.

Le quattro tabelle successive riprendono le liste di parole analizzate classe per classe.

CLASSE 1: Costruire l'intergenerazionalità

Tabella 5: Elenco delle parole relative alla classe 1 in ordine decrescente di Chi quadrato.

PAROLE	classe 1
anno	40,799
partecipare	19,429
bello	16,792
gruppo	15,534
sempre	13,375
conoscere	13,351
trovare	10,139
vedere	10,139
esperienza	9,777
incontrare	9,013
giovane	9,013
arricchire	8,644
motivo	8,592
vacanza	8,538

momento	7,81
crescere	6,326
affetto	6,326
settimana	5,887
oggi	5,787
ragazzo	5,787
ritrovare	5,787
entrare	5,784
vario	5,784
scorso	5,729
dispiacere	5,729
speranza	5,729
sangue	5,729
esperienze	5,729
piacere	5,559
valentina	5,425
molto	5,219
positivo	5,042
nuovo	4,723
vita	4,597
buonasera	4,597
poco	4,426
essere	4,304
alessio	4,284
rivedere	4,284
perdere	4,284
organizzazione	4,284
iniziare	4,284
Età	4,284
aiutare	4,284
sfruz	4,284
frequentare	4,284
forza	4,284
dimostrare	4,284
bergamo	4,284
aumentare	4,284
accogliente	4,284
benissimo	4,284
purtroppo	4,284
pur	4,284
comunque	4,284
durante	4,128
...	...

Nella classe 1 non ci sono riferimenti che possano indicare il ruolo di chi ha espresso tali enunciati, né l'annualità in cui sono stati evocati. Ciò può indicare una trasversalità, libera da finestre temporali e ruoli all'interno del progetto.

Troviamo, infatti, in questa classe parole chiave come: “scorso” (X^2 5,729), “momento” (X^2 7,81), “oggi” (X^2 5,787), “settimana” (X^2 5,887), “durante” (X^2 4,128), “sempre” (X^2 13,375), “vita” (X^2 4,597), ed anche: “iniziare” (X^2 4,284), “trovare” (X^2 10,139) e “ritrovare” (X^2 5,787), “vedere” (X^2 10,139) e “rivedere” (X^2 4,284), che sembrano trascendere dal qui ed ora. Inoltre, la prospettiva individuata non è quella individuale del singolo nel ruolo di “nonno” o “nipote”, ma prevale la parola “gruppo” (X^2 15,534) tra quelle con chi quadrato più elevato.

La classe mette in evidenza il valore dell'intergenerazionalità che si esprime in un progetto “bello” (X^2 16,792) e “positivo” (X^2 5,042). La scintilla è l'incontro che via via diventa qualcosa di molto più importante: “incontrare” (X^2 9,013), “partecipare” (X^2 19,429), “conoscere” (X^2 13,351), fare “esperienza” (X^2 9,777), “frequentare” (X^2 4,284), “aiutare” (X^2 4,284), “arricchire” (X^2 8,644), “crescere” (X^2 6,326). Questa classe mostra come l'io e il tu diventano un noi, come il sé passato e il sé presente si intrecciano per un futuro della società più ricco e consolidato. La “vacanza” (X^2 8,538) è il momento nel quale si accendono e si rinnovano gli aspetti relazionali e comunicativi. Le parole chiave “affetto” (X^2 6,326) e “speranza” (X^2 5,729) sintetizzano lo star bene insieme e le prospettive future.

Alcune frasi significative sono le seguenti:

- «È bello avere vicino persone che tu sai ti dimostrano l'affetto sincero». (anno 2020; ruolo nonna).

- «Con la nonna Irene abbiamo realizzato insieme un fiore con questa frase: “nonni e nipoti: giornate festose, notti gioiose, compagnie luminose!”. Perché nonni e nipoti è una grande festa e questo si vede già dalla festa di carnevale dove ci siamo sperimentati nello scambio di ruoli (i nonni si sono mascherati da nipoti e i nipoti si sono mascherati da nonni). Si parte dalla foglia che rappresenta il gruppo fino ad arrivare a tutti i petali dei fiori che rappresentano i momenti come questo dove la nonna prende la nipote per mano e la accompagna verso il futuro». (anno 2024; ruolo nipote).

- «Si respira un po' tutto quello che viviamo ed è veramente molto bello e positivo. Grazie per questa opportunità». (anno 2022; ruolo nonna).

Infine, le parole “Sfruz” (X^2 4,284) e “Bergamo” (X^2 4,284) sottolineano la dimensione pluriennale e la portata nazionale del progetto di turismo intergenerazionale.

CLASSE 2: Intergenerazionalità: un'esperienza autentica

Tabella 6: Elenco delle parole relative alla classe 2 in ordine decrescente di Chi quadrato.

PAROLE	classe 2
sentire	97,023
famiglia	64,468
vero	48
amico	45,063
elena	30,953
figlio	29,04
sera	23,717
senso	23,717
grande	23,392
ringraziare	20,995
italia	17,44
accogliere	17,067
renzo	15,107
associazione	13,307
proprio	13,09

bellissima	10,379
qui	8,961
nicoletta	8,254
volere	8,083
orto	6,595
sole	6,595
soddisfazione	6,595
italiano	6,595
rifare	6,595
parlare	6,32
già	6,19
credere	6,154
forse	4,589
dovere	4,431
maniera	4,078
difficile	4,078
cercare	4,078
condividere	3,859
*anno_2022	3,556
subito	3,456
voi	3,443
andare	3,161
...	...

Nella classe verde, affine nel dendrogramma alla classe rossa, il valore (chi quadrato in tabella 6) dell'intergenerazionalità si mostra in tutta la sua autenticità. “Sentire” (X^2 97,023) è la parola con chi quadrato più elevato. Tra le altre parole principali troviamo “vero” (X^2 48) e “credere” (X^2 6,154). L'autenticità si riferisce all'amicizia (“amico” (X^2 45,063)) e al senso di “famiglia” (X^2 64,468), alla condivisione (“condividere” (X^2 3,859)) che ne deriva.

Il gruppo apre gli orizzonti al più ampio contesto associativo (“Associazione” X^2 13,307) e alla coesione sociale. “Orto” (X^2 6,595), “sole” (X^2 6,595), esprimono un chiaro riferimento alla proposta/attività degli orti solidali Caritas, realizzata fin dal 2016 nell'ambito della creatività generativa in chiave green del gruppo Nonni e Nipoti ed evoluta nella rete R.O.S.A. qualche anno più tardi.

“Bellissima” (X^2 10,379) e “rifare” (X^2 6,595) suggeriscono il valore dato all'esperienza che ci si propone di replicare. Frasi come la seguente ci aiutano a comprendere l'intergenerazionalità in cui ogni partecipante è prezioso, come gli elementi di un'orchestra, come viene riferito da una delle partecipanti: *«devo dire che mi sento proprio all'interno di un'orchestra. Ringrazio dei ringraziamenti ma io senza Dino a Marta, Valentina e Alessio, Domenica a Tuscania, Mario a Valentano e così via che si sono messi a disposizione non ce l'avrei fatta. E quella percezione di cui parlava Elena è vera perché quando telefonavo a qualcuno degli amici nelle diverse comunità ho proprio sentito la stima e l'affetto per il gruppo. Un ringraziamento immenso...»* (anno 2002; ruolo nonna). La metafora dell'orchestra, che in chiave di rappresentazioni sociali funge da ancoraggio e oggettivazione, è utilizzata per attestare l'armonia e il supporto reciproco all'interno del gruppo.

CLASSE 3: valorizzare le comunità locali

Tabella 7: Elenco delle parole relative alla classe 3 in ordine decrescente di Chi quadrato.

PAROLE	classe 3
turistico	35,786
scuola	34,98
marianna	30,86
servizio	29,733
livello	29,733
nazionale	29,733
territorio	29,04
borgo	29,04
guidare	23,717
vista	23,717
ricordo	23,717
provinciale	23,717
percorso	23,184
tenere	23,184
scoprire	18,547
interessante	18,547
bambino	18,547
civile	17,735
città	17,44
viterbo	16,911
*anno_2022	16,152
*anno_2021	14,948
acli	14,579
trasmettere	13,307
presso	11,866
mano	11,866
sembrare	11,47
tantissimo	10,397
comunità	8,407
comune	8,407
costruire	8,407
scoperta	8,254
riguardare	6,621
solidale	6,595
presente	6,595
respirare	6,595
visitare	6,595
sicuramente	6,595
imparare	6,595

stupire	6,595
regionale	6,595
prezioso	6,595
guida	6,595
divertire	6,19
paese	6,154
pace	5,346
sapere	5,237
avere	4,889
chiamare	4,589
fare	4,574
presentare	4,078
organizzare	4,078
rappresentare	4,078
...	...

La classe 3 raccoglie e si caratterizza per parole che fanno riferimento alla scoperta e al territorio. L'esperienza turistica si lega alla conoscenza, riflessione e valorizzazione delle risorse dell'ambiente locale. Il gruppo Nonni e Nipoti contamina altresì le comunità locali con nuove idee, soprattutto a carattere green come la coltivazione degli Orti della rete R.O.S.A. (Rete Orti Solidali Amici), la piantumazione dell'olivo (progetto Un Albero per la Vita) per la realizzazione del boschetto diffuso o la salvaguardia degli alberi di pesco antico (progetto Antichi Frutti Dimenticati). L'individuazione di luoghi-simbolo della dimensione valoriale ha dato luogo a Viterbo e Provincia al P.I.V.E.A. (Percorso Intergenerazionale Valoriale e di Educazione Ambientale) e così via...

LA CREATIVITA' GENERATIVA IN CHIAVE "GREEN"

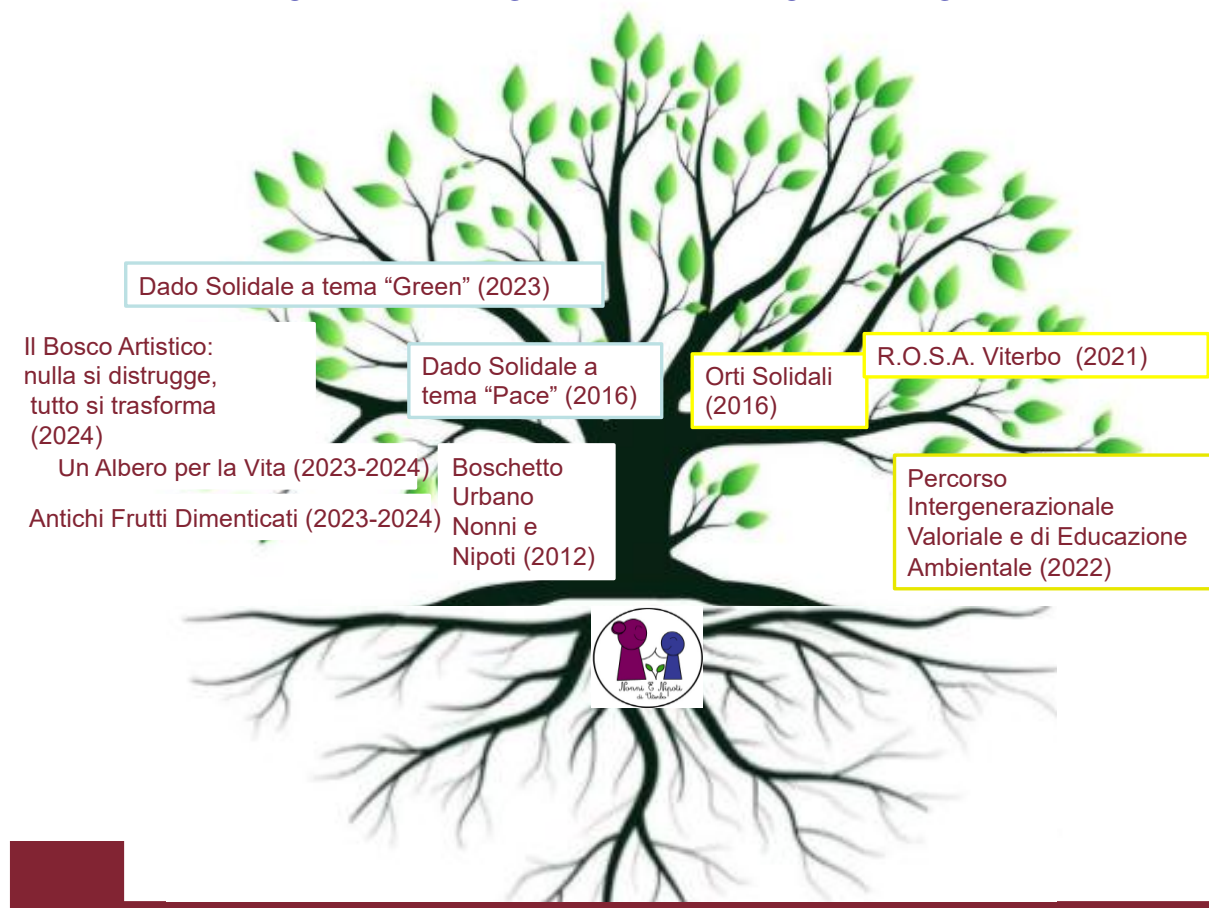


Immagine 4: La creatività generativa del gruppo Nonni e Nipoti di Viterbo in chiave green.

In questo contesto i termini “Viterbo” (X^2 16,911), “territorio” (X^2 29,04), “borgo” (X^2 29,04), “città” (X^2 17,04), “turistico” (X^2 35,786), “percorso” (X^2 23,184), “comunità” (X^2 8,407), concorrono a enfatizzare il legame con le comunità e la costruzione dell’identità culturale, una narrazione orientata alla valorizzazione culturale ed educativa dei luoghi visitati. Il riferimento a contesti istituzionali “Acli (Associazioni Cristiane Lavoratori Italiani)” (X^2 14,579), “scuola” (X^2 34,98), “nazionale” (X^2 29,733), “provinciale” (X^2 23,717), suggerisce inoltre un coinvolgimento in pratiche di turismo formativo o solidale, dove l’esperienza assume un valore didattico e di cittadinanza attiva, oltre alla caratterizzazione ed evidenza di un forte lavoro di rete tra gli enti e le istituzioni a supporto del progetto.

Da una prospettiva psicosociale, questa classe può rappresentare il processo di apprendimento situato che il turista vive nel contatto con l’ambiente locale: l’interazione con il territorio diventa occasione di conoscenza, riflessione e interiorizzazione di valori di sostenibilità e coesione comunitaria.

In chiave di rappresentazioni sociali “Marianna” (X^2 30,86), la guida turistica del gruppo che da anni si dedica a questa innovativa formula turistica rappresenta in questa classe la figura di sintesi del turismo Intergenerazionale (personificazione). Frasi come la seguente la valorizzano nel suo impegno intergenerazionale: «Buonasera a tutti. E’ stata una vacanza molto interessante, diversa dalle altre. Marianna con le guide turistiche e i giochi ha attratto molto l’attenzione; è stata molto brava perché ha tenuto il gruppo unito. Questa è la cosa più importante. Poi anche i momenti conviviali sono stati importanti, abbiamo mangiato troppo! Grazie a tutti!». (anno 2002; ruolo nonno).

CLASSE 4: Legami intergenerazionali, memoria affettiva.

Tabella 8: Elenco delle parole relative alla classe 4 in ordine decrescente di Chi quadrato.

PAROLE	classe 4
realizzare	48,194
nonna nonno	24,099
parola	22,244
passo	19,626
idea	17,122
entusiasmo	14,632
santi	14,632
silvia	13,288
*anno_2024	13,209
creare	12,157
pensiero	12,157
marcello	12,157
*anno_2023	11,876
nonno	11,327
bravo	10,89
nipotina	10,89
cuore	10,392
forte	10,392
martina	10,295
decidere	9,697
circolo	9,697
buono	9,697
aggiungere	8,536
punto	8,536
zia zio	8,536
covid	8,536
piccolo	8,528
parlare	8,26
riuscire	8,154
moglie	8,154
braccialetto	7,252
tema	7,252
madeea	7,252
foglia	7,252
valentino	7,252
ilario	7,252
bacio	7,252
adesso	7,252

*ruolo_nipote	6,669
capire	6,242
poesia	6,242
rosa	6,242
periodo	6,242
torta	6,242
sentimento	6,242
arrivare	6,242
serata	6,242
diventare	6,062
rapporto	6,062
scegliere	6,062
nipote	6,059
lavoro	5,664
pensare	4,319
rocco	4,072
accompagnare	4,072
ricordare	4,072
carta	4,043
acquisire	4,043
mamma	4,043
...	...

Il quarto cluster, in viola, riferito alle annualità 2023-2024, presenta termini in cui il lessico è fortemente centrato sulla dimensione relazionale intergenerazionale, evidenziata dal ruolo del “nipote” (X^2 6,059) e dalla presenza di figure familiari simboliche “nonna-nonno” (X^2 24,099), “nonno” (X^2 11,327), “zio-zia” (X^2 8,536), “mamma” (X^2 4,043). L’associazione con parole quali “entusiasmo” (X^2 14,632), “cuore” (X^2 10,392), “sentimento” (X^2 6,242), “poesia” (X^2 6,242), “bacio” indica un’elaborazione emotiva profonda dell’esperienza, che s’intreccia con la memoria, la creatività e la continuità affettiva.

Questa classe può essere letta come espressione di una funzione memoriale e generativa del turismo esperienziale, in cui il vissuto si fa ponte tra passato e presente, favorendo processi di trasmissione valoriale e ricostruzione narrativa del Sé familiare.

Dal punto di vista della psicologia del turismo, essa può, infatti, riflettere la dimensione del turismo relazionale e affettivo, dove la condivisione di emozioni e ricordi rafforza il senso d’identità e appartenenza intergenerazionale.

E’ citato, frammentato tra le diverse parole chiave, il Punto Famiglia Acli Santi Valentino e Ilario; si tratta del Circolo Acli che accoglie a Viterbo il progetto Nonni e Nipoti.

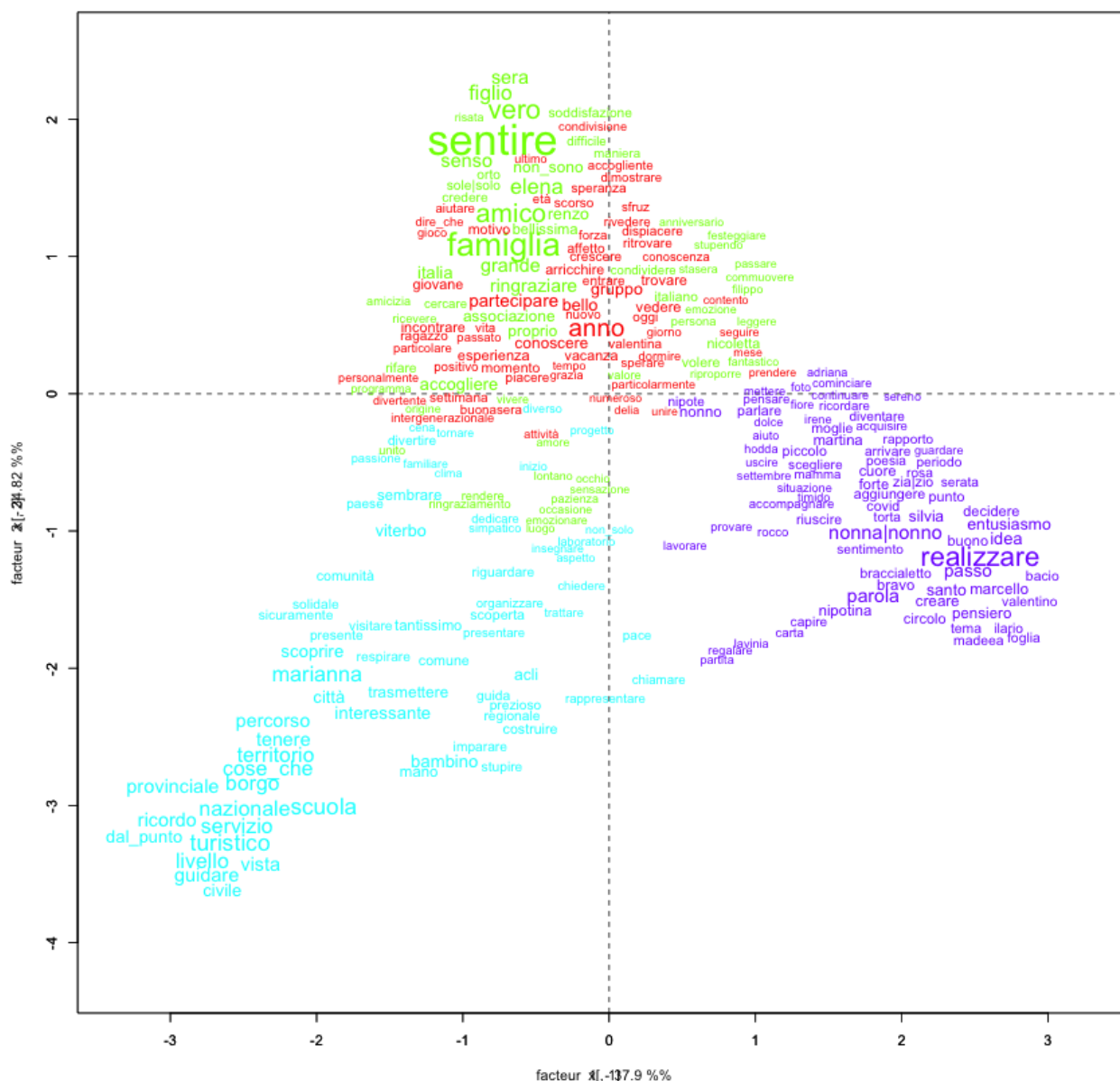


Immagine 5: Rappresentazione grafica delle quattro classi estratte da Iramuteq.

Il piano cartesiano restituisce visivamente la struttura delle quattro classi tematiche emerse dall'analisi, evidenziando non solo la posizione spaziale di ciascuna classe, ma anche la distribuzione interna delle parole che la compongono. La classe 1 (parole in rosso) e la classe 2 (parole in verde) occupano il semipiano superiore; le classi 3 e 4 distribuiscono le parole nel semipiano inferiore occupando rispettivamente la classe 3 (parole in celeste) il quadrante in basso a sinistra e la classe numero 4 (parole in viola) il quadrante in basso a destra.

Nel semipiano superiore le parole delle classi 1 e 2 si mescolano tra di loro evidenziando numerosi punti in comune, ma differenziandosi dalle classi 3 e 4 che, con gli spazi che occupano, evidenziano specificità nel linguaggio utilizzato.

Discussione

Le quattro classi, nel complesso, delineano una continuità semantica che va dall'esperienza individuale di crescita e arricchimento (classe 1) alla dimensione valoriale affettiva e identitaria della comunità (classe 2), passando per la scoperta culturale e territoriale (classe 3) fino alla risonanza intergenerazionale e memoriale (classe 4).

Il dendrogramma di Iramuteq, quindi, può indicare non solo una segmentazione lessicale, ma anche una mappa dei

significati psicologici e sociali che strutturano l'esperienza turistica come processo di relazione, apprendimento e costruzione del sé in un contesto comunitario.

Osservando il dendrogramma, si nota che i primi tre cluster (1, 2 e 3) sono tra loro semanticamente contigui: la costruzione del gruppo, la condivisione della partecipazione come forma di esperienza autentica aperta, l'ampliamento della creatività generativa soprattutto in chiave green alle comunità ospitanti...

Questa vicinanza suggerisce la presenza di un nucleo semantico comune, centrato sul concetto di esperienza condivisa e significativa in un incedere esperienziale mantenuto e continuo: dal passaggio dell'incontro personale (classe 1) alla relazione stabile e identitaria (classe 2) culmina nella scoperta del territorio e nella costruzione di senso collettivo (classe 3) della comunità.

La loro "vicinanza" nel dendrogramma suggerisce che il linguaggio degli intervistati tende a intrecciare emozione, appartenenza e conoscenza come dimensioni complementari di un'unica esperienza di turismo relazionale e comunitario trasversale negli anni.

Si osserva, inoltre, che le classi 2 e 3 presentano percentuali identiche.

Questo interessante dato, dal punto di vista interpretativo, può stare a significare che il software ha identificato due sotto gruppi, dai dati complessivi, di pari consistenza, ciascuno caratterizzato da un lessico specifico ma di pari rilevanza. Questa equivalenza potrebbe essere letta come la coesistenza di due modalità esperienziali complementari e progressive: l'incontro con l'altro dentro e fuori il gruppo.

La classe 4 appare, invece, nel dendrogramma come "più distaccata" dalle altre, e questa separazione sembra essere coerente sia sul piano linguistico sia su quello psicologico.

Il suo lessico interno, si discosta dalle parole delle prime tre classi perché evoca un mondo simbolico e affettivo più intimo, legato alla famiglia e alla dimensione intergenerazionale.

Mentre le classi 1, 2 e 3 descrivono esperienze di gruppo o comunitarie, la classe 4 introduce una diversa "intimità" tra nonni e nipoti. Una possibile attribuzione di significato potrebbe spiegare come la classe 4 non si limita a rappresentare una variante tematica, ma costituire una diversa modalità di attribuzione di significato fondata su memoria, cura e trasmissione emotiva. Potrebbe quindi essere letta come manifestazione di una determinante più profonda, in cui l'esperienza turistica diventa spazio di costruzione identitaria familiare, oltre che di relazione sociale.

Impatto sulle comunità delle ricerche/sperimentazioni nonni e nipoti di Viterbo

Abbiamo già fatto riferimento nel paragrafo dedicato ai risultati (in merito alla creatività generativa dei Nonni e Nipoti espressa prevalentemente in chiave green) ai numerosi progetti attuati nelle comunità ospitanti. In questo paragrafo si sottolineano alcuni esiti delle ricerche/sperimentazioni Nonni e Nipoti di Viterbo che si caratterizzano per essere evoluti nel corso del tempo, a favore della dimensione valoriale e/o sostenibilità socio-culturale e ambientale.

1. Il boschetto urbano "Nonni e Nipoti" (dal 2012) è stato reso "diffuso" dalle sue prosecuzioni con i progetti: *"Un albero per la Vita"* (2023-2024), *"Antichi Frutti Dimenticati"* (2023-2024) e *"Il bosco artistico: nulla si distrugge, tutto si trasforma"* (in corso di realizzazione).
2. Il Dado Solidale con le sue sei facce a tema "pace" disegnate dalle classi dell'Istituto Comprensivo Fantappiè di Viterbo nel 2016 è stato rinnovato nel 2023 dalle classi del Liceo Classico Buratti di Viterbo con nuove facce a tema "green".
3. La collaborazione del gruppo Nonni e Nipoti agli Orti Solidali Caritas (costituiti nel 2016) ha dato origine nel 2021 alla collaborazione Caritas-Acli nella innovativa rete R.O.S.A. (Rete Orti Solidali Amici) che accoglie oggi orti solidali, didattici e terapeutici.
4. La gara di pedalò intergenerazionale realizzata in diverse annualità del progetto nel 2025 è evoluta in una "Veleggiata per la pace" realizzata dalle Acli Provinciali di Viterbo-Gruppo Nonni e Nipoti in collaborazione con il Club Nautico e il Comune di Capodimonte (VT) sulle rive del lago di Bolsena.
5. La manifestazione espositiva realizzata dal GA (Giovani delle Acli) il 20 giugno 2025 dedicata agli "intrecci di passioni" ha rappresentato l'avvio di alcuni approfondimenti del tema passioni intergenerazionali, dapprima in coppie e piccoli gruppi durante la vacanza estiva Nonni e Nipoti intitolata "Ri-generazioni"; successivamente, durante la Festa dei Nonni svoltasi 17 ottobre 2025, quando i nonni hanno potuto sperimentare le passioni dei nipoti e infine, con una raccolta di interviste ai nonni sulle loro passioni per la pubblicazione in un volumetto sul tema "radici e passioni".
6. In occasione della Festa dei Nonni del 2024 è stato realizzato un evento presso il foyer del Teatro dell'Unione. I Nonni e Nipoti sono stati protagonisti di una sfilata di abiti da sposo/a. A seguito di

quell'esperienza, il gruppo ha considerato sostenibile attivare un Atelier Solidale a Viterbo. Il 17 ottobre 2025 è stato presentato l'Atelier Solidale viterbese presso le sale del Teatro Ateneo di Sapienza a Roma, nell'ambito dell'evento: *"Il colore come identità dell'abito"* organizzato dal Dipartimento di Chimica e Tecnologie del Farmaco. Nella prima sessione dedicata al *"Colore come Segno Culturale"* è stata contestualizzata la proposta del colore bianco (e non solo) degli abiti da sposa nel più ampio scenario intergenerazionale delle ricerche/sperimentazioni Nonni e Nipoti. L'Atelier Solidale si configura infatti come uno degli esiti di ricerca sulle comunità locali, sintesi di alcune prospettive della sostenibilità socioculturale (recupero della tradizione) e ambientale (le 4R: riduzione, riutilizzo, riciclo e recupero).

Queste considerazioni mettono in evidenza il carattere evolutivo del progetto che pur nascendo come formula turistica assume derivazioni interessanti da molteplici prospettive attraverso i suoi protagonisti e le ampie reti attivate nel corso del tempo.

Declinazione dell'esperienza nella pratica professionale dello psicologo del turismo

Questa formula di turismo esperienziale può essere presentata integrando la formazione accademica con la pratica professionale, applicando modelli e strumenti propri della psicologia del lavoro, sociale e ambientale, in un contesto di sostenibilità e coesione comunitaria. In riferimento agli atti tipici della professione di psicologo (art.1 56/89).

Diagnosi

La diagnosi, in questo contesto, è una diagnosi organizzativa, basata sull'analisi e la valutazione psicosociale dei bisogni e delle dinamiche di gruppo e contesti, secondo un approccio bio-psico-sociale.

Attraverso l'osservazione partecipante e l'uso di strumenti psicologici appropriati (coerentemente con l'art. 25 del Codice Deontologico) quali scale di valutazione e focus group, è stato possibile svolgere un lavoro in equipe per raccogliere dati qualitativi e quantitativi volto a comprendere le percezioni, le motivazioni, i bisogni psicologici e le rappresentazioni sociali dei partecipanti al progetto di turismo intergenerazionale.

Prevenzione

Il secondo atto tipico, la prevenzione, si è tradotta, nel progetto "P.I.V.E.A." (Percorso Intergenerazionale Valoriale e di Educazione Ambientale) nella promozione del benessere intergenerazionale (richiamo all'art. 3 del Codice), nella prevenzione dell'isolamento sociale, degli stereotipi generazionali e della disconnessione con l'ambiente naturale.

In particolare, le iniziative con le scuole e con le famiglie hanno permesso di sviluppare comportamenti prosociali e di rafforzare il senso di appartenenza alla comunità, attraverso l'organizzazione e la conduzione di eventi educativi e formativi dedicati alla sostenibilità ambientale e sociale, favorendo momenti di dialogo, ascolto reciproco e apprendimento cooperativo all'interno dei luoghi-simbolo del P.I.V.E.A.

In tal senso, la prevenzione si è configurata come promozione del benessere e della cittadinanza attiva, attraverso attività educative, eventi di comunità e percorsi esperienziali sul territorio, promuovendo appunto, la fraternità, la solidarietà e la sostenibilità ambientale, in linea con la prospettiva della psicologia positiva e comunitaria.

Abilitazione e Riabilitazione

Il terzo atto tipico, abilitazione e riabilitazione, nel contesto delle "ACLI", ha assunto una connotazione relazionale e formativa a significare il favorire lo sviluppo di competenze relazionali e comunicative nei partecipanti alle esperienze turistiche e formative.

Attraverso attività ludico-educative e laboratori esperienziali, si sono sviluppati processi di apprendimento cooperativo e autoefficacia collettiva, in linea con la teoria di Bandura, finalizzate a potenziare le competenze comunicative, collaborative e ambientali dei partecipanti.

In particolare, gli incontri tra giovani e anziani hanno mostrato come la narrazione e il racconto orale possano diventare strumenti di potenziamento delle capacità cognitive e socio-emotive (meccanismi di empowerment), stimolando nei ragazzi l'ascolto attivo e negli adulti un rinnovato senso di utilità e riconoscimento del sé.

L'intervento psicologico, in questo senso, assume una funzione abilitante: non cura un disagio, ma rafforza competenze, autonomie relazionali, competenze sociali e relazioni significative.

Questa attività, in cui lo psicologo orienta la propria azione alla promozione del benessere psicologico dell'individuo e della collettività, richiama l'art. 3 del Codice Deontologico.

Il contesto del turismo sociale, in questa prospettiva, si è rivelato un ambiente riabilitativo relazionale, in cui la partecipazione attiva e la cooperazione intergenerazionale diventano strumenti di crescita personale (art. 28) e inclusione (empowerment comunitario e di valorizzazione del sé).

Sostegno Psicologico

Il sostegno psicologico ha avuto un carattere educativo e motivazionale volto a favorire il dialogo, l'ascolto empatico e la fiducia reciproca. L'intervento di sostegno, durante le attività sul territorio, ha pertanto valorizzato e rafforzato la percezione di autoefficacia collettiva e consolidato il senso di appartenenza alla comunità, poiché in questa metodologia, la relazione è vista come principale veicolo di cambiamento, per favorire il dialogo, la cooperazione e la gestione di rari momenti conflittuali nei gruppi intergenerazionali.

La comunicazione assertiva e l'ascolto attivo possano incidere positivamente sui livelli di soddisfazione e partecipazione emotiva, rafforzando il senso di appartenenza e riducendo conflitti o incomprensioni, contribuire al benessere emotivo dei partecipanti e sostenere la creazione di un clima di fiducia reciproca e di rispetto delle diversità.

Ricerca

Infine, il quinto atto tipico riguarda la ricerca la raccolta e l'analisi dei dati sul campo emersi dalle esperienze di turismo intergenerazionale; è stata effettuata utilizzando approcci qualitativi e quantitativi, multi-metodo con scale, osservazione partecipante e focus group e contribuendo alla stesura di un report di ricerca.

Conclusioni

Il "turismo intergenerazionale" è una delle nuove forme di turismo, un'occasione di conoscenza, attraverso un'esperienza turistico-culturale, tra partecipanti di generazioni diverse -non legate da vincoli di sangue- definiti "Nonni e Nipoti" per il clima che si instaura all'interno del gruppo, simile a quello familiare.

Dal Nord Italia: Sfruz, Trento (dal 2000 e dal 2016 in modalità Alternanza Scuola Lavoro/PCTO), San Pellegrino Terme, Bergamo (dal 2016 in modalità Alternanza Scuola Lavoro), Treviglio, Bergamo (2023, in modalità PCTO) tali ricerche/sperimentazioni si sono estese anche al Lazio, alla Sardegna, alla Toscana, configurandosi come progetto nazionale.

Nel contesto viterbese, il gruppo Nonni e Nipoti, espressione di Caritas e ACLI, è attivo dal 2002, in collaborazione con A.R.I.P.T.Fo.R.P (Associazione Ricerche Interdisciplinari Psicologia del Turismo – Formazione Ricerca Progettualità).

I principali risultati ottenuti hanno permesso di individuare un modello comune nell'evoluzione della comunicazione e delle relazioni tra i partecipanti: fasi di "avvicinamento", "conoscenza" e "empatia".

Il gruppo Nonni e Nipoti di Viterbo, caratterizzato da una profonda dimensione valoriale, attua inoltre la "creatività generativa" rappresentata dal "Patto tra generazioni" a favore:

- della memoria/cultura locale, con forme artistiche (come il teatro amatoriale o le esposizioni delle opere dello scultore Roberto Bassetto) che si ritrovano anche nel percorso formativo "*Arte e Natura*" (Treviglio, 2023);

- dell'Ambiente, con il tema "green" del dado solidale (dal 2016, rinnovato nel 2023); la collaborazione agli Orti Solidali Caritas (dal 2016) e la loro estensione nella rete R.O.S.A. Viterbo (dal 2022); il boschetto urbano "Nonni e Nipoti" (dal 2012) e la sua prosecuzione con il progetto "*Un albero per la Vita*" (2023-2024).

Le diverse Edizioni di turismo intergenerazionale privilegiano alcuni luoghi che rappresentano dal 2022 le tappe del Percorso Intergenerazionale Valoriale e di Educazione Ambientale realizzato dalle Acli Provinciali come biglietto da visita di "Viterbo Città per la Fraternità".

Riassumendo possiamo dire che il turismo intergenerazionale ha prodotto esiti positivi con riferimento al fatto che i partecipanti che hanno abbandonato stereotipi e pregiudizi legati alle diverse età e le comunità ospitanti si sono avvalse di progetti a favore della sostenibilità socio-culturale e ambientale.

L'esperienza di ricerca ha rafforzato la consapevolezza del ruolo che la ricerca psicologica può avere nella promozione del benessere collettivo e nella valorizzazione delle risorse territoriali.

BIBLIOGRAFIA

- Albanese, A. & Bocci, E. (2009). Turismo intergenerazionale ed educazione ambientale tra ricerca e sperimentazione [Intergenerational tourism and environmental education between research and experimentation]. Proceedings of the XIII congress of the national scientific committee "psychology and tourism"- IV A.R.I.P.T. National Congress. In *Turismo e psicologia. [Tourism and psychology]*, 2, 117-155.
- Albanese, A. & Bocci, E. (2013). I modelli teorici di riferimento per un turismo intergenerazionale. *Turismo e Psicologia. Rivista Interdisciplinare di Studi e Ricerche e Formazione* (1) 25-35. DOI: 10.14658/TP-2013-2.
- Albanese, A. & Bocci, E. (2018). Psychosocial Research/Interventions of Intergenerational Tourism in Italy. In L. Dryjanska and R. Giua (Eds.). *Silver Universe. Views in Active Living*. (pp. 01-12). Lexington Books: New York.
- Albanese, A. & Bocci, E. (2019). Intergenerational Sustainable Tourism and Quality of Life. In: A. Bianco, P. Conigliaro & M. Gnaldi (Eds.). *Italian Studies on Quality of Life. Social Indicators Research Series*, vol 77. Springer: Cham. 273-285. DOI: doi.org/10.1007/978- 3- 030- 06022- 0.
- Bocci, E., Varvaro, L. e Albanese, A. (2023). Vent'anni di ricerche/sperimentazioni di turismo intergenerazionali nel territorio viterbese: le ricadute sulle comunità ospitanti. Atti del Convegno Turismo intergenerazionale Nonni e Nipoti tra Arte e Natura. Esperienze formative 2023 (Bergamo, 2 dicembre 2023). *Turismo e Psicologia. Rivista Interdisciplinare di Studi e Ricerche e Formazione*, 16 (2) 20-33. DOI: <https://dx.doi.org/10.14658/tp-2023-2> (www.turismoepsicologia.it)
- Brignoli, M. (2016). La vacanza intergenerazionale a San Pellegrino Terme: nuove modalità di realizzazione finalizzate a rafforzare le sinergie interistituzionali e a rafforzare ruoli e funzioni dei Nonni e dei Nipoti. Atti del Convegno A.R.I.P.T. Fo.R.P. (Bergamo, 12 dicembre 2015). *Turismo e Psicologia. Rivista Interdisciplinare di Studi e Ricerche e Formazione*, 9 (2). 57-63. DOI: 10.14658/tp-2016-2.
- Brown, R., (1997), *Psicologia sociale dei gruppi*, Bologna, Il Mulino.
- Cattaneo, G. (2024). Turismo Intergenerazionale a Sfruz Val di Non 27-31 agosto 2023. Atti del Convegno Turismo intergenerazionale Nonni e Nipoti tra Arte e Natura. Esperienze formative 2023 (Bergamo, 2 dicembre 2023). *Turismo e Psicologia. Rivista Interdisciplinare di Studi e Ricerche e Formazione*, 16 (2) 20-33. DOI: <https://dx.doi.org/10.14658/tp-2023-2>
- Cicerchia, A. (2014). *Turismo e patrimonio culturale immateriale: Esperienze e riflessioni*. FrancoAngeli.
- Filep, S., & Laing, J. (2019). *Tourism and well-being: Transforming the tourist experience*. CABI Publishing.
- Graham, B., Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (2000). *A geography of heritage: Power, culture and economy*. Arnold.
- Kosic, A., Bocci, E., & Passafaro, P. (2024). *Resilienza e narrazione nella lotta alla tratta: Percorsi di sostegno e inclusione*. Università di Roma "La Sapienza".
- Markus, H. (1977). Self schemata and processing information about the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35 (2) 63-80.
- Mead, G.H. (1934). *Mind, Self, Society*. Chicago: Chicago University Press. (Trad. it. *Mente, Sé e Società*. Firenze: Editrice Universitaria, 1966).
- Moscato, G. (2010). The shaping of tourist experience: The importance of stories and themes. In M. Morgan, P. Lugosi & J. R. B. Ritchie (Eds.), *The tourism and leisure experience: Consumer and managerial perspectives*. Channel View Publications. 43-58
- Moscovici, S. (1961/1976). *La Psychanalyse Son Image et Son Public. Etude Sur la Representation Sociale de la Psychanalyse*. Paris: Presses Universitaires de France; Cabral, A. (1978) *A Representacao Social da Psicanalise*. Rio de Janeiro, Brazil:
- Passafaro, P., Mura, M., Albanese, A. & Bocci, E. (2017). Potentialities and Preferences for Alternative Forms of Sustainable Tourism: The Case of Rural and Intergenerational Tourism. In R. H. Price (Ed.). *Ecotourism and Sustainable Tourism: Management, Opportunities and Challenges*. Nova Science Publishers: NY. 29-84. [ISBN 978-1-53610-799-9].
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23. 16-20.
- Richards, G. (2021). *Creative tourism: Concepts, analysis and policies*. Routledge.
- Scannell, L., & Gifford, R. (2010). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology*, 30 (1), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2009.09.006>
- Sherif, M. (1966). *In common predicament: social psychology of group conflict and cooperation*. New York: Houghton Mifflin.
- Tajfel, H. (1978). *Differentiation between social groups: studies in the social psychology of intergroup relations*. London, UK: Academic press.

- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories*. Cambridge Uk: Cambridge University Press.
- Tribe, J. (2010). Philosophical issues in tourism. *Channel View Publications*.
- UNWTO. (2016). *Tourism for all – Promoting universal accessibility*. World Tourism Organization.
<https://www.unwto.org/Accessibility>
- Voigt, C., & Pforr, C. (2014). *Wellness tourism: A destination perspective*. Routledge.
- Vukonić, B. (1996). *Tourism and religion*. Pergamon.

ALLEGATO 1

Eventi svolti a Viterbo e Provincia a partire da gennaio 2025 in ordine cronologico.
(Locandine e flyers nel periodo maggio-agosto 2025, a cura di Tiziano Felici)

EVENTI	LOCANDINA
1. 4 gennaio 2025 – Evento gastronomico solidale Luogo: Parrocchia di Villanova, Viterbo Descrizione: Incontro gastronomico per l'assaggio dell'olio nuovo prodotto nei circuiti dell'economia solidale. Evento orientato alla valorizzazione del territorio e dei legami di comunità. <i>Rif.: Richards & Raymond, 2000 – Creative Tourism and Community Participation.</i>	
2. 24 febbraio 2025 – Festa di Carnevale Luogo: Parrocchia SS. Valentino e Ilario, Viterbo Descrizione: Festa popolare con giochi e momenti conviviali che stimolano il senso di appartenenza e favoriscono la socializzazione intergenerazionale; tra i partecipanti, il gruppo “Nonno e Nipoti”.	

3. 27 febbraio 2025 – Evento laboratoriale e gastronomico solidale
 Luogo: Sala “Simonetta Tribuzi”, ACLI Viterbo
 Descrizione: Attività didattico-esperienziale con due classi dell’I.C. Pietro Vanni, scuola primaria Alessandro Volta finalizzata alla costruzione delle maschere di carnevale, a giochi di gruppo e alla condivisione di una piccola colazione a base di olio solidale.

Rif.: Scannell & Gifford, 2010 – *Place Attachment and Psychological Wellbeing*.



4. 17 marzo 2025 – Eventi di sensibilizzazione.
 La donna si racconta / Mostra "Vittime di tratta"

Luogo: Spazio Attivo Lazio Innova, Viterbo
 Descrizione: Doppio evento con mostra itinerante sulla tratta e letture al femminile. Un focus sulla resilienza, l’empowerment e i percorsi di integrazione sociale nel mese dedicato alle donne.

Rif.: Kosic, A., Bocci, E., & Passafaro, P. (2024) – *Resilienza e Narrazione nella lotta alla Tratta*. Sapienza Università di Roma



5. 3 aprile 2025 – Evento di sensibilizzazione. Mostra "Mai più schiave ma libere nel cuore" Luogo: Chiesa di San Faustino e Santa Giovita, Viterbo Descrizione: Tappa della mostra sulla tratta, con focus sulla speranza e il recupero psicologico delle vittime. Approccio narrativo ed emotivo alla resilienza vissuta dall'interno del fenomeno della tratta delle schiave. Evento realizzato all'interno della Tenda dell'anno giubilare dedicato alla Speranza.	
6. 16 aprile 2025 – Evento formativo. Fertilizzazione biologica degli orti solidali Luogo: Orti Solidali della rete R.O.S.A. (Rete Orti Solidali Amici), Viterbo Descrizione: Incontro formativo con l'agronomo Alfredo Fabi sull'agricoltura sostenibile. Promozione della cultura ecologica come strumento di benessere collettivo. L'evento si è svolto all'interno del P.I.V.E.A. (Percorso Intergenerazionale Valoriale e di Educazione Ambientale).	
7. 19 maggio 2025 – Evento formativo. Nonni e Nipoti all'Orto Botanico dell'Università della Tuscia Luogo: Orto Botanico Unitus, Viterbo Descrizione: Incontro di educazione ambientale svolto dal Prof. Leonardo Varvaro (Unitus) e lo staff dell'Orto Botanico. Hanno partecipato gli studenti della classe seconda della scuola primaria A. Manzi di San Martino al Cimino (Vt) dell'I.C. Canevari e una delegazione del gruppo Nonni e Nipoti. L'Orto Botanico rientra all'interno del P.I.V.E.A. (Percorso Intergenerazionale Valoriale e di Educazione Ambientale).	

8. 25 maggio 2025 – Evento di sensibilizzazione. Mostra "Vittime di tratta" – Festival del Volontariato Luogo: Lazio Innova, Viterbo Descrizione: Edizione speciale della mostra all'interno del Festival "Viterbo Città a Colori", centrata sul valore del dono e del volontariato.	
9. 27 maggio 2025 – Evento formativo. Il dado solidale: dal Giardino della Fraternità a tutta la città Luogo: Giardino Chiara Lubich, Viterbo Descrizione: Evento educativo con scuole e giovani tra i 18 e 21 anni, per la promozione della fraternità e della cittadinanza attiva all'interno del P.I.V.E.A. (Percorso Intergenerazionale Valoriale e di Educazione Ambientale).	
10. 6 giugno 2025 – Evento di spiritualità. Lunga Notte delle Chiese Luogo: Unità Pastorale Sacra Famiglia, Viterbo Descrizione: Evento serale di spiritualità, arte e comunità con adorazione e messa. Occasione per turismo religioso e riflessione interiore. Rif.: Vukonić, B. (1996) – <i>Tourism and Religion</i>.	

11. 13 giugno 2025 – Convegno nazionale ACLI “Città ideali”: "La conservazione del patrimonio culturale e le comunità" - Benessere psico-sociale e turismo

Luogo: San Martino al Cimino, Viterbo

Descrizione: Incontro accademico e comunitario sul rapporto tra patrimonio, abitare e benessere psicosociale, promosso da Sapienza Università di Roma e Italia Nostra aps.

Rif.: *Graham, B., Ashworth, G., & Tunbridge, J. (2000) – A Geography of Heritage.*

Il convegno ha rappresentato un'importante occasione di dialogo tra studiosi, amministratori, operatori del sociale e cittadini. Durante la giornata si è discusso di come progettare contesti urbani e turistici capaci di promuovere il benessere psicologico e relazionale delle persone, mettendo al centro: appartenenza, sicurezza, bellezza, sostenibilità. Sulla scia delle ricerche sul “*well-being tourism*”, che hanno messo in luce la relazione tra ambiente, salute mentale e qualità della vita (Voigt & Pforr, 2014; Filep & Laing, 2019). L'evento ha rafforzato l'idea che il turismo può (e dovrebbe) essere uno strumento di rigenerazione sociale, oltre che economica.

12. 20 giugno 2025 – Evento tematico Giovani ACLI: “Intrecci di Passioni”

Luogo: Parrocchia Sacra Famiglia, Viterbo

Descrizione: Evento di scambio intergenerazionale tra “Nonni e Nipoti”, con esposizione di passioni e collezioni. Promozione della memoria e delle relazioni.

Nel solco delle attività precedenti, un successivo evento tematico promosso dai Giovani delle ACLI di Viterbo ha permesso di approfondire le passioni e le collezioni di giovani e “nonni” in un'ottica inclusiva, di comunicazione e di relazioni tra i partecipanti.

13. Da giugno 2025 – Progetto di marketing e turismo sociale

Durante i mesi estivi, è stato avviato un articolato progetto di promozione e marketing legato al turismo sociale. Il progetto ha incluso la produzione di materiale informativo, la diffusione di buone pratiche e la valorizzazione delle iniziative promosse nel territorio viterbese.

L'obiettivo è stato duplice: da un lato sensibilizzare il pubblico sull'importanza del turismo accessibile e solidale, in linea con la visione dell'Organizzazione Mondiale del Turismo secondo cui «il turismo dovrebbe essere diritto di tutti e strumento di sviluppo umano» (UNWTO, 2016), dall'altro offrire strumenti concreti per una comunicazione efficace e partecipativa delle attività svolte.



16. 10 agosto 2025 – Evento promozionale. “Notte di San Lorenzo” negli Orti Solidali Luogo: Orti Solidali Caritas Via Lega dei dodici popoli, Viterbo Descrizione: In occasione della notte delle stelle cadenti, gli Orti Solidali si sono trasformati in uno spazio di incontro, di riflessione e di condivisione. La serata ha unito il fascino dell’osservazione astronomica alla convivialità, proponendo un’esperienza immersiva nella natura, in grado di stimolare emozioni profonde e senso di appartenenza al gruppo all’interno del P.I.V.E.A. (Percorso Intergenerazionale Valoriale e di Educazione Ambientale).	
17. 25 agosto 2025 – Evento promozionale. Inaugurazione: “Il Boschetto Fiabesco - Nonni e Nipoti” Luogo: Boschetto Nonni e Nipoti Via Luigi Petroselli, Viterbo Descrizione: A ridosso della partenza per la vacanza estiva, è stato inaugurato il “Boschetto Fiabesco”, un luogo simbolico e reale pensato per favorire il gioco, la narrazione e l’incontro tra generazioni. Questa esperienza “pre-vacanza” ha avuto la funzione di creare un clima affettivo e relazionale favorevole, preparando il gruppo all’intensa settimana che sarebbe seguita. Il boschetto “Nonni e Nipoti” si trova all’interno del P.I.V.E.A. (Percorso Intergenerazionale Valoriale e di Educazione Ambientale).	

18. Dal 26 al 30 agosto 2025 – Progetto di Turismo Intergenerazionale “Nonni e Nipoti - Ri-generazioni” (XXII edizione)

La XXII edizione del progetto “Nonni e Nipoti”, storica iniziativa di turismo intergenerazionale, ha visto la partecipazione di un gruppo numeroso e affiatato (da 25 a 50 persone ogni giorno). Ogni giornata si è aperta con l'accoglienza da parte delle istituzioni locali e si è conclusa con giochi di gruppo e il momento degli “Intrecci di Passioni”, uno spazio dedicato alla condivisione di emozioni e riflessioni personali, culminato in un focus group finale. Le cene conviviali hanno rafforzato ulteriormente il senso di comunità e di appartenenza. Come suggerito anche da recenti approcci partecipativi al “turismo esperienziale”, che valorizzano la narrazione, la ritualità e il coinvolgimento emotivo (Moscardo, 2010; Richards, 2021).

Nonni e Nipoti
“RI-GENERAZIONI”
XXII EDIZIONE

Progetto intergenerazionale di turismo esperienziale per la valorizzazione del territorio e la promozione del dialogo tra generazioni.

PRE-VACANZA
● 25 Agosto: Viterbo
Ore 17:30 Accoglienza di benvenuto e Saluto Istituzionale presso il Boschetto Fubesco “Nonni e Nipoti”

VACANZA
● 26 Agosto: Ronciglione - La Pace
Ore 18:00 Accoglienza di benvenuto presso il Largo della Pace
● 27 Agosto: Tuscania - La Pace
Ore 18:00 Accoglienza di benvenuto presso la Chiesa S. Maria della Pace
● 28 Agosto: Bomarzo - L'Amore
Ore 18:00 Accoglienza di benvenuto e Saluto Istituzionale presso il Castello Orsini
● 29 Agosto: Fregene e Marta - La Natura
Ore 18:00 Accoglienza di benvenuto e Saluto Istituzionale presso la Chiesa Nautica “Sibilla e il Leone” di Fregene, a seguire momento conviviale presso il complesso “Madonna del Monte” di Marta
● 30 Agosto: Capotondo - La Pace
Ore 18:00 Accoglienza di benvenuto e Saluto Istituzionale presso la Chiesa Nautica

POST-VACANZA
● 31 Agosto: Viterbo - La Fraternità
Ore 18:00 Accoglienza di benvenuto e Saluto Istituzionale presso il Largo della Pace “La Quercia”

INFORMAZIONI E PRENOTAZIONI:
ACLI Sede Provinciale di Viterbo
Via Alessandro Volta 1/A
01100 Viterbo
Email: info@acliviterbo.it
Cell: 3801851170 (Tiziano)
0761340018

19. 26 agosto – “La Pace” a Ronciglione

Luogo: Ronciglione (VT)

Descrizione: La giornata ha preso il via con la visita ai borghi medievali di Ronciglione, un contesto ricco di storia e spiritualità. La visita alla Chiesa della Pace ha fornito lo spunto per riflettere sul significato simbolico e concreto della pace nelle relazioni quotidiane. La serata si è conclusa in prossimità del Lago di Vico con un momento conviviale.

NONNI E NIPOTI
“RI-GENERAZIONI”
dal 26 al 30 agosto | Edizione XXII 2025

MARTEDÌ 26 AGOSTO
● La Pace ● Ronciglione

- Ore 16:30: Partenza da Viterbo “solito posto!”
- Accoglienza di benvenuto e Saluti Istituzionali
- Visita al Largo della Pace e al Centro Storico
- Giochi di Gruppo e Intrecci di Passioni
- Passeggiata sul lungolago di Vico (lato Caprarola)
- Momento conviviale

INFO E PRENOTAZIONI
ACLI Sede Provinciale di Viterbo
Via Alessandro Volta 1/A 01100 Viterbo
info@acliviterbo.it
0761340018 | 3801851170 (Tiziano)

20. 27 agosto – “La Pace” a Tuscania

Luogo: Tuscania (VT)

Descrizione: Il tema della pace è stato approfondito anche a Tuscania, con la visita alla chiesa di Santa Maria della Pace e al suggestivo centro storico. L'ambiente sereno e la bellezza del luogo hanno favorito momenti di silenzio e contemplazione, propedeutici al dialogo tra le generazioni, alla dimensione ludica e conviviale.

NONNI E NIPOTI
“RI-GENERAZIONI”
dal 26 al 30 agosto | Edizione XXII 2025

MERCOLEDÌ 27 AGOSTO
● La Pace ● Tuscania

- Ore 17:00: Partenza da Viterbo “solito posto!”
- Visita alla Chiesa di Santa Maria della Pace e al Centro Storico
- Giochi di gruppo
- Intrecci di passioni
- Momento conviviale

INFO E PRENOTAZIONI
ACLI Sede Provinciale di Viterbo
Via Alessandro Volta 1/A 01100 Viterbo
info@acliviterbo.it
0761340018 | 3801851170 (Tiziano)

21. 28 agosto – “L’Amore” a Bomarzo Luogo: Bomarzo (VT) Descrizione: Il tema dell’amore ha guidato la terza giornata, ambientata a Bomarzo. Il gruppo ha visitato il Castello Orsini e il centro storico, esplorando la dimensione dell’amore come legame affettivo, cura reciproca e memoria familiare. I nonni hanno potuto raccontare storie del passato, mentre i più giovani hanno dato voce alla loro visione del futuro. Il gruppo intergenerazionale è stato accolto dal Sindaco di Bomarzo ed il momento conviviale si è svolto presso il Circolo Acli Sant’Anselmo di Bomarzo.	
22. 29 agosto – “La Natura” a Farnese e Marta Luogo: Farnese e Marta (VT) Descrizione: Un’escursione immersiva nella Riserva Naturale della Selva del Lamone ha permesso di esplorare il legame tra essere umano e ambiente. La guida dell’esperto Camillo Castellani è stata realizzata grazie alle sinergie delle Acli Provinciali di Viterbo con la Riserva Naturale Selva del Lamone. Il trasferimento nella zona della Madonna del Monte a Marta ha rappresentato un momento di transizione emotiva, preparatorio alla conclusione dell’esperienza.	
23. 30 agosto – “La Pace” a Capodimonte: veleggiata per la Pace. Luogo: Capodimonte (VT) Descrizione: Il progetto si è concluso con una suggestiva “Veleggiata per la Pace” organizzata dalle Acli Provinciali di Viterbo in collaborazione con il Club Nautico di Capodimonte. Il lago, con la sua quiete e la vastità delle sue acque, ha simbolicamente rappresentato il viaggio condiviso e la speranza di un futuro armonioso. Hanno partecipato i Sindaci dei Comuni di Capodimonte e di Marta, insieme al Parroco di Capodimonte.	

24. 2 ottobre 2025 – Giubileo dei Nonni e degli Anziani

Luogo: Cattedrale di Viterbo - Studi RAI di Roma

Descrizione: L'evento promosso dalla Diocesi di Viterbo è un esempio emblematico di "turismo" religioso e relazionale, che coinvolge le generazioni in un contesto di spiritualità, tradizione e comunità. Il Giubileo dei Nonni favorisce la riscoperta del territorio e della fede come elementi di coesione sociale e di benessere psico-emotivo. L'iniziativa stimola la partecipazione attiva degli anziani e promuove l'inclusività basata sulla valorizzazione del tempo condiviso e del dialogo tra generazioni.

La visita agli studi Rai, che ha coinvolto un gruppo intergenerazionale, rientra in una forma di "turismo della memoria" e dell'identità collettiva. La partecipazione attiva di nonni e nipoti in un contesto mediatico nazionale ha promosso l'inclusione, stimolato il senso di appartenenza e sostenuto il benessere psicologico attraverso l'auto-rappresentazione e la narrazione del sé. Si tratta di un'esperienza che rafforza i legami familiari e valorizza il patrimonio culturale attraverso l'accesso diretto ai luoghi della comunicazione.



**Giubileo
dei NONNI e
degli ANZIANI**

Giovedì 2 ottobre 2025
17,00 S. Messa Cattedrale di Viterbo
presieduta dal Vescovo
S. Ecc. Mons. Orazio Francesco Piazza
dalle ore 16,00 sarà possibile accostarsi al Sacramento della Riconciliazione

Domenica 5 ottobre 2025
FESTA DELLE GENERAZIONI
Pranzo nonni e nipoti
(organizzato nelle foranie)



25. 5 ottobre 2025 – Festa delle Generazioni

Luogo: Parrocchia Sacra Famiglia, Viterbo

Descrizione: Segue l'evento promosso dalla Diocesi di Viterbo, esempio emblematico di "turismo" religioso e relazionale, che coinvolge le generazioni in un contesto di spiritualità, tradizione e comunità. La Festa delle Generazioni favorisce la riscoperta della fede come elementi di coesione sociale e di benessere psico-emotivo. L'iniziativa stimola la partecipazione attiva degli anziani e promuove l'inclusività basata sulla valorizzazione del tempo condiviso e del dialogo tra generazioni. Evento di scambio intergenerazionale tra "Nonni e Nipoti" e promozione della memoria e delle relazioni tra i partecipanti.



**DOMENICA
5 OTTOBRE 2025**

**FESTA DELLE
GENERAZIONI**
Pranzo nonni e nipoti

11.30 S. Messa Chiesa Sacra Famiglia

12,45 PRANZO
presso la Sala Polifunzionale della
Parrocchia Sacra Famiglia

menù: zuppa patate e fagioli,
pasta al ragù, rollè di carne
con due contorni,
dolce, acqua e vino

contributo € 10,00

prenotazioni
entro il 1 ottobre 2025 a
Francesco 338 9238233
Alessandra 339 1347037

26. 17 ottobre 2025 – Il colore come identità dell'abito
Un Viaggio tra Moda, Scienza e Cultura

Luogo: Sapienza, Università di Roma (Dipartimento di Chimica e Tecnologie del Farmaco della Sapienza Università di Roma)

Descrizione: l'evento *"Il Colore come Identità dell'Abito"*, una giornata di studio interdisciplinare che esplora il ruolo del colore come elemento culturale, scientifico ed espressivo nella moda e nei tessuti.

L'iniziativa, che unisce moda, scienza dei materiali, arte e psicologia sociale, propone un ricco programma di interventi accademici e testimonianze pratiche, culminando in una visita guidata al Museo di Chimica "Primo Levi".

Il colore viene analizzato non solo come pigmento, ma come strumento narrativo capace di evocare emozioni, identità e appartenenze culturali, tematiche centrali anche nell'ambito della psicologia del turismo, dove l'esperienza sensoriale e simbolica gioca un ruolo fondamentale nella percezione dei luoghi e delle tradizioni.



27. ottobre 2025 – Atelier Solidale
Donare un abito, realizzare un sogno

Luogo: Via A. Volta, Viterbo

Descrizione: L'iniziativa dell'Atelier Solidale, un gesto di solidarietà che si inserisce nel contesto esperienziale e del volontariato. Il progetto valorizza la dimensione affettiva degli oggetti, in questo caso l'abito da sposa, e crea un legame simbolico e narrativo tra donne di diverse esperienze e provenienze. Tale pratica può generare percorsi motivati dal desiderio di condivisione, inclusione e scambio culturale, incentivandone una forma consapevole e significativa.



28. 17 ottobre 2025 – Evento tematico Giovani ACLI: "Intrecci di Passioni"

Luogo: Parrocchia Santa Maria della Grotticella, Viterbo

Descrizione: Evento di scambio intergenerazionale tra "Nonni e Nipoti", con esposizione di passioni e collezioni. Promozione della memoria e delle relazioni.

Nel solco delle attività precedenti, un successivo evento tematico promosso dai Giovani delle ACLI di Viterbo ha permesso di approfondire le passioni e le collezioni di giovani e "nonni" in un'ottica inclusiva, di comunicazione e di relazioni tra i partecipanti. I nipoti si raccontano ai nonni.

