

Allegato 1: CONTESTO E SFIDA

Borghi e cammini

Vivere le qualità del territorio: esperienze ed emozioni in chiave slow

La strategia

Il 2017 è stato proclamato dal Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo l'Anno dei Borghi. Con questa iniziativa si intende portare l'attenzione del pubblico sull'importante patrimonio artistico, culturale, naturale e umano che caratterizza questi luoghi e sulle potenzialità che rappresenta in termini di attrazione turistica. I borghi sono luoghi in cui si conservano identità, saperi e mestieri: un patrimonio materiale e immateriale di tradizione e di storia unico al mondo.

Nel 2016, analogamente, con l'Anno dei Cammini si è voluto dare visibilità alla ricchezza costituita, in tutto il Paese, dagli itinerari escursionistici pedonali o fruibili con altre forme di mobilità dolce e sostenibile.

Le due iniziative si inseriscono in una strategia di sviluppo dell'offerta turistica che punta sulla scoperta di nuove mete e di un nuovo modo di fare turismo, un turismo lento, sostenibile, vicino alle comunità locali e che dà valore a componenti importanti dell'identità culturale e paesaggistica del Paese. Un modello di turismo capace di offrire esperienze adeguate alle nuove esigenze dei viaggiatori più appassionati e curiosi.

Nella *vision* fissata dal Piano Strategico di sviluppo del Turismo 2017-2022¹, adottato dal Consiglio dei Ministri il 17 febbraio 2017, il nostro Paese è destinato a riaffermare la leadership nel mercato turistico, rilanciando la bellezza del suo patrimonio e dei suoi territori quale fattore unico e distintivo di competitività e attrazione. Questo scenario obiettivo comporta un rinnovamento profondo dei modelli di offerta turistica, in direzione della sostenibilità, dell'innovazione digitale, dell'intelligente adattamento alle nuove tendenze della domanda e della qualità dell'accoglienza. La fruizione turistica del patrimonio culturale e territoriale va innovata alla luce delle trasformazioni delle tecnologie e del mercato, resa più sostenibile, ampliata. È fondamentale promuovere esperienze di visita uniche e autentiche. In tale contesto:

- i Borghi sono identificati come destinazioni emergenti in cui possono essere costruiti o rafforzati prodotti turistici basati sulla fruizione responsabile o in cui viene promosso uno sviluppo turistico fortemente integrato con la valorizzazione delle altre risorse territoriali, come ad esempio l'agricoltura o la cultura materiale e immateriale dei luoghi;
- il PST promuove i Cammini come forme di percorrenza alternativa "quali strumenti di conoscenza capillare e ramificata della storia e del patrimonio diffuso dell'Italia" che permettono una percezione slow del territorio attraverso una mobilità dolce e rispettosa dell'ambiente.

¹ Il PST è disponibile sul sito <http://www.pst.beniculturali.it>





Le prospettive turistiche

Nel 2016 gli **arrivi** e le **presenze** in Italia segnano un incremento dell'1% coerente con il trend degli ultimi anni. Negli ultimi 15 anni la **permanenza media** dei turisti soprattutto stranieri è invece calata significativamente. Nel 2016 la permanenza media si attesta a 3,5 giorni per gli italiani e 3,6 giorni per gli stranieri dati ben lontani dai 4,1 giorni del 2001. L'allungamento della permanenza media è la principale sfida del sistema turistico, è necessario quindi cogliere i segnali che arrivano dall'apprezzamento delle destinazioni e dei contenuti emergenti.

Nel periodo **2009-15** si è registrata una **crescita significativa degli arrivi nell'altra Italia**, quella delle destinazioni dette "minori" ma che rappresentano la vera identità del Paese fatta di borghi, enogastronomia, paesaggio, cultura e qualità della vita. Gli arrivi nelle località collinari registrano +42,4%, mentre le città minori di interesse storico e artistico +40,7%.²

Le prospettive turistiche dei borghi sono promettenti. Secondo uno studio della Regione Emilia Romagna, capofila del progetto "Borghi viaggio italiano", **nel 2016 l'indice di internazionalizzazione nei borghi si è attestato intorno al 30%**, con 15 milioni di turisti e un indotto di 950 milioni di euro sul territorio. Sono dati di forte impatto per le aree interne che spesso vivono situazioni economiche depresse.

Alcuni dati

- I piccoli comuni (con meno di 5000 abitanti) in Italia sono più di 5600 e rappresentano circa il 54% del territorio nazionale³ e si caratterizzano per un progressivo invecchiamento della popolazione accompagnato da fenomeni di spopolamento⁴.
- Il principali parametri turistici dei piccoli comuni dal 1991 al 2016 segnano una crescita: +15% di presenze e +21% di posti letto, ma è da notare come tale crescita sia radicalmente più lenta di quella dei comuni più grandi (+44,7% e + 35,7%)⁴
- Nei Borghi e nelle aree interne, lungo le arterie minori di viabilità del nostro Paese è presente un patrimonio considerevole di abitazioni, immobili e aree industriali in disuso: nei piccoli comuni nel 2016 quasi una abitazione su tre è inoccupata⁴.
- Le pratiche di attivazione di sistemi diffusi d'ospitalità che valorizzano il patrimonio immobiliare in abbandono sono in crescita.
- I cammini rappresentano 6600 km di percorsi distribuiti su tutto il territorio nazionale⁵.
- I viaggiatori che utilizzano i cammini storici sono di difficile monitoraggio, le stime indicano che ogni anno siano 10 mila sui Cammini Francescani, 7 mila sulla via Francigena⁶.
- Nel 2016 è stato stimato un incremento del 30% dei viandanti che hanno utilizzato i cammini.

² Fonte: Elaborazione Confcommercio-Confturismo su dati ISTAT

³ Fonte: Atlante Piccoli Comuni 2015. IFEL

⁴ Fonte: PICCOLO (E FUORI DAL) COMUNE: Cosa sta cambiando nell'Italia dei piccoli comuni – Dossier sul disagio abitativo dei piccoli comuni; Legambiente – Unioncamere – Symbola, 2016

⁵ Fonte: Ecobnb-2016 Anno dei Cammini Viaggio nell'Italia Lenta

⁶ Fonte: TCI in collaborazione Associazione Vie Francigene d'Europa





La sfida

In Italia sono molti i luoghi ricchi di fascino, di storia e di tradizioni ancora da scoprire: sono borghi e paesaggi unici. Ricchi di esperienze da vivere.

Il patrimonio storico e i beni culturali, le risorse ambientali e naturali, la tradizione enogastronomica e la cultura popolare sono tutti elementi su cui costruire nuovi itinerari e nuovi servizi per un turista curioso e consapevole.

Obiettivo della competizione è stimolare nuove idee imprenditoriali e aggregazioni di imprese capaci di valorizzare il territorio in maniera creativa, di proporre al turista nuovi modi di conoscere il patrimonio materiale e immateriale legato ai borghi e ai cammini.

Elementi per la progettualità

- **L'innovazione**

Ampliare l'offerta turistica e valorizzare le componenti culturali e naturali che caratterizzano i borghi e i cammini richiede un approccio creativo e innovativo. In questo senso il tema dell'innovazione investe più aspetti: l'innovazione dei processi organizzativi del sistema di offerta; nuove strategie di marketing finalizzate a far conoscere e raccontare borghi e cammini; l'analisi della domanda per intercettare nuovi target di visitatori e costruire proposte ritagliate su specifiche esigenze e aspettative; ma soprattutto l'ideazione di nuovi prodotti e/o servizi che vadano a completare il sistema di offerta a partire da luoghi, storie, persone, culture, relazioni, tradizioni, attività.

- **L'accessibilità**

L'accessibilità non è solo una questione logistica, accessibilità significa anche far sì che luoghi, attività ed esperienze siano fruibili a tutti, indipendentemente dall'età e dalle condizioni di salute o mobilità, tenendo conto delle specifiche esigenze.

Rendere più facile in tutti i sensi l'accesso all'esperienza turistica nei borghi e lungo i cammini rappresenta un'opportunità per agevolarne la fruizione e in questo ampliare il target di potenziali visitatori. Anche l'attivazione di sinergie tra borghi e cammini, la creazione di connessioni attraverso una rete infrastrutturale sostenibile può rappresentare, di per sé, una ulteriore componente dell'offerta.

- **La sostenibilità**

La valorizzazione turistica di borghi e cammini non può prescindere da un approccio sostenibile dal punto di vista ambientale, ma anche sociale ed economico. Non ci si può accontentare di "non fare" ciò che potrebbe alterare gli equilibri, la sfida è invece quella di proporre nuovi modelli che nella sostenibilità individuano un vantaggio competitivo: il coinvolgimento delle comunità locali, l'affermazione oltre la tutela delle identità dei luoghi, la connessione delle attività del territorio per un'equa distribuzione delle opportunità connesse allo sviluppo turistico, rappresentano alcuni esempi attraverso i quali perseguire la sostenibilità dei progetti turistici.





- **Fare rete**

La competitività dell'offerta turistica è strettamente legata al livello di aggregazione e integrazione del sistema. L'attrazione e la competitività di un luogo dipende infatti fortemente dalla capacità di mettere insieme la fruizione di risorse diverse, associando a esse prodotti distintivi, e di combinare elementi diversi come la disponibilità delle infrastrutture e dei servizi.

L'integrazione passa anche e soprattutto da modelli di collaborazione e aggregazione trasversale degli attori economici presenti su un territorio, non solo operatori strettamente turistici, ma anche imprese rappresentative delle eccellenze del territorio, operatori dei servizi di mobilità e dei servizi alle persone. Queste formule di collaborazione, costruite su obiettivi di reciproca utilità, potrebbero vedere coinvolte le istituzioni territoriali e le associazioni espressione delle comunità locali.

In un sistema diffuso come quello dei cammini e dei borghi mettere a rete le risorse dei territori è una strategia vincente che permette di ottimizzare le potenzialità dei singoli attrattori.

