



Ministero
dei beni e delle
attività culturali
e del turismo

Direzione Generale Turismo



UNIONE EUROPEA
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



Agenzia per la Coesione Territoriale



*Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Funzione Pubblica*



“Piano Azione Coesione (PAC)”

Analisi della attuale e potenziale dei beni culturali a bassa affluenza e/o al di fuori dei circuiti tradizionali del turismo di massa, comprendendo in particolare siti UNESCO, borghi e cammini localizzati nelle regioni Calabria, Campania, Puglia e Sicilia





Studio elaborato da Federculture Servizi per conto della Direzione Generale Turismo

Coordinatore e responsabile scientifico:
Roberto Formato

Testi e ricerche di:
Flavia Camaleonte
Anna Cason
Luca Introini

In copertina: Icons by Prosymbols, Eucalyp, Freepik, Pixel perfect

Sommario

Indice Figure.....	8
Indice Tabelle	8
EXECUTIVE SUMMARY	14
1. INQUADRAMENTO DEI SITI ESAMINATI.....	19
1.1. Beni culturali esaminati	19
1.1.1. Siti Unesco	19
1.1.2. Beni culturali a bassa affluenza	21
1.1.3. Borghi	22
1.1.4. Cammini d'Italia	30
1.1.4.1. L'Atlante digitale dei Cammini d'Italia.....	30
1.1.4.2. I Cammini analizzati	31
1.1.5. Ciclovie turistiche	34
1.1.5.1. Il quadro nazionale.....	34
1.1.5.2. La Ciclovie dell'Acqua.....	35
1.1.5.3. La Ciclovie della Magna Grecia.....	37
1.1.6. Ferrovie storiche	37
1.1.6.1. Progetto "Binari senza tempo"	38
1.1.6.1. Viaggi in treno storico-turistici	40
2. INDICATORI UTILIZZATI E FONTI DI DATI	43
2.1. Indicatori comuni.....	43
2.2. Indicatori specifici per bene culturale.....	45
2.2.1. Indicatori e fonti di dati per i Siti Unesco.....	45
2.2.1.1. Indicatori di offerta.....	45
2.2.1.2. Indicatori di domanda	46
2.2.2. Indicatori e fonti di dati per i beni culturali a bassa affluenza.....	46
2.2.2.1. Indicatori di offerta.....	46
2.2.2.1. Indicatori di domanda	47
2.2.3. Indicatori e fonti di dati per i borghi.....	47
2.2.3.1. Indicatori di offerta.....	47
2.2.3.2. Indicatori di domanda	48
2.2.4. Indicatori e fonti di dati per i Cammini d'Italia	48
2.2.4.1. Indicatori di offerta.....	48
2.2.4.2. Indicatori di domanda	48
2.2.5. Indicatori e fonti di dati per le Ciclovie turistiche	49
2.2.5.1. Indicatori di offerta.....	49
2.2.5.2. Indicatori di domanda	49
2.2.6. Indicatori e fonti di dati per le Ferrovie storiche.....	49

2.2.6.1.	Indicatori di offerta.....	49
2.2.6.1.	Indicatori di domanda	49
3.	DOMANDA ATTUALE VERSO I BENI CULTURALI IDENTIFICATI.....	50
3.1.	Domanda verso i siti Unesco.....	50
3.2.	Domanda attuale per i beni culturali a bassa affluenza.....	52
3.3.	Domanda attuale verso i borghi	53
3.3.1.	La domanda verso i borghi certificati.....	53
3.3.2.	La domanda verso le aree rurali della comunità Airbnb.....	55
3.4.	Domanda attuale per i Cammini d'Italia	56
3.5.	Domanda attuale per le Ciclovie turistiche.....	60
3.6.	Domanda attuale per le Ferrovie storiche.....	62
4.	INVESTIMENTI EFFETTUATI E RISULTATI SOCIO-ECONOMICI	65
4.1.	Il modello di riferimento.....	65
4.2.	Investimenti e risultati per i siti Unesco.....	66
4.2.1.	Investimenti.....	66
4.2.2.	Imprese e servizi turistici attivati	67
4.2.2.1.	Capacità ricettiva relativa ai siti Unesco.....	67
4.2.2.2.	Imprese della filiera turistica culturale.....	68
4.2.2.3.	Popolarità degli attrattori locali su Trip Advisor.....	68
4.2.3.	Risultati socio-economici.....	69
4.3.	Investimenti e risultati per i beni culturali a bassa affluenza.....	69
4.3.1.	Investimenti.....	69
4.3.2.	Imprese e servizi turistici attivati	71
4.3.2.1.	Capacità ricettiva relativa ai beni culturali a bassa affluenza	71
4.3.2.2.	Imprese della filiera turistica culturale.....	72
4.3.2.3.	Popolarità degli attrattori locali su Trip Advisor.....	74
4.3.3.	Risultati socio-economici.....	74
4.4.	Investimenti e risultati per i borghi.....	76
4.4.1.	Investimenti.....	76
4.4.2.	Imprese e servizi turistici attivati	77
4.4.2.1.	Capacità ricettiva nei borghi certificati.....	77
4.4.2.2.	Capacità ricettiva nei borghi oggetto di indagine.....	78
4.4.2.3.	Indici di densità ricettiva dei borghi oggetto di indagine.....	86
4.4.2.4.	Diffusione di Airbnb nell'area dei borghi oggetto di indagine.....	87
4.4.2.5.	Imprese della filiera turistico-culturale	87
4.4.2.6.	Popolarità degli attrattori locali su Trip Advisor.....	91
4.4.3.	Risultati socio-economici.....	91
4.5.	Investimenti e risultati i Cammini d'Italia	92

4.5.1.	Investimenti.....	92
4.5.2.	Imprese e servizi turistici attivati.....	94
4.5.2.1.	Capacità ricettiva nei comuni tappa dei cammini.....	94
4.5.2.2.	Imprese della filiera turistica culturale.....	98
4.5.3.	Risultati socio-economici.....	101
4.6.	Investimenti e risultati relativi alla Ciclovia dell'Acqua.....	102
4.6.1.	Investimenti.....	102
4.6.2.	Imprese e servizi turistici attivati.....	103
4.6.2.1.	Capacità ricettiva nei comuni tappa della Ciclovia.....	103
4.6.2.2.	Diffusione di Airbnb nei comuni tappa della ciclovia.....	107
4.6.2.3.	Imprese della filiera turistico-culturale.....	108
4.6.3.	Risultati socio-economici.....	111
5.	IL CRUSCOTTO BILANCIATO.....	113
5.1.	L'utilizzo dei cruscotti bilanciati nel settore turistico-culturale.....	113
5.2.	Descrizione del cruscotto utilizzato.....	114
5.3.	Cruscotto per i siti Unesco.....	116
5.4.	Cruscotto per i beni culturali a bassa affluenza.....	117
5.5.	Cruscotto per i borghi.....	118
5.6.	Cruscotto per i Cammini d'Italia.....	119
5.7.	Cruscotto per le Ciclovie turistiche.....	120
5.8.	Cruscotto per le Ferrovie storiche.....	121
6.	DOMANDA POTENZIALE.....	122
6.1.	Segmenti di domanda potenziale per i Siti Unesco.....	122
6.2.	Segmenti di domanda potenziale per i beni culturali a bassa affluenza.....	123
6.3.	Segmenti di domanda potenziale per i borghi.....	125
6.4.	Segmenti di domanda potenziale per i Cammini d'Italia.....	127
6.5.	Segmenti di domanda potenziale per le Ciclovie turistiche.....	127
6.6.	Segmenti di domanda potenziale per le Ferrovie storiche.....	128
7.	SERVIZI NECESSARI A SODDISFARE LE RICHIESTE DEI NUOVI POTENZIALI SEGMENTI DI DOMANDA.....	130
7.1.	Il modello adottato. La catena del valore del prodotto turistico.....	130
7.2.	I siti Unesco.....	133
7.2.1.	Gap da colmare.....	133
7.2.2.	Best practice.....	133
7.2.2.1.	Officine Culturali e la gestione del monastero dei benedettini di San Nicolò l'Arena di Catania.....	133
7.3.	Beni culturali a bassa affluenza.....	134
7.3.1.	Gap da colmare.....	134
7.3.2.	Possibili interventi migliorativi.....	136

7.3.3.	Best practice.....	137
7.3.3.1.	Castello di Santa Severa e il progetto strategico per una fruizione stabile e duratura	137
7.4.	Borghi.....	138
7.4.1.	Gap da colmare.....	138
7.4.1.1.	Modelli di borghi esaminati.....	138
7.4.1.2.	Fattori di successo.....	140
7.4.2.	Best practice.....	144
7.4.2.1.	Ballyhoura, Irlanda.....	144
7.4.2.2.	Civita di Bagnoregio (VT).....	145
7.4.2.3.	Castel del Giudice (IS).....	145
7.5.	Cammini d'Italia.....	146
7.5.1.	Best practice.....	146
7.5.2.	Gap da colmare.....	147
7.5.2.1.	Il rafforzamento della governance	148
7.5.2.2.	L'integrazione con le nuove tecnologie.....	149
7.5.2.3.	Infrastrutturazione dell'itinerario	150
7.6.	Ciclovie turistiche	154
7.6.1.	Gap da colmare.....	154
7.6.1.1.	Mappatura del percorso.....	154
7.6.1.2.	Completamento dell'infrastruttura ciclabile.....	154
7.6.1.3.	Segnaletica	154
7.6.1.4.	Ricettività.....	155
7.6.1.5.	Ristorazione.....	156
7.6.1.6.	Accesso ai percorsi e intermodalità.....	157
7.6.1.7.	Ulteriori servizi accessori.....	158
7.6.1.8.	Servizi e strumenti per la manutenzione dei percorsi.....	158
7.6.1.9.	Iniziative di promozione dell'itinerario	159
7.6.2.	Best practice.....	159
7.6.2.1.	Strada del Danubio e rete cicloturistica dell'Austria.....	159
7.6.2.2.	"Svizzera - Paese della Bicicletta"	161
7.7.	Ferrovie storiche	162
7.7.1.	Best practice.....	162
7.7.1.1.	Ferrovia storica Sulmona-Carpinone-Isernia ("Transiberiana d'Italia")	162
7.7.1.2.	Ferrovia storica Asciano-Monte Antico ("Treno Natura")	163
7.7.1.3.	Ferrovia storica Palazzolo sull'Oglio - Paratico Sarnico.....	163
7.7.1.4.	Ferrovia Retica ("Treno Rosso del Bernina").....	164
7.7.1.5.	Train à Vapeur des Cévennes	165

7.7.2. Gap da colmare	166
7.7.2.1. Le connessioni.....	169
7.7.2.2. Edifici riqualificati ad uso sociale.....	170
7.7.2.3. Integrazione con il velorail o ferrociclo	171
8. SINTESI DEI RISULTATI E RACCOMANDAZIONI. LA BUSSOLA STRATEGICA..	173
8.1. Il modello di Bussola Strategica.....	173
8.2. Bussola Strategica per i Siti Unesco.....	174
8.3. Bussola Strategica per i beni culturali a bassa affluenza.....	175
8.4. Bussola Strategica per i borghi.....	177
8.5. Bussola Strategica per i Cammini d'Italia	179
8.6. Bussola Strategica per le Ciclovie turistiche	180
ALLEGATO 1 - Cruscotti bilanciati per i siti Unesco	182
ALLEGATO 2 - Cruscotti bilanciati per i beni culturali a bassa affluenza.....	185
ALLEGATO 3 - Cruscotti bilanciati per i borghi.....	209
ALLEGATO 4 - Cruscotto bilanciato per i Cammini d'Italia	221
ALLEGATO 5 - Cruscotto bilanciato per la Ciclovie dell'Acqua	226
ALLEGATO 6 - Cruscotto bilanciato per le Ferrovie Storiche	227
BIBLIOGRAFIA.....	228
SITOGRAFIA.....	230
ATTI AMMINISTRATIVI E RIFERIMENTI NORMATIVI.....	232
ACRONIMI.....	233