

“Il Modello Santiago fra tradizione e modernità. Un esempio al quale ispirarsi”

WEBINAR DEL 5 LUGLIO 2022

[CLICCA QUI PER RIVEDERE LA DIRETTA](#)

Il presente documento viene alla luce per raccogliere le riflessioni nate nel Webinar “Il Modello Santiago fra tradizione e modernità. Un esempio al quale ispirarsi”, organizzato dalla Fondazione Magna Carta.

Al dibattito hanno partecipato rappresentanti istituzionali e della società civile organizzata, al fine di individuare criticità sulle quali intervenire e potenzialità turistiche sulle quali investire. In particolare, il “Modello Santiago” è stato assunto come paradigma di riferimento poiché in Italia molti territori potrebbero fare propri gli elementi più funzionali dell’esperienza galiziana.

Hanno preso parte ai lavori:

- **Gaetano Quagliariello**, *Presidente Fondazione Magna Carta*
- **Luigi Cantamessa**, *Direttore Generale Fondazione Fs*
- **Ludovica Casellati**, *Fondatrice Luxury Bike Hotel*
- **Barbara Maria Casillo**, *Direttrice Confindustria Alberghi*
- **Stefano Mantella**, *Direttore Generale unità di missione del PNRR
del Ministero del Turismo*
- **Paolo Piacentini**, *Consigliere per i cammini e gli itinerari culturali
del Ministero della Cultura*

Armonizzare e coordinare

GLI INTERVENTI PRIORITATI

Il “Modello Santiago” può essere replicato in Italia? Sulla base di questo interrogativo è nato il webinar del 5 luglio, promosso dalla Fondazione Magna Carta. L’esperienza galiziana dimostra come anche un territorio economicamente non trainante possa presentare dei margini di sviluppo enormi se riesce a sfruttare a pieno le proprie valenze storiche, culturali e religiose. Tutti gli intervenuti hanno concordato sull’impossibilità di una riproduzione del modello *sic et simpliciter*. L’obiettivo, infatti, non era quello di creare artificialmente qualcosa che per propria natura, non potrebbe mai essere duplicato. L’intento era capire quali insegnamenti trarre dalla vicenda galiziana per fare propri quegli elementi necessari affinché realtà italiane meritevoli di attenzione possano esprimere il proprio potenziale nascosto.



Nel corso del dibattito è apparso evidente come tutti i relatori concordassero su due fattori chiave, quale l’armonizzazione delle azioni e il coordinamento tra operatori, amministratori e territori, per la promozione di politiche sempre più efficaci in materia di turismo lento.

Da tale assunto è stata rilevata la necessità di una visione programmatica di lungo termine, che sappia interessare sia i cammini esistenti e operativi - introducendo, laddove necessarie, delle miglorie -, sia quelli non ancora adeguatamente attrezzati. Certamente, tale discorso potrebbe produrre dei risultati non immediatamente tangibili, ma rappresentare delle premesse solide per progettualità in grado di sopravvivere al tempo.

Tra le proposte presentate dai relatori alcune sono state largamente condivise. Tra queste vi è la particolare attenzione alla valorizzazione dei cammini (siano essi religiosi o laici, pedonali e/o ciclabili) come esperienza *in primis* di benessere fisico e mentale.

Si è palesata, poi, la necessità di implementare l'offerta culturale collaterale ai cammini. Più in generale, l'interazione tra cultura e turismo può incentivare il cosiddetto turismo colto ma allo stesso tempo sostenere anche quello di prossimità per i residenti dei territori interessati.

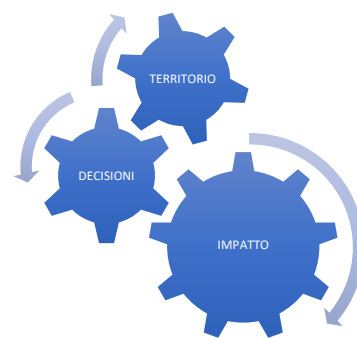
Queste iniziative dovrebbero mirare, inoltre, a permettere ai camminatori e ai ciclisti di riscoprire a pieno la dimensione della bellezza tipica dei paesaggi italiani. Sono molti gli elementi naturalistici ai quali prestare maggiore attenzione, tra questi rientrano sicuramente il patrimonio arboreo e l'orografia che caratterizza le diverse aree del Paese.

In tutto questo discorso il vero protagonista dovrebbe diventare l'identità locale come patrimonio storico-culturale. Questo potrebbe essere il vero valore aggiunto che, in siffatta logica, porterebbe il cammino ad evolvere da esperienza esclusivamente individuale ad esperienza turistica di comunità.

Top down e bottom up

COINVOLGERE I TERRITORI

Le politiche promosse a livello centrale hanno una verticalità (*top down*) che può essere superata attraverso il coinvolgimento attivo dei territori ai quali sono rivolte, con iniziative di inclusione nelle varie fasi del processo decisionale (*bottom up*). Le amministrazioni locali, le associazioni, le università e, in generale, i portatori di interesse, grazie al loro radicamento territoriale e alla conoscenza delle specifiche esigenze delle aree interessate, possono contribuire allo sviluppo del turismo lento in molteplici maniere. Come dimostra l'esperienza dei relatori che hanno preso parte al webinar, azioni di questo tipo sono già in atto¹.



¹ Dal 2021, presso il Ministero del Turismo, è stato istituito il Comitato permanente di promozione del turismo in Italia che prevede come suoi fini, tra gli altri, quello di istituire «accordi di programma con le Regioni e sviluppo della strutturazione

BEST PRACTICE

Ciclovia dei Parchi della Calabria
(vincitore dell'Oscar del cicloturismo)

Cammino per il Nuovo umanesimo

Cammino del Duca
(primo caso di cammino in Italia che vede
il coinvolgimento diretto dell'Università)

Cammino degli Dei

L'obiettivo sarebbe quello di riuscire a mettere in rete tutte quelle entità che abbiano interesse a partecipare alla realizzazione delle iniziative di promozione del turismo lento. Il fatto di mettere in collegamento tra loro queste realtà potrebbe portare al beneficio collaterale dello scambio di informazioni e di *best practice* per territori che presentano configurazioni simili.

Limiti e opportunità

L'INTEGRAZIONE LOGISITICA

Quello della logistica è un aspetto centrale nella definizione di un piano turistico che possa declinarsi sulla base delle caratteristiche proprie dei diversi territori. In particolare, il turismo lento richiede delle infrastrutture specifiche che vadano a mettere i camminatori e i ciclisti nelle condizioni di poter svolgere il proprio percorso in autonomia, senza però essere 'abbandonati' a loro stessi. Dai relatori è stato rilevato come sia necessario intervenire, ad esempio, sulla segnaletica e sulle indicazioni/informazioni lungo i cammini, poiché molto spesso tali elementi sono carenti o del tutto assenti.

Un altro aspetto decisivo riguarda quello dell'integrazione, ovvero della possibilità di offrire un percorso che vada a coinvolgere diversi vettori, facilitando quando più possibile l'organizzazione per l'utente. Un esempio di integrazione logistica può essere considerata la presenza di spazi appositi per biciclette e altri mezzi di trasporto individuale sui treni regionali. Una soluzione legata strettamente al turismo lento potrebbe essere, per esempio, quella dei collegamenti diretti dagli *hub* centrali verso località turistiche 'periferiche' (anche su gomma, laddove non fosse possibile prevedere l'arrivo su rotaia). In questo modo, oltre

turistica sul territorio e di progetti di formazione nazionale al fine di promuovere lo sviluppo turistico» e di promuovere il «raccordo e cooperazione tra Regioni, Province e Comuni e le istituzioni di Governo». All'interno di questo Comitato un sottogruppo è stato dedicato al turismo sostenibile per studiare le soluzioni più adeguate alla promozione del settore.

a fare un'implicita promozione del luogo, si andrebbero a ridurre costi e tempi per il raggiungimento di località particolari, che diversamente richiederebbero un maggiore impegno organizzativo da parte degli interessati.

Volendo ampliare ulteriormente il campo, tra le varie idee introdotte dai relatori del webinar vi è quella dei treni notturni turistici. Questi potrebbero incentivare, innanzitutto, l'uso di un mezzo di trasporto sicuro e con un impatto ambientale basso, ma permetterebbero, allo stesso tempo, di raggiungere destinazioni distanti con costi contenuti. Il discorso potrebbe assumere, inoltre, una dimensione europea, così da agevolare anche i flussi turistici provenienti dall'estero.

Prospettive di lungo periodo

LE OPPORTUNITÀ PER I GIOVANI

Il turismo lento può essere considerato un tema intergenerazionale, poiché presenta delle potenzialità tali da riuscire a cogliere l'attenzione di diverse fasce d'età. Sebbene le statistiche mostrino come vi sia una maggiore partecipazione da parte delle persone adulte (over 30), si nota negli ultimi anni un trend crescente per quanto riguarda l'attenzione da parte dei più giovani.

Il tema coinvolge gli under 30 da più punti vista. In primo luogo, l'esperienza di un cammino (sia esso religioso o laico) può avere una grande valenza formativa. Durante il percorso, infatti, la componente spirituale (legata soprattutto alla meditazione, al confronto con se stessi e alla curiosità) assume una grande rilevanza. Vi è, poi, anche tutta una dimensione legata alla socialità, grazie all'incontro con persone con bagagli personali molto diversi. Inoltre, le giornate di cammino (generalmente scandite da numerosi chilometri) fanno bene al corpo, soprattutto perché si caratterizzano come attività all'aria aperta. In secondo luogo, il fatto di confrontarsi con diversi approcci della dimensione turistica può

portare i ragazzi a sviluppare una maggiore propensione alla scoperta e al desiderio di viaggiare per esplorare nuovi posti. A ciò si collega anche il discorso dell'ospitalità. In Italia l'accoglienza *donativo* – in funzione del turismo lento - non è ancora così sviluppata, mentre in Europa rappresenta uno dei tratti caratteristici del Cammino di Santiago. Sarebbe molto utile un suo incentivo, perché permetterebbe di abbattere i costi al fine di rendere accessibile l'esperienza anche agli studenti. Inoltre, non sarebbe sbagliato immaginare delle aree attrezzate per la sosta con le tende lungo i cammini, dando l'opportunità di trascorrere le notti anche in modalità alternative rispetto ad alberghi ed ostelli.

Prevedere un'accoglienza specifica per i giovani, che molto spesso non hanno grandi capacità di spesa, certamente non andrebbe a togliere spazio all'ospitalità tradizionale (sia in funzione della capacità di spesa, sia in funzione di esigenze pratiche e di comodità in senso stretto).



Un altro lato della questione riguarda, infine, le possibilità che i giovani possono cogliere in ambito lavorativo. Il turismo lento richiede una 'filiera produttiva' complessa, che parte dall'organizzazione materiale del cammino e arriva fino alle strategie di marketing per la promozione dello stesso, passando per tutti i servizi collaterali (l'ospitalità stessa, per esempio).

Molto spesso queste energie lavorative richieste vengono sostituite dal volontariato che, per forza di cose e senza dimenticare il lavoro meritorio dei tanti che vi si spendono, non sempre riesce a dare risposte adeguate alle reali esigenze derivanti dalla gestione di un cammino.

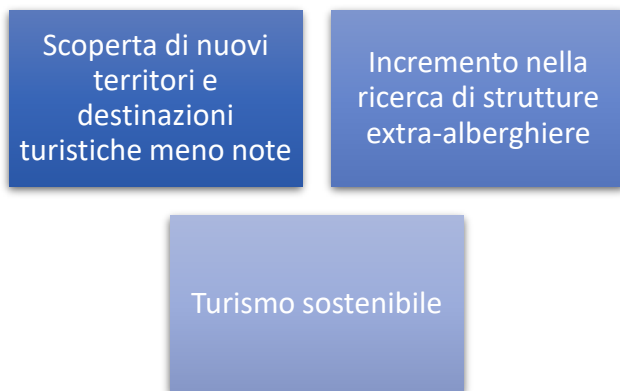
Costi e benefici

L'IMPATTO ECONOMICO

Tra i problemi che principalmente affliggono il settore del turismo vi è sicuramente quello dell'*overtourism*. Tale fenomeno si verifica quando un territorio riesce ad attrarre flussi che si rivelano essere eccessivi rispetto alla sua reale capacità di accoglienza. In Italia, ad esempio, questo problema è vissuto dalle città di Roma, Milano e Venezia, mete attrattive per eccellenza del Paese. Il turismo lento può rappresentare una valida alternativa per decongestionare questi centri, ma soprattutto promuovere territori che altrimenti rischierebbero di essere trascurati dai flussi turistici. Inoltre, non è secondaria la valenza economica di tale discorso, poiché permetterebbe una redistribuzione orizzontale degli introiti derivanti dal turismo.

L'idea di mettere a sistema questi elementi dovrebbe portare ad un processo di 'industrializzazione del turismo', ovvero produrre uno sviluppo virtuoso del settore da un punto di vista strutturale. In tale discorso si innesta anche quello di un riorientamento dell'offerta alberghiera, necessaria proprio in funzione delle nuove esigenze espresse dal mercato turistico.

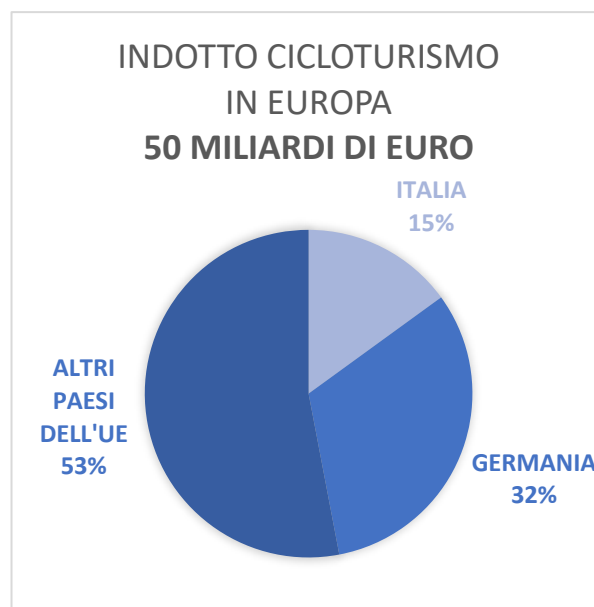
Nuovi trend del mercato turistico



La pandemia da Covid-19 ha prodotto un'attenzione inaspettata per il turismo lento e per il turismo di prossimità. Dalla ricerca promossa dall'Università Cattolica di Milano sul tema "Comunicazione, media e turismo", presentata a maggio, emerge chiaramente la trasformazione in atto nel

settore e quali siano le direttrici sulle quali camminano queste tendenze. In particolare, sono diverse le richieste che, in prima istanza, giungono dai turisti (*v. infografica a sinistra*).

Negli ultimi due anni, per esempio, il numero delle biciclette vendute è aumentato di due milioni². Tale incremento è il risultato sia dei bonus promossi a livello governativo, sia dal fatto che la necessità del distanziamento sociale ha portato le persone a scegliere mezzi di trasporto individuali. Il cicloturismo, in particolare, ha beneficiato di questa 'rivoluzione verde'. Ad oggi, l'indotto del settore in Unione europea è di 50 miliardi



l'anno. Di questi, una quota di 16 riesce ad intercettarla la Germania, mentre 7,5 è quella che riesce a raccogliere l'Italia.

Anche dal lato alberghiero si possono rilevare delle evidenze che mostrano quali siano le tendenze in atto. In particolare, il Report del 2021 dell'Agenzia di promozione territoriale della Basilicata³ ha messo in luce come, a partire dal 2020, la pandemia abbia ridefinito le priorità degli albergatori. In particolare, dall'indagine condotta emerge un ripensamento dell'offerta in ottica *slow tourism* da parte di più del 50% degli intervistati.

CAMBIAMENTI NELL'OFFERTA ALBERGHIERA

- ◆ Preferenza nell'offrire ai turisti prodotti e servizi locali
- ◆ Maggiore attenzione all'impatto ambientale
- ◆ Invito a frequentare sul territorio dei produttori locali che offrono prodotti a km0/bio

Confrontando le nuove tendenze macroscopiche con i cambiamenti promossi dagli albergatori si può confidare nel fatto che i due elementi vadano nella stessa direzione.

Sebbene, come è naturale che sia secondo le logiche di mercato, l'offerta si adegui automaticamente alla nuova domanda, a volte può servire molto tempo prima che si riesca a trovare un nuovo equilibrio. Nel caso del turismo

lento, invece, sembra esserci stata una sinergia, alla quale avranno sicuramente contribuito le nuove esigenze innescate dall'emergenza pandemica.

²Dati tratti dal report "Ecosistema della bicicletta" redatto da Banca Ifis (Settembre 2021) – Disponibile online

³"Prospettive e opportunità del turismo in Basilicata" Indagine Slow Tourism (Aprile 2021) – Disponibile online

Un passaggio merita anche la questione degli investimenti internazionali. Solitamente questi, in Italia, si sono concentrati nelle aree trainanti a livello economico, poiché si presentavano come foriere di maggiori ricavi. Negli ultimi tre anni, c'è stata invece una inversione di tendenza registrata sulla base della scelta di molti investitori internazionali di impiegare le proprie risorse in aree meno strutturate ma con un potenziale legato al turismo lento molto più evidente.

Sostenibilità e digitalizzazione

TURISMO LENTO E PNRR

Il Piano nazionale di ripresa e resilienza individua tra le sue missioni quelle dedicate ai temi “Digitalizzazione, innovazione, competitività, cultura e turismo” e “Infrastrutture per una mobilità sostenibile”. Entrambi i capitoli presentano dei margini interessanti anche per il turismo lento. Sebbene non si faccia mai menzione esplicita della tematica (essendo comunque una sottocategoria di un comparto più ampio), molti degli obiettivi indicati nel Piano possono essere ricondotti facilmente a diverse delle proposte avanzate dai relatori nel corso del webinar.

Partendo dalla Missione 1, alla voce “M1C3 – Turismo e cultura 4.0” vengono introdotti gli obiettivi di rigenerazione dei borghi, valorizzazione parchi e giardini storici, potenziamento

LE OPPORTUNITÀ PER IL TURISMO LENTO LEGATE AL PNRR

MISSIONE 1

- Rigenerazione dei borghi
- Valorizzazione parchi e giardini storici
- Potenziamento delle infrastrutture e dei servizi turistici strategici

MISSIONE 3

- Investimenti sulla rete ferroviaria
- Intermodalità e logistica integrata
- Digitalizzazione della catena logistica e del traffico aereo

delle infrastrutture e dei servizi turistici strategici. Questi possono costituire degli spazi per iniziative anche nell'ambito dello *slow tourism*, per esempio con riferimento al patrimonio storico, culturale e rurale. Il Piano destina alla voce “M1C3” 6,68 miliardi e prevede, inoltre, la creazione di un *hub*

del turismo digitale, elemento che sicuramente permetterebbe di promuovere

maggiormente i cammini e le attività ad essi collegate. Tra gli effetti auspicati vi sono quelli di ridurre i divari territoriali (attraverso la diffusione della banda ultra larga, in specie nelle aree interne del Paese e sulle isole minori), nonché offrire nuove prospettive lavorative ai giovani (in tal senso è meritorio ricordare l'attivazione, già per il 2022, del Servizio Civile Digitale, un particolare programma all'interno del Servizio Civile Universale, volto a limitare l'esclusione digitale).

In merito alla Missione 3, contenente le voci "M3C1 – Investimenti sulla rete ferroviaria" e "M3C2 – Intermodalità e logistica integrata", il Piano vi destina 25,4 miliardi. Ciò che potrebbe risultare rilevante per il settore del turismo lento sono gli obiettivi relativi alla connessione tra i territori, alla pianificazione integrata e alla digitalizzazione della catena logistica e del traffico aereo.