



SARDINIA

TOURISM

CALL **2**
ACTION



Modelli e casi di successo in Europa del turismo dei cammini

I. O. - "A. ARGOLI"-TAGLIACOZZO
Prot. 0005929 del 07/09/2021
07 (Uscita)

Josep Ejarque



F TOURISM & MARKETING
Josep Ejarque

1-Il turismo dei cammini

I cammini

Una definizione di cammini

“Itinerari culturali di particolare rilievo europeo e/o nazionale, percorribili a piedi o con altre forme di mobilità dolce sostenibile, e che rappresentano una modalità di fruizione del patrimonio naturale e culturale diffuso, nonché una occasione di valorizzazione degli attrattori naturali, culturali e dei territori interessati”.



1-Il turismo dei cammini

I cammini

Un tipo di turismo, in cui un turista abbandona i luoghi a lui consueti, le proprie abitudini e il proprio ambiente affettivo per recarsi a piedi fino al santuario, o a una meta laica, con motivazioni di scoperta, spirituali o religiose.

Per gli spostamenti si usano strade poco battute, allontanandosi dalle vie più frequentate o più agevoli e veloci.

1-Il turismo dei cammini

Il fenomeno

Un fenomeno in crescita

- Il turismo dei cammini è diventato importante in Italia negli ultimi 4-5 anni, in Europa da più di 10 anni
- Cresce a un ritmo del 9% annuo, associato al turismo slow (+16%)
- Sempre più turisti decidono di muoversi a piedi o in bicicletta (in misura minore a cavallo) e lontano dal turismo di massa
- Coinvolge fasce di utenza sempre più vaste
- È diventato uno dei motivi per scegliere una destinazione



1-Il turismo dei cammini

Le caratteristiche in Italia

Le caratteristiche

- Evoluzione da valore devozionale a vero e proprio fenomeno turistico laico
- Passaggio attraverso luoghi in gran parte esclusi da flussi tradizionali
- Diffusione dell'escursionismo in aree urbane (città e borghi)
- Patrimonio culturale ed ambientale da conoscere, tutelare e valorizzare
- Coinvolgimento di tutti i soggetti che si occupano di valorizzazione territoriale (Stato, Regioni, Comuni, Gal ecc..)



1-Il turismo dei cammini

I luoghi in Italia

Dove si trovano i cammini

- Vie dei pellegrini
- Sentieri di pastori
- Vie della transumanza
- Antichi percorsi per il trasporto delle merci
- Vie del sale



1-Il turismo dei cammini

I criteri in Italia

I criteri da rispettare

- Percorsi fisici lineari e fruibili
- Segnaletica orizzontale e/o verticale per ogni tappa
- Percorso sicuro da percorrere
- Percentuale di strade asfaltate non superiore al 40%
- Servizi di supporto al camminatore lungo le tappe
- Descrizione sul Sito web di riferimento di ogni tappa
- Servizi di alloggio e ristorazione entro 5 km
- Presenza di un 'organo di governo' del Cammino
- Vigilanza e manutenzione del percorso
- Georeferenziazione del percorso
- Sito del Cammino aggiornato



1-Il turismo dei cammini

Le strutture

Quali strutture servono lungo il cammino

- Accoglienze in famiglia, in canonica, in saloni comunali per gruppi, a donativo o sotto i 10€
- Ostello pubblico o privato a prezzi non superiori ai 10€ per il solo posto letto
- Strutture turistiche come b&b, agriturismi e case vacanza da 25-35€
- Hotel ed altro per le fasce alte

2-Il turista dei cammini

Il target

- **Un target attento alla sostenibilità e propenso a un tipo di turismo lento**
- Camminatori: chi occasionalmente o assiduamente pratica escursionismo (hiking o trekking)
- Ma anche chi pratica bicicletta
- Chi va a cavallo





2-Il turista dei cammini

Identikit in Italia

- 65% uomini, 35% donne
- Viaggia da solo, ma è disposto a fare conoscenza
- Si informa su guide cartacee, che porta con sé
- È attento alla spesa: meno di 500€ a viaggio
- Viaggia in primavera o estate, con clima favorevole
- Preferisce strutture extra alberghiere (più numerose lungo i cammini)

2-Il turista dei cammini

- Media del soggiorno: 10 giorni
- Per gli stranieri: 17 giorni
- Circa il 25% cammina solo 4 giorni

Viaggio in Italia

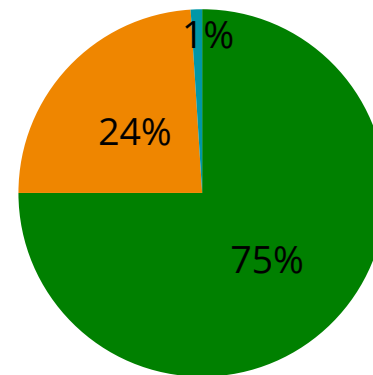


2-Il turista dei cammini

Lo spostamento in Italia



Come si muovono i turisti dei cammini in Italia



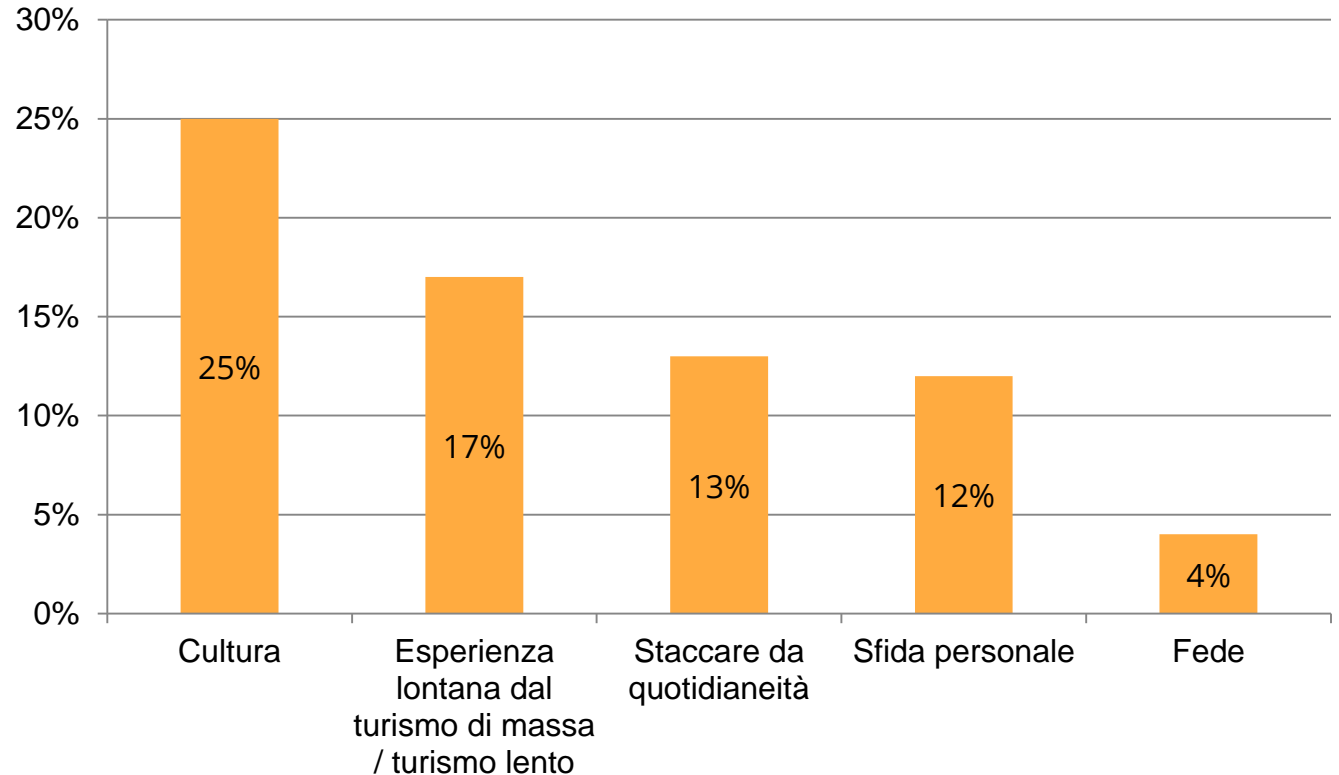
- A piedi
- In bici
- A cavallo

Le motivazioni del turista dei cammini

2-Il turista dei cammini

Motivazioni in Italia

Motivi per i quali si intraprende un cammino



2-Il turista dei cammini

Motivazioni

- Ricerca di benessere fisico e mentale
- Arricchimento personale
- Scoperta di se stessi
- Scoperta di luoghi inesplorati
- Ricerca del senso profondo del viaggio



2-Il turista dei cammini

Bisogni

Cosa cerca il “camminatore”

- Strutture ricettive vicine al percorso
- Camere confortevoli per riposare
- Pasti ristoratori
- Assaggio di prodotti locali
- Compagnia di altri camminatori



3-Le destinazioni

- **Spagna:** più di 260 mila pellegrini l'anno (Cammino di Santiago, Via de La Plata, Camino Ignaciano)
- **Francia:** 45-50 mila (partenza Cammino di Santiago, Cammini di Saint Michel, Chemin du Puy, Via Domizia e Via Tolosana)
- **Italia:** 40 mila, 240 mila pernottamenti (300 mila considerando anche gli accompagnatori) (Via Francigena)

3-Le destinazioni

Potenzialità per le
destinazioni

I benefici derivanti dal turismo dei cammini

- Valorizzazione di luoghi di pregio paesaggistico
- Valorizzazione di luoghi in zone altrimenti scarsamente raggiungibili
- Rivitalizzazione di piccoli borghi
- Sfruttamento sostenibile dei Parchi Naturali
- Creazione di attività lavorativa ed economica
- Posti di lavoro per giovani in luoghi soggetti allo spopolamento



3-Le destinazioni

Gli elementi da
considerare

- **Innovazione:**
 - Processi organizzativi del sistema di offerta;
 - Nuove strategie di marketing finalizzate a raccontare i cammini;
 - Analisi della domanda per intercettare nuovi target di visitatori e costruire proposte su misura
 - Nuovi prodotti e/o servizi a partire da luoghi, storie, persone, culture, relazioni, tradizioni (far diventare il cammino un prodotto turistico fruibile)

3-Le destinazioni

Gli elementi da
considerare

- **Accessibilità**
 - Non solo logistica
 - Rendere luoghi, attività ed esperienze fruibili a tutti
 - Rendere più facile l'accesso all'esperienza turistica
 - Rete infrastrutturale e sinergica

3-Le destinazioni

Gli elementi da
considerare

Elementi per la progettualità

- **Sostenibilità:**
 - Ambientale, sociale ed economica
 - Incentivare nuovi modelli sostenibili che portino vantaggio competitivo
 - Coinvolgimento comunità locale
 - Affermazione e tutela identità dei luoghi
- **Network:**
 - Modelli di collaborazione e aggregazione tra attori del territorio



4-I mercati potenziali



- **Germania:** il 33% ha come motivazione principale di vacanza la natura; il 17% la motivazione sportiva
- **Francia:** 24% sceglie una vacanza nella natura e paesaggio
- **Regno Unito:** 17% viaggia per natura o paesaggio e 7% per motivi sportivi

5-Casi e modelli di successo

- Nasce attorno all'820 con la scoperta della tomba dell'Apostolo
- Nell'878 viene costruito il tempio
- La città sorge intorno al sepolcro

IL CAMMINO DI
SANTIAGO



5-Casi e modelli di successo

IL CAMMINO DI SANTIAGO

Il primo caso di marketing turistico: 847 d.c.

- Dalla Palestina a Iria Flavia
- Itinerario druidico (tomba di Priscilliano, l'eretico)
- La stella che segnala un punto: "Campus Stellae"
- Vescovo Teodomiro attribuisce le ossa: Apostolo e due discepoli
- 899 costruzione secondo tempio
- XI sec. costruzione cammino: Via Lattea
- XII sec. concessione Bula Regis Aeterni (indulgenza plenaria)
- La conchiglia come certificazione
- XVI sec. declino (protestantesimo e Peste Nera)
- Rilancio ultimo quarto XX sec.



5-Casi e modelli di successo

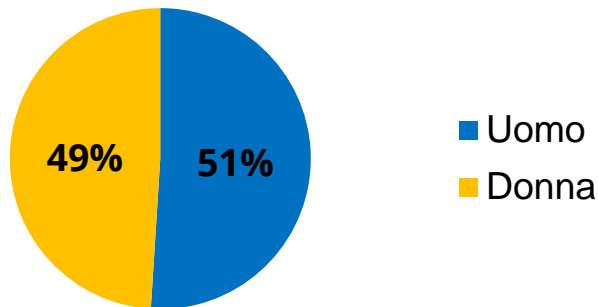
IL CAMMINO DI SANTIAGO



5-Casi e modelli di successo

IL CAMMINO DI SANTIAGO

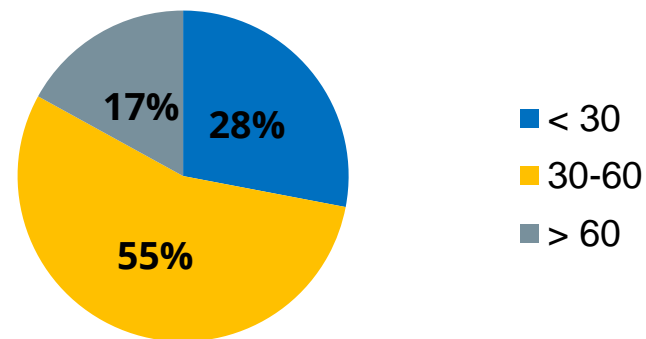
Genere



Alcuni dati sui turisti



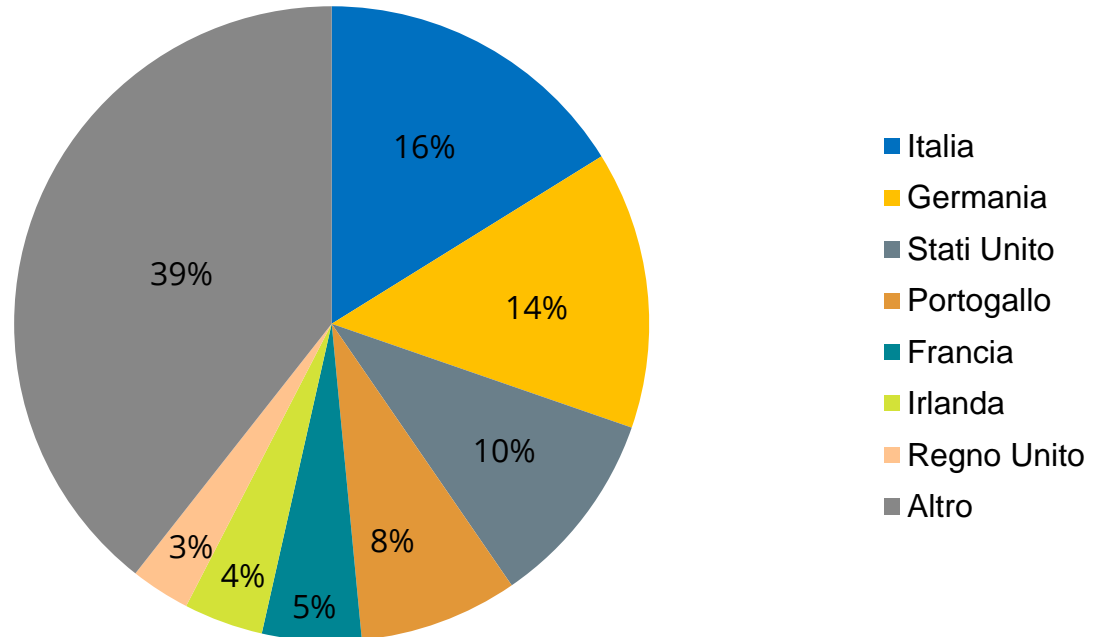
Età



44% Spagnoli vs 56% stranieri

5-Casi e modelli di successo

Provenienza degli stranieri



IL CAMMINO DI SANTIAGO

5-Casi e modelli di successo

IL CAMMINO DI
SANTIAGO

Strategia regionale:

Xacobeo 1993 > strategia di posizionamento di Galizia



- Ostelli
- Segnaletica
- Recupero e sicurezza stradale



Nascita attività economica, turistica, servizi, ristorazione

5-Casi e modelli di successo

IL CAMMINO DI
SANTIAGO

Il motore:

- Condizioni
- La meta
- La ricompensa
- Il costo



5-Casi e modelli di successo

IL CAMMINO DI SANTIAGO

Sociedade de Xestion do Plan Xacobeo

- Promozione
- Dotazione di servizi :
 - Punti ristoro
 - Ostelli



5-Casi e modelli di successo

IL CAMMINO DI SANTIAGO

Il successo



Le condizioni

- 100 km a piedi
- 200 km bici
- 200 km a cavallo



5-Casi e modelli di successo

IL CAMMINO DI SANTIAGO

La meta



5-Casi e modelli di successo

IL CAMMINO DI SANTIAGO

La ricompensa



5-Casi e modelli di successo

IL CAMMINO DI SANTIAGO

Le chiavi:

- Servizi
- Ricettività



Il successo

SARDINIA
TOURISM
CALL 2
ACTION

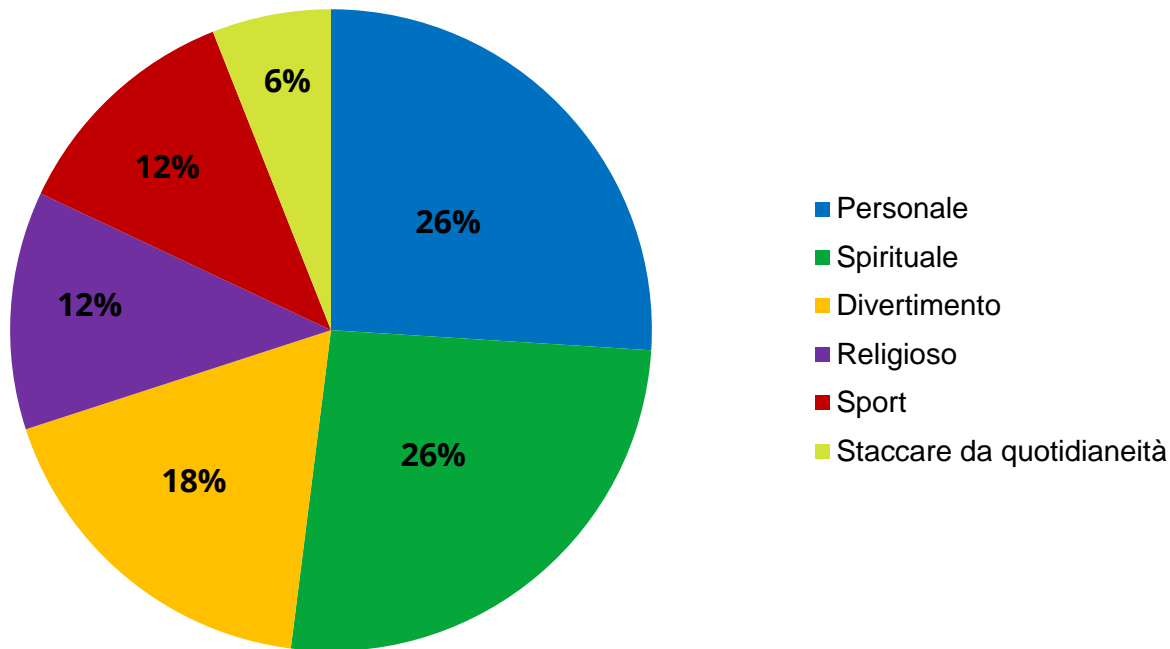
5-Casi e modelli di successo

IL CAMMINO DI SANTIAGO

Le motivazioni dei turisti



Motivo per il quale si intraprende il Camino de Santiago



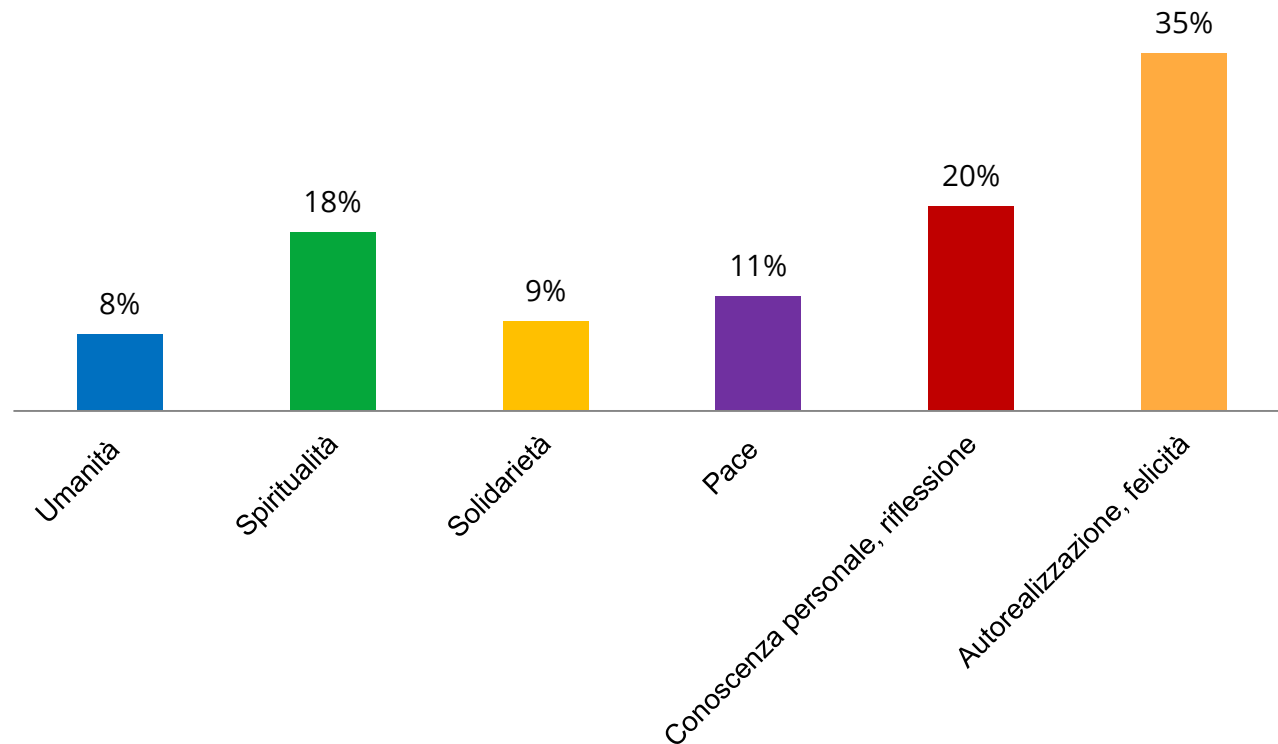
5-Casi e modelli di successo

IL CAMMINO DI SANTIAGO

Le esperienze ottenute



Cosa ottengono i turisti



Fonte: Oficina de Acogida al Peregrino

5-Casi e
modelli di
successo

ALTRI CAMMINI

EL CAMINO IGNACIANO



5-Casi e modelli di successo

ALTRI CAMMINI



**Grazie
dell'attenzione!**