

PIANO ESECUTIVO

PROGETTO
“SLOW CAMPANIA”

Regione
Campania

PRIMA PARTE - Descrizione del Progetto

1. Anagrafica

Regione: Campania

Responsabile dell'attuazione dell'Accordo: Avv. Colomba Auricchio

Recapiti:

Telefono: 0817968788

Fax: 081.7968578

e.mail colomba.auricchio@regione.campania.it

Soggetto attuatore: Ente Provinciale per il Turismo di Avellino (successivamente Agenzia regionale per la promozione del turismo e dei beni culturali della Campania) – Accordo di Programma del 11.05.2015

2. Strategia

Il turismo religioso muove nel mondo 300-330 milioni di persone all'anno per un valore complessivo di 18 miliardi di dollari. Si tratta di turisti giovani, informati, attenti all'innovazione e interessati a conoscere i territori delle mete visitate (*dati 2009 Wto — World Tourism Organization*). L'evento del Giubileo straordinario che ha avuto avvio in data 8 dicembre 2015, in particolare, impone la necessità di sviluppare una specifica iniziativa di promozione del territorio campano quale destinazione esperienziale per il turismo religioso e di valorizzazione del patrimonio artistico storico e paesaggistico legato alle testimonianze architettoniche e ai luoghi della fede quali chiese, monasteri, santuari, abbazie, eremi.

Le mete di pellegrinaggi religiosi soddisfano in genere il bisogno di luoghi di raccoglimento spirituale in cui ritrovare se stessi e la propria dimensione interiore. Sovente, tali mete sono immerse nella natura, in aree a morfologia aspra e poco accessibile, frequentati da escursionisti e cicloturisti dalla spiccata sensibilità ambientalista, alla ricerca di esperienze di viaggio ecosostenibili. Si incontra così la seconda tipologia di turista a cui si intende indirizzare la presente offerta naturalistica innovativa, legata all'uso dei nuovi media.

Il turismo religioso, infatti, rappresenta un elemento funzionale e sinergico allo sviluppo di altri filoni tematici in ambito turistico (quali il cicloturismo e l'escursionismo lungo gli itinerari religiosi e il turismo enogastronomico legato alle eccellenze locali, anche minori) in una logica di valorizzazione coordinata e integrata del prodotto turistico esperienziale campano sui mercati di riferimento e nella prospettiva dell'incremento dei flussi turistici verso la Campania. L'intervento proposto, quindi, mira a consolidare e ad incentivare i flussi di visitatori che giungono in determinate località campane attratti da motivazioni religiose e allungarne la permanenza media (oggi concentrata in una sola giornata) anche con un solo pernottamento, mediante la valorizzazione integrata degli elementi di attrazione poco conosciuti quali le risorse ambientali e naturalistiche circostanti. Ulteriore obiettivo è quello di creare maggiore interesse per località che hanno da offrire anche tradizioni culturali, folcloristiche ed enogastronomiche, il calore dell'ospitalità e della disponibilità degli abitanti oltre che ritmi di vita "slow". (*Rapporto Ecotour 2008*).

Ispirandosi al modello del Cammino di Santiago della Compostela in Galizia, la finalità strategica del presente progetto è allargare il bacino di utenza, valorizzando e divulgando le eccellenze in grado di attirare diverse tipologie di turisti, sia che questi partano da motivazioni religiose – offrendo loro la possibilità di trascorrere qualche giorno in luoghi accoglienti e tranquilli, in alternativa alla visita al santuario "mordi e fuggi" – sia che siano interessati maggiormente alle bellezze naturalistiche e

paesaggistiche e alle attività sportive collegate (cicloturismo ed escursionismo) – offrendo loro la possibilità di conoscere e apprezzare le tradizioni culturali del posto, comprese quelle religiose.

3. Analisi di contesto

La Campania vanta destinazioni fra le più suggestive del turismo religioso, come, ad esempio, il Santuario della Beata Vergine di Pompei o la Cattedrale di San Gennaro a Napoli, che col suo “prodigio del sangue” due volte l’anno attira devoti e turisti da tutto il mondo. Oltre alle mete più famose, tuttavia, numerose e altrettanto affascinanti tappe destano la spiritualità del visitatore religioso, lontane dal frastuono metropolitano, immersi in aree di pregio dal punto di vista naturalistico e ambientale e, forse proprio per questo, tanto più affascinanti ed in grado di essere identificati come luoghi dello spirito. Possiamo citare ad esempio, l’Abbazia di Montevergine a Mercogliano (AV), il Convento della Sacra Famiglia a Pietrelcina (BN), la Basilica di Sant’Angelo in Formis a Capua (CE), il Duomo di Amalfi (SA). Tali scrigni d’arte e devozione sono citati al solo scopo esemplificativo, visto che la Campania possiede un notevole patrimonio disseminato su tutto il territorio, dalle aree costiere, più mature dal punto di vista turistico, a quelle interne, da valorizzare e pubblicizzare. Tuttavia tali destinazioni risentono sia della mancanza di una connessione in rete - un formidabile mezzo di conoscenza, in grado di divulgare su scala globale l’offerta turistica territoriale - che di una adeguata azione di promozione in grado di amplificarne le potenzialità attrattive.

La domanda da soddisfare

La domanda da intercettare e soddisfare è costituita principalmente da turisti auto-organizzati, provenienti non solo da aree geografiche limitrofe, ma anche sovranazionali, che viaggiano in famiglia, in coppia, in gruppi di amici o scolaresche. Questi costituiscono un target di domanda che, seppur eterogenea, forma tuttavia un unico cluster di turisti consapevoli e motivati che organizzano in piena autonomia il proprio viaggio, gli spostamenti interni ed il soggiorno. Elemento di attrazione per tale tipo di domanda è la caratterizzazione identitaria costruita intorno ad un tema forte del territorio che nel caso in esame è possibile delineare attraverso l’integrazione delle diverse risorse. Pertanto al fine di attirare tale target è necessario rispondere alle esigenze specifiche di conoscenza tematica attraverso strumenti innovativi di informazione in grado di ampliare al massimo la fruizione dei luoghi, integrando l’offerta fino alle sue dimensioni maggiormente segmentate, nel tempo (le diverse fasce orarie della giornata e le diverse stagioni) e nello spazio.

Lo scenario

L’idea di puntare ad un turismo religioso e naturalistico ha tra i suoi punti di forza la possibilità di comporre un’offerta turistica territoriale incentrata sui principali attrattori e organizzata al fine di soddisfare sia la tendenza attuale della domanda di costruire soggiorni auto-organizzati, quanto l’esigenza di destagionalizzare il più possibile ed allungare la permanenza turistica. Oggi infatti la maggior parte dei visitatori giunge in autobus presso le località meta di pellegrinaggio e la visita è limitata a poche ore di sosta.

Le ricadute sul territorio

Il progetto comporterà sul territorio le seguenti ricadute positive in termini di aumento delle presenze turistiche nelle aree oggetto degli interventi programmati attraverso:

- la destagionalizzazione delle visite nei siti religiosi e nelle aree Parco (una corretta pubblicizzazione dei percorsi naturalistici esistenti e delle loro connessioni con le mete religiose contribuiranno ad attrarre visitatori durante tutto l’arco dell’anno);
- il consolidamento dei flussi esistenti, mediante l’offerta ai visitatori delle mete religiose di ulteriori occasioni ed opportunità di tipo naturalistico, culturale ed enogastronomico per allungare il proprio soggiorno con almeno un pernottamento;

- l'attrazione di nuovi target di turisti di età media inferiore a quella che oggi visita le località oggetto d'intervento, attraverso la comunicazione multimediale e la divulgazione dell'offerta di attività di svago integrate (cicloturismo, trekking, enogastronomia) e complementari alle visite ai luoghi di culto religioso;

- l'impatto occupazionale, in quanto l'aumento delle presenze turistiche fornirà opportunità di crescita e consolidamento alle imprese della filiera turistica e del relativo indotto operanti nelle aree interessate. In particolare, l'aumento delle presenze turistiche e la destagionalizzazione porterà ad un rilancio dell'occupazione nei settori turistico alberghiero e della ristorazione e più in generale, nel settore del commercio.

Il presente progetto è caratterizzato da diversi aspetti peculiari ed innovativi che consentono di considerarlo un "progetto d'eccellenza" per la Regione Campania:

a) rappresenta uno strumento che potenzia l'offerta turistica regionale coinvolgendo nel processo di promozione turistica i cittadini presenti nelle località turistiche campane e gli stessi turisti che visiteranno tali località, promuovendo forme di turismo "esperienziale" che favoriscono forme di incontro e di conoscenza tra i viaggiatori e cittadini residenti;

b) si basa sull'utilizzo delle nuove tecnologie che consentono di coinvolgere nel processo di produzione di contenuti turistici, utilizzando l'approccio Web 2.0. In particolare il progetto stimolerà i viaggiatori a raccontare con video, narrazioni/diari e fotografie la propria esperienza di viaggio;

c) si caratterizza per la sostenibilità ambientale, in quanto gli interventi previsti non prevedono nuove infrastrutture ma la riqualificazione e la valorizzazione dell'esistente attraverso piccoli interventi di manutenzione e/o realizzazione della segnaletica dei percorsi ciclabili e pedonali e attraverso la mappatura, la messa a sistema e la divulgazione degli itinerari turistico-religiosi anche mediante il web;

d) potrà proseguire anche oltre il termine del periodo di realizzazione del progetto.

4. Tempi di realizzazione del progetto

Data inizio	Data fine	Durata in mesi
1 Febbraio 2016	30 Giugno 2017	17

5. Linee di intervento

Linea 1: Creazione di servizi informativi multimediali per il cicloturismo e l'escursionismo

Descrizione

Questa linea d'intervento mira ad aumentare le presenze di turisti, anche attivando nuovi segmenti turistici come il cicloturismo e l'escursionismo attraverso le azioni di censimento e segnalazione dei percorsi che avverrà sia attraverso lo strumento classico della cartellonistica che attraverso l'uso di tecnologie innovative. Tale linea d'intervento persegue due obiettivi:

Obiettivo 1.1: Censire e segnalare i percorsi per cicloturisti ed escursionisti attraverso apposita cartellonistica anche multimediale

Tale obiettivo sarà raggiunto attraverso le seguenti azioni:

1.1.1_ Censimento degli itinerari ciclabili e pedonali (sentieri naturalistici CAI, piste ciclabili, ecc.) presenti sul territorio campano e loro georeferenziazione su cartografie del Sistema Informativo Territoriale della Campania) per l'utilizzo da parte del turista munito di tablet o smartphone;

1.1.2_ Realizzazione di segnaletica e cartellonistica per chi si muove in bicicletta o a piedi nelle aree naturalistiche prossime alle mete religiose.

Obiettivo 1.2: Segnalare le principali mete naturalistiche e religiose mediante l'uso di tecnologie innovative

Tale obiettivo sarà raggiunto attraverso la seguente azione:

1.2.1_ Realizzazione di guida multimediale

Tale azione consiste nella realizzazione di una applicazione georeferenziata per tablet e cellulari, per la fruizione delle informazioni storiche, logistiche e commerciali, relative ai luoghi di interesse religioso o naturalistico prossimi alla propria posizione e avrà le funzioni principali di visualizzazione di testo ed immagini, audio e video e sarà attiva 24 ore al giorno, 365 giorni l'anno.

RISULTATO ATTESO:

Aumento delle presenze di cicloturisti, escursionisti e turisti multimediali.

Linea 2: Riqualificazione e innovazione dell'offerta

Descrizione

Tale linea individua nel fare rete per innovare il punto cruciale degli interventi immateriali in favore della riqualificazione dell'offerta turistica, con il duplice obiettivo di connettere le mete religiose-naturalistiche tra loro e posizionare le aree oggetto dell'intervento nella nuova dimensione web. A questo scopo, la linea 2 d'intervento prevede due obiettivi operativi:

OBIETTIVO 2.1: Offrire nuove occasioni di svago eco-culturale al pellegrino turista

Tale obiettivo sarà raggiunto attraverso la seguente azione:

2.1.1_ Individuazione di itinerari turistici innovativi e sua divulgazione integrata

Tale azione prevede le seguenti attività:

1. La realizzazione di uno studio finalizzato all'identificazione di un innovativo percorso turistico religioso, selezionando le mete tra tutti gli attrattori religiosi e naturalistici della Regione e alla sua valorizzazione, attraverso l'analisi delle predette mete, in relazione alla loro distribuzione sul territorio e della loro interconnessione, in modo da individuare possibili nuovi itinerari religioso-naturalistico. Creazione di itinerari turistici innovativi rispetto ai percorsi religiosi e/o naturalistici consolidati.
2. La realizzazione della piattaforma web dedicata all'itinerario turistico religioso/naturalistico campano. Al riguardo si prevede la futura gestione privatistica della predetta piattaforma web, dopo la conclusione del progetto in questione, che, sulla base degli eventuali profitti provenienti dalla promozione del locale mercato turistico/commerciale, potrà continuare a fornire attività di supporto al marketing turistico e territoriale della Regione Campania.
3. La produzione di materiale divulgativo, che incentiverà la conoscenza dell'offerta turistica di tipo naturalistico/religioso attraverso la produzione e distribuzione di mappe informative (itinerari, percorsi ciclabili e pedonali, siti religiosi, musei, strutture ricettive, posteggi taxi, fermate mezzi pubblici...) dotate di QR code e con un apposito spazio per i timbri delle località visitate, in modo da identificare il pellegrino e fidelizzarlo. Una volta completato l'itinerario religioso sarà rilasciato un apposito certificato di pellegrino.

OBIETTIVO 2.2: interventi immateriali attraverso la mappatura e digitalizzazione dei siti religiosi e la mappatura dell'offerta ricettiva esistente nei pressi dei siti religiosi da pubblicare sulla piattaforma web.

Tale obiettivo verrà raggiunto attraverso la seguente azione:

2.2.1 *Messa in rete dei siti religiosi sulla piattaforma web, e promozione attraverso video e foto, link ai siti e applicazioni dedicate.*

Tale azione prevede le seguenti attività:

1. la realizzazione di video e foto dei siti religiosi;
2. la creazione della rete dei siti web religiosi anche attraverso l'erogazione di incentivi ai siti religiosi e/o naturalistici per interventi di riqualificazione informatico/digitale;
3. mappatura e pubblicazione sulla piattaforma web dell'offerta ricettiva esistente nei pressi dei siti religiosi;
4. la realizzazione di tutorial multimediali tramite app dedicata.

RISULTATO ATTESO:

Aumento delle presenze turistiche: da visitatori a turisti in tutte le stagioni dell'anno.

Linea n 3: Promozione integrata anche attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie

Descrizione

La linea d'intervento prevede azioni di comunicazione integrate allo scopo di allungare la permanenza dei turisti in Campania, indirizzate verso specifici target o contesti (fedeli, giovani, scuole, gourmet...), anche attraverso strumenti innovativi, partendo dalle buone pratiche e promuovendo poli di turismo religioso già presenti sul territorio e i nuovi itinerari.

OBIETTIVO 3.1: Valorizzare e promuovere in maniera integrata le eccellenze del territorio anche attraverso le nuove tecnologie.

Tale obiettivo verrà raggiunto attraverso la seguente azione:

3.1.1_ Realizzazione di azioni di comunicazione integrata per la promozione delle eccellenze dell'area.

Tale azione prevede la realizzazione di una campagna divulgativa mediante:

comunicazioni sulla stampa quotidiana;

comunicazioni sulla stampa periodica;

promozione attraverso la radio;

promozione attraverso la TV nazionale;

convenzioni per la promozione attraverso gli operatori di trasporto pubblico.

RISULTATO ATTESO:

Allungare la permanenza dei turisti

6. Indicatori di risultato

In questa sezione la Regione deve segnalare gli indicatori di risultato finalizzati a misurare la capacità della strategia di raggiungere gli obiettivi. Vanno indicate la tipologia di indicatore su cui si intende focalizzare l'attenzione (arrivi/presenze italiani/stranieri, movimento passeggeri aeroporti, ecc.), l'unità di misura adottata (numero arrivi/presenze, numero passeggeri, ecc.), il valore numerico iniziale (ossia quello rilevato al momento della compilazione del Piano), il valore numerico obiettivo (ossia quello che si stima raggiungere al termine del progetto) ed eventuali note.

Tipologia Indicatore	Unità di Misura	Valore iniziale	Valore Obiettivo	Note
Arrivi di visitatori/pellegrini nelle aree interessate dal progetto	Numero all'anno	2.000.000	2.200.000	Sono i soli visitatori/pellegrini che si recano ogni anno presso il Santuario di Montevergine. Fonte: Studio "I Prodotti Turistici in Campania: Il Turismo Religioso" Realizzato dall'Osservatorio Turistico Campano nel febbraio 2008
Presenze visitatori/pellegrini nelle aree interessate dal progetto	Numero all'anno	0	500.000	La stima viene effettuata considerando che almeno un quarto dei soggetti che giungono in pellegrinaggio nelle aree interessate dal progetto decidano di sostare per almeno una notte.

7. Piano finanziario complessivo

LINEE DI INTERVENTO	Quota a carico legge 27 dicembre 2006, n. 296	Regione/ Provincia autonoma	Altro	TOTALE
Linea di intervento 1	€ 340.434,47	€ 39.565,53		€ 380.000,00
Linea di intervento 2	€ 653.992,54	€ 76.007,46		€ 730.000,00

Linea di intervento 3	€ 647.599,53	€ 75.264,47		€ 722.864,00
Spese generali di progetto	€ 78.837,46	€ 9.162,54		€ 88.000,00
TOTALE	€ 1.720.864,00	€ 200.000,00		€ 1.920.864,00

SECONDA PARTE - Dettaglio delle attività

8. Linee di intervento

Linea 1: CREAZIONE DI SERVIZI MULTIMEDIALI PER IL CICLOTURISMO E L'ESCURSIONISMO

Responsabile: Avv. Colomba Auricchio

Obiettivi Operativi:

1.1_Censire e segnalare i percorsi per cicloturisti ed escursionisti attraverso apposita cartellonistica multimediale

1.2_Segnalare le emergenze naturalistiche e religiose mediante l'uso di tecnologie innovative

Azione 1.1.1: Censimento piste ciclabili e sentieri naturalistici

Indicatori di Realizzazione			
Denominazione	Unità di misura	Valore iniziale	Valore target
Realizzazione censimento piste ciclabili e sentieri naturalistici	nr	0	1

Azione 1.1.2: Realizzazione di cartellonistica per gli itinerari cicloturistici ed escursionistici attraverso apposita cartellonistica multimediale (QR code)

Indicatori di Realizzazione			
Denominazione	Unità di misura	Valore iniziale	Valore target
Percorsi segnalati per escursionisti e cicloturisti contenenti QR-code	km	0	200

Azione 1.2.1: Progetto CHIS guida multimediale

Indicatori di Realizzazione			
Denominazione	Unità di misura	Valore iniziale	Valore target
Realizzazione guida multimediale	nr	0	1

Linea 2: RIQUALIFICAZIONE E INNOVAZIONE DELL'OFFERTA

Responsabile: Avv. Colomba Auricchio

Obiettivi Operativi:

2.1 Offrire nuove occasioni di svago eco-culturale

2.2 Interventi immateriali in favore della riqualificazione dell'offerta ricettiva attraverso la digitalizzazione del settore ricettivo

Azione 2.1.1: Individuazione di pacchetti turistici innovativi e sua divulgazione integrata, volta alla fidelizzazione del turista e/o pellegrino mediante mappatura e messa in rete dei siti religiosi e la mappatura delle strutture ricettive esistenti nei pressi dei siti religiosi

Indicatori di Realizzazione

Denominazione	Unità di misura	Valore iniziale	Valore target
Studio sui nuovi pacchetti turistici	nr	0	1
Creazione piattaforma web	nr	0	1
Attestati	nr	0	5000
Timbri	nr	0	500
Mappe	nr	0	300.000

Azione 2.2.1: Messa in rete dei siti religiosi sulla piattaforma web, e promozione attraverso video e foto, link ai siti e applicazioni dedicate

Indicatori di Realizzazione

Denominazione	Unità di misura	Valore iniziale	Valore target
Video	nr	0	50
Foto	nr	0	500
Rete dei siti	nr	0	1
Tutorial	nr	0	1

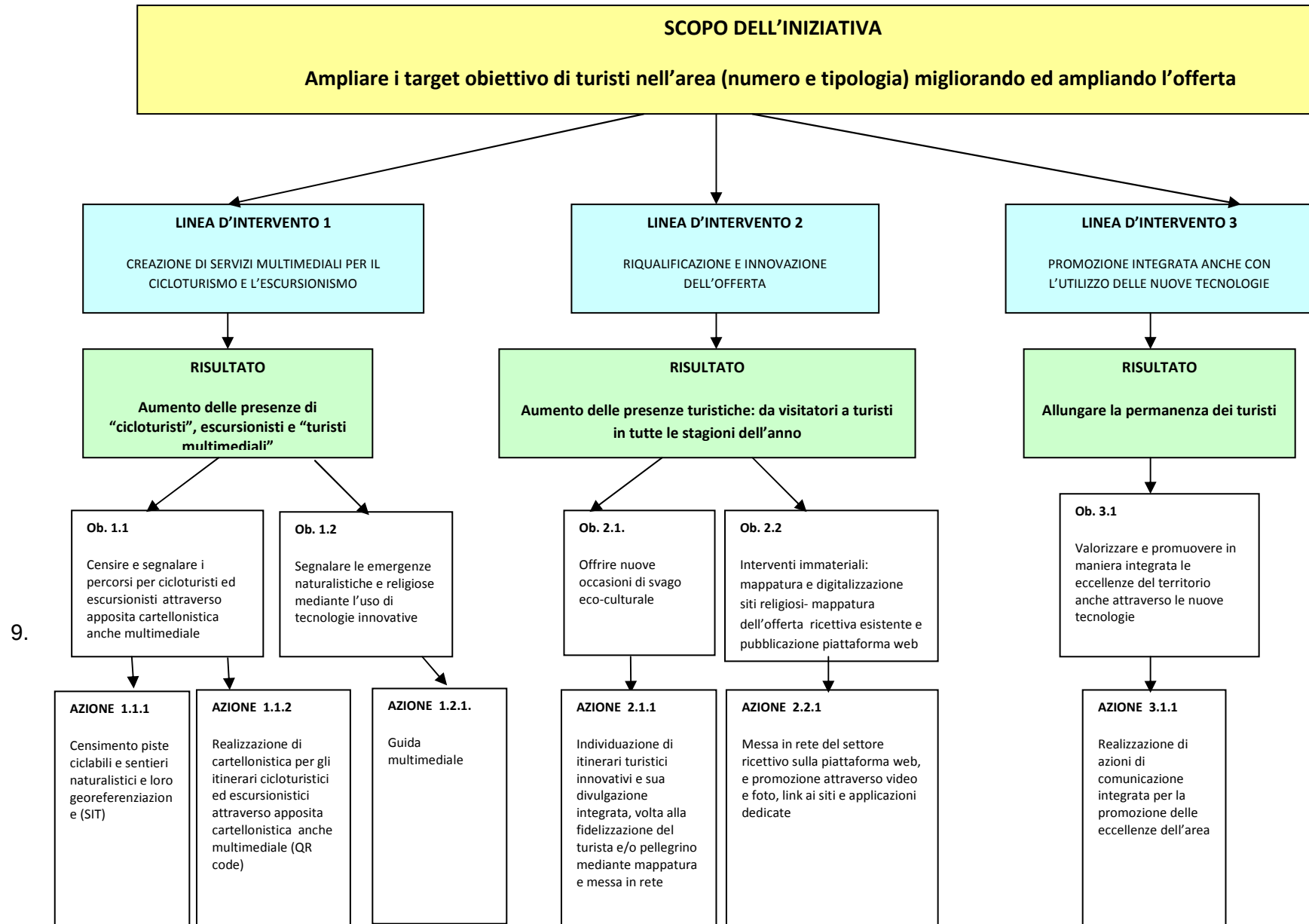
Linea 3: PROMOZIONE INTEGRATA ANCHE CON L'UTILIZZO DELLE NUOVE TECNOLOGIE

Responsabile: Avv. Colomba Auricchio

Obiettivi Operativi: Messa in rete del settore ricettivo sulla piattaforma web, e promozione attraverso video e foto, link ai siti e applicazioni dedicate

Azione 3.1.1: Realizzazione di azioni di comunicazione integrata per la promozione delle eccellenze dell'area			
Indicatori di Realizzazione			
Denominazione	Unità di misura	Valore iniziale	Valore target
Potenziali turisti raggiunti all'anno	N°	0	2 milioni

9. Rappresentazione grafica del Quadro Logico degli interventi



10. Gantt di progetto interventi

SCHEDULAZIONE OBIETTIVI/ATTIVITA' REGIONE				2016				2017	
Codifica	Descrizione	DATA INIZIO	DATA FINE	I Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	I Trim.	II Trim.
1	LINEA DI INTERVENTO 1	30/01/2016	30/06/2017	x	x	x	x	x	
2	LINEA DI INTERVENTO 2	30/01/2016	30/06/2017	x	x	x	x	x	x
3	LINEA DI INTERVENTO 3	30/01/2016	30/06/2017	x	x	x	x	x	
4	GESTIONE PROGETTO E SPESE GENERALI	15/01/2016	30/06/2017	x	x	x	x	x	x

11. Piano economico e finanziario - Scheda dei costi

LINEE DI INTERVENTO	AZIONI	IMPORTI €	Attività	IMPORTI €
LINEA DI INTERVENTO 1	1.1.1 Censimento piste ciclabili e percorsi naturalistici e loro georeferenziazione	50.000,00	• Mappatura e georeferenziazione di piste ciclabili e percorsi naturalistici	50.000,00
	1.1.2 Realizzazione di cartellonistica cicloturistica e pedonale	250.000,00	• Realizzazione di cartellonistica cicloturistica e pedonale	250.000,00
	1.2.1 Realizzazione di guida multimediale	80.000,00	• Realizzazione di guida multimediale	80.000,00
Totale LINEA 1		380.000,00		
LINEA DI INTERVENTO 2	2.1.1 Itinerari turistici innovativi: individuazione, divulgazione e fidelizzazione	310.000,00	• Mappatura dei siti religiosi e dell'offerta ricettiva esistente nei loro pressi e nuovi itinerari • Piattaforma web • Attestati e timbri	120.000,00 90.000,00 100.000,00
	2.2.1 Mappatura dell'offerta ricettiva esistente presso i siti	420.000,00	• Video e foto • Rete dei siti	120.000,00 200.000,00

	religiosi. Messa in rete dei siti religiosi sulla piattaforma web, e promozione attraverso video e foto, link ai siti e applicazioni dedicate		• Tutorial	100.000,00
Totale LINEA 2		730.000,00		
LINEA DI INTERVENTO 3	3.1.1 Realizzazione di azioni di comunicazione integrata per la promozione delle eccellenze dell'area	722.864,00	• Periodici	100.000,00
			• TV nazionale	217.864,00
			• Quotidiani	80.000,00
			• Radio	110.000,00
			• Convenzioni	215.000,00
Totale LINEA 3		722.864,00		
GESTIONE PROGETTO E SPESE GENERALI		88.000,00		
TOTALE GENERALE		1.920.864,00		