Borghi della Sapienza
BELVEDERE MARITTIMO

BORGO DELLA SAPIENZA
ALBERGO DIFFUSO
DI
BELVEDERE MARITTIMO

PROPOSTA PROGETTUALE

Istituto Calabrese
di Politiche Internazionali

SOMMARIO

PREMESSA **3**
LA VISION PROGETTUALE **4**
FINALITA' ED OBIETTIVI DELL'INIZIATIVA PROPOSTA **4**
Obiettivo 1: Conoscenza, recupero e miglioramento delle capacità di accesso al patrimonio materiale ed immateriale di Belvedere Marittimo 5
Obiettivo 2: Creazione di un sistema locale di turismo lento, al fine di migliorare ed incrementare l'offerta turistica 6
STRUTTURA DI COMANDO DEL SISTEMA LOCALE TURISTICO **7**
Avvio organizzativo del sistema 7
PROGETTAZIONE ITINERARI **9**
Alloggio 9
Ristorazione 9
Servizi minimi 10
Attrezzare i sentieri del percorso 10
I costi del viaggiatore lento 10
LE RISORSE UMANE NECESSARIE AL TURISMO DEL BORGO **11**
Formazione del personale 11
Fabbisogno di personale: startup e avvio 12
Fabbisogno di personale all'avvio dei servizi 13
Il Centro di Comando e la rete 14
Le funzioni del Centro di Comando 15
Le relazioni tra funzioni nel Centro di Comando 15
L'OFFERTA TURISTICA DEL BORGO **16**
Esperienze, relazioni, emozioni 16
"Residenti temporanei" del Borgo della Sapienza 16
AZIONI PER AVVIARE E PROSEGUIRE LA COSTRUZIONE DI OFFERTE DI TURISMO LENTO **17**
L'effetto delle 4 azioni per ognuno degli 8 tipi di offerta di turismo lento proposti 18
Individuare ed identificare i luoghi che attraggono 18
Tappe e percorsi permanenti 18
I percorsi temporanei 19
Tracciatura in GPS: una guida I-Tech lungo i percorsi 19
Un'offerta plurima può essere vincente 20
TIPOLOGIA DI ACCOGLIENZA DEL BORGO: IL TURISTA COME RESIDENTE TEMPORANEO **21**
Strutture ricettive: varietà e opportunità 21
Quale accoglienza 21
Quale ospitalità 21
La promozione del Borgo 22
RETE DEI FORNITORI DEI SERVIZI ALL'OFFERTA DEL BORGO **23**
La rete dei fornitori dei servizi al Borgo 23
I fornitori dei servizi 23
La convenzione tra Ente e fornitore di servizi 23
Le convenzioni dei servizi di turismo lento nel Borgo 24
Il Catalogo dei servizi convenzionati nel Borgo 24
L'alloggio convenzionato e l'ospitalità diffusa nel Borgo 24
Il trasporto convenzionato nel Borgo 25
La ristorazione convenzionata nel Borgo: La Locanda del Borgo 25
Le guide convenzionate nel Borgo 25
LA PROGETTAZIONE DI INIZIATIVE DI ANIMAZIONE TURISTICA DEL TERRITORIO **27**

PREMESSA

Il turismo cambia: la globalizzazione amplia la scelta, mette in concorrenza i luoghi. Il viaggiatore moderno non si muove in gruppo, costruisce il "suo viaggio", prenota *on line*, ama il turismo esperienziale: servono nuove professionalità, uomini e donne che abbiano conoscenze, abilità e competenze complesse.

Il progetto qui proposto Intende creare un sistema integrato turistico locale pubblico/privato, volto alla realizzazione di un cluster di turismo lento basato su una concezione di Albergo diffuso.

La proposta è volta alla progettazione, e realizzazione di un processo d'individuazione rigenerazione e recupero del patrimonio materiale ed immateriale del territorio finalizzato alla promozione d'itinerari, ed esperienze, basata su un sistema di accoglienza che consenta l'accesso e fruizione del capitale storico culturale ed il recupero e valorizzazione delle tradizioni, dell'enogastronomia, dell'ambiente naturale sociale e religioso locale.

Obiettivo sarà quello di far rivivere i luoghi del Borgo di Belvedere Marittimo, coinvolgendoli attraverso un processo inclusivo della cittadinanza e degli operatori interessati in attività eco-sociali partecipative.

Il fine è quello di creare nel medio periodo un Cluster turistico che utilizzi verso il turista un approccio funzionale ad alto contenuto relazionale ed emotivo per farne godere del patrimonio storico, culturale, ambientale ed enogastronomico e scoprire la tradizione del territorio, aprendo così la via ad un nuovo turismo "esperienziale" e "di senso", indirizzato ad una visione nuova del contesto territoriale, legandolo alla scoperta di nuovi sistemi di turismo lento.

Al fine di realizzare più compiutamente le azioni di progetto, sono stati stretti accordi d'intesa e partenariati con i soggetti del mondo associazionistico presenti sul territorio, e si sono attuati e si attueranno intese con soggetti privati, che saranno gli elementi proattivi nella realizzazione degli attrattori turistico culturali al fine di integrare ed arricchire l'offerta turistica territoriale e rafforzare la destagionalizzazione del flusso turistico che abitualmente è presente sul territorio.

Il Progetto si sviluppa su tre Assi di processo:

- urban/rural re-generation;
- pianificazione di SLoT;
- realizzazione di sistemi locali turistici territoriali

La chiave programmatica è il riuso delle eredità culturali in cui le forze locali esplichino una partecipazione diretta ai processi di sviluppo sostenibile delle eredità culturali.

LA VISION PROGETTUALE

Con il turismo lento si crea un "sistema locale turistico"

La realizzazione del Borgo della Sapienza Albergo diffuso di Belvedere Marittimo –si basa sul modello S.Lo.T. (Legge 29.3.2001 n.135, art.5): esso punta a creare un "valore aggiunto territoriale", cioè un incremento complessivo dei valori di mercato del capitale fisso, dei prodotti e dei servizi di una offerta turistica locale: questo sistema misura le quantità/qualità del fenomeno turistico di un'area (alloggi, logistica, ristorazione, agenzie di prenotazione, attività culturali, sportive e ricreative), ne stima il moltiplicatore (la valorizzazione del patrimonio culturale a fini turistici), il condizionamento infrastrutturale (le reti di servizi esistenti) ed, infine, le risorse umane disponibili (specie giovanili, turisticamente qualificate, come erogatrici di servizi e presìdi della legalità).

La vision del sistema locale turistico del Borgo

La **vision** - lo scenario immaginato, basato su valori, ideali ed aspirazioni della proposta progettuale qui in analisi – eredita e si avvale dell'esperienza vissuta e realizzata a Belvedere Marittimo dal 2014 nell'abito del Programma Pitagora Mundus e che ha visto oltre 600 turisti stranieri risiedere nel borgo in qualità di studenti della scuola di lingua e cultura italiana proposta dell'IsCaPI.

In considerazione delle potenzialità espresse in tal senso esclusivamente nei periodi estivi, il progetto intende promuovere un processo di sviluppo integrato che estenda tale esperienza anche ai mesi non previsti nel quadro delle attività previste dal Programma Pitagora Mundus.

Si intende pertanto riproporre in senso permanente il sistema creato a supporto dell'accoglienza degli studenti e volgerlo verso una proposta di ospitalità permanente rivolta ai turisti orientati ai viaggi esperienziali e di senso.

FINALITÀ ED OBIETTIVI DELL'INIZIATIVA PROPOSTA

La finalità del Borgo diffuso e della sua realizzazione sono molteplici:

- incrementare arrivi e presenza dei visitatori nuovi o abituali;
- favorire la spesa turistica;
- Attrarre nuovi segmenti di mercato;
- allungare la durata della stagione turistica;
- lanciare sul mercato la "destinazione Borgo della Sapienza Albergo diffuso di Belvedere Marittimo" sotto una nuova veste ed un nuovo profilo. Allo stesso tempo si vuole migliorare l'immagine del luogo ospitante e la crescita della sua notorietà, anche oltre i confini provinciali e regionali affinché diventi destinataria di flussi di investimento provenienti da contesti extraterritoriali;
- si pone l'obiettivo di valorizzare e promuovere il territorio locale, coinvolgendo e promuovendo le tradizioni locali nell'arte, nella cultura, nell'artigianato artistico, negli usi e costumi;

- nella sua visione complessiva, intende proporre un sistema locale di turismo lento, attrattore di elementi e di processi, volano per lo sviluppo d'itinerari turistici da proporre ai "viaggiatori di senso" e capace di far rivivere i luoghi delle antiche vie, coinvolgendoli in attività, ad alto contenuto relazionale ed emotivo, per farne godere del patrimonio storico, culturale, ambientale ed enogastronomico e scoprire la tradizione del territorio;
- prevede un percorso attuativo di lungo periodo basato sulla sottoscrizione di un protocollo d'intesa finalizzato alla realizzazione di un accordo di rete comunale tra i vari soggetti pubblici e privati coinvolti e volto alla realizzazione di un processo di sviluppo imperniato su una serie di azioni di formazione, animazione, studio, ricerca, progettazione e orientamento capace di realizzare, nel medio periodo, un sistema di cluster turistico articolatore degli itinerari da proporre ai fruitori del turismo lento.

Obiettivo 1: **Conoscenza, recupero e miglioramento delle capacità di accesso al patrimonio materiale ed immateriale di Belvedere Marittimo**

- ***Sotto-obiettivi:*** Valorizzazione, scoperta e diffusione del patrimonio storico e geo naturalistico del territorio; sostegno ed incentivazione alla fruizione del patrimonio culturale; creazione di una promozione territoriale legata ad un turismo "lento" e destinata a "viaggiatori di senso".

  Azioni:
  - **Approvazione in sede di Giunta e di Consiglio comunale del progetto;**
  - **Creazione di due commissioni studio** permanenti**: LA COMMISSIONE STUDIO DEGLI ITINERARI, LA COMMISSIONE DELLA MEMORIA:**
    - **LA COMMISSIONE STUDIO DEGLI ITINERARI** avrà il compito di censire ed individuare gli antichi e novi sentieri urbani, co-urabani ed interurbani del territorio e finalizzata al recupero e fruizione di tali percorsi.
    - **LA COMMISSIONE DELLA MEMORIA:** avrà come obiettivo il censimento e l'individuazione del patrimonio materiale ed immateriale di Belvedere che andrà a supportare la redazione della DE.CO di Belvedere Marittimo.

    La realizzazione delle commissioni prevede la partecipazione di studiosi, storiografi, ricercatori e cultori della materia individuati a livello Locale regionale nazionale e/o internazionale.
  - **Presentazione alla cittadinanza** del progetto e Seminario di formazione sul turismo esperienziale destinato a formare ed arricchire le conoscenze degli operatori economici del settore; *Collaborazioni organizzative con soggetti partners (associazioni / enti locali);*

- **L'estensione dei servizi logistici a supporto** offerti dall'Amministrazione Comunale per la realizzazione e gestione della Sede di coordinamento alle attività estive del programma Pitagora Mundus sul territorio;
- **L'individuazione di una struttura comunale da affidare** - con termini e modalità da definire – per la realizzazione di un punto ristoro nel borgo denominato "la Locanda del Borgo".

Destinatari*: Operatori interessati; Cittadinanza.*

Risultati *attesi Breve Periodo:* *Realizzazione rete pubblico/privata propedeutica alla realizzazione del sistema turistico di albergo diffuso***.**

Risultati Medio Periodo: Significativo incremento della consapevolezza diffusa delle possibilità concrete alla r*ealizzazione degli obiettivi f*inali del progetto.

Obiettivo 2: Creazione di un sistema locale di turismo lento, al fine di migliorare ed incrementare l'offerta turistica.

- ***Sotto*-obiettivi***:* organizzazione di un centro di coordinamento e controllo; organizzazione della rete di accoglienza dell'albergo diffuso, organizzazione rete accoglienza esterna, organizzazione itinerari turistici strutturati, organizzazione rete accoglienza esterna, realizzazione di un punto ristoro presso il Borgo.

Azioni*:*

- *Seminario di formazione sul turismo esperienziale destinato a formare ed arricchire le* conoscenze *degli operatori economici del settore;*
- *Presentazione bando per la realizzazione del Punto ristoro del Borgo;*
- *Costituzione Centro comando del Sistema turistico;*
- *Realizzazione della rete turistica;*
- *Individuazione e affidamento della cura degli itinerari individuati;*
- *Pubblicazione dei lavori delle commissioni di studio permanenti;*
- *Realizzazione sistema di promozione e prenotazione servizi;*

Destinatari*: Cittadinanza; operatori locali; Flusso turistico.*

Risultati attesi *Breve Periodo:* *Alto numero di adesione e realizzazione delle azioni programmate.*

Risultati attesi *Medio Periodo:* *Significativo incremento in percentuale di accessi e presenze nei siti promossi; diversificazione del target turistico; destagionalizzazione della presenza turistica sul territorio.*

STRUTTURA DI COMANDO DEL SISTEMA LOCALE TURISTICO

Avviare un sistema locale turistico può essere un fenomeno graduale nel tempo e nelle forze da coinvolgere.
IL Progetto qui presente prevede l'organizzazione di una struttura di gestione e comando del sistema turistico del Borgo (detto "Ente") che sarà affidata prima ad un'Associazione o un Comitato e poi eventualmente ad una Cooperativa od una Fondazione.

La fase di creazione dell'"Ente" prevede un'azione di progettazione formazione, accompagnamento e controllo da parte dell'IsCaPI per i primi 5 anni.

L'"Ente" dovrà assicurare le funzioni di progettazione, gestione, commercializzazione dello Slot e nella fase iniziale si avvarrà di consulenti e operatori volontari, con l'ottica di essere affidate successivamente a dipendenti; altre funzioni (es.: trasporti, alloggi, guide, assicurazioni, ecc.) saranno demandate a terzi convenzionati e controllati.

Avvio organizzativo del sistema

ATTI	ATTORI	SEQUENZA TEMPORALE	CRONOPROGRAMMA
Scelta del modello giuridico	Promotori (società e imprese, enti collettivi ed enti pubblici locali) che divengono Fondatori	Rogito dell'atto di fondazione, riconoscimento della Prefettura, nomina dell'amministratore	0
Identificazione del sistema	Fondatori ed esperti	Definizione del territorio, del nome, logo, vision	1° - 2°
Organizzazione	Piano d'impresa	Organigramma/funzionigramma	3° - 4°
Presenze locali istituzionali	Comuni, Diocesi, uffici turistici Pro loco, Musei, Ospedali, Farmacie	Divulgazione e richiesta di partecipazione ed adesione all'Ente	Avvio dopo il riconoscimento
Soggetti interessati allo sviluppo locale	Agenzie turistiche, Associazioni di categoria e di volontariato, Cooperative, Imprese, Artigiani	Divulgazione e richiesta di partecipazione come adesione, patrocinio o sponsorizzazione	Avvio dopo il riconoscimento

FUNZIONI	AZIONE 1	AZIONE 2	AZIONE 3	CRONOPROGRAMMA
Capitale sociale	Conferimento da parte dei Fondatori	Aumentare i Fondatori	Sensibilizzazione per sponsorizzazioni	1° - 2° mese
Avvio economico finanziario	Stima esigenze start up	Quotazione azioni del Piano d'impresa	Fundraising pubblico e privato	2° mese
Costruire offerta	Studio attrattori	Verifica fruibilità	Presidi, guide, infopoint	Dal 3° mese
Comunicazione	Campagna (media, sito, ecc.) nuovo luogo o cammino	Manifestazioni e invito a divulgazione	Eventi con enogastronomia	Dal 1° mese senza sosta

PROGETTAZIONE ITINERARI

Lo S.Lo.T. di un Borgo, prevede l'organizzazione di viaggi individuali e di gruppo. Per gli itinerari, lo S.Lo.T offrirà a turisti che preferiscono viaggiare da soli occasioni di raccoglimento, silenzio, emozione, facoltative e non prefigurate: l'alloggio e l'informazione, l'accoglienza e la relazione in tal senso saranno considerati fondamentali per una buona fruizione dell'itinerario.

Per i gruppi, invece, i pacchetti turistici per comunità saranno composti da alloggio, ristorazione e guida, prenotati in anticipo, con durate e fasi prefissate, con logistica fissa, ma con forte contenimento dei costi.
Per un terzo tipo di fruizione di uno S.Lo.T. come sono gli eventi nel Borgo, trattandosi di un picco di richieste di alloggio da implementare, determinante sarà il booking on line.

Per fare tutto ciò il Centro di Comando deve progressivamente unire le forze e le attività di Pro Loco, Associazionismo, Istituzioni locali, Diocesi, Operatori culturali, Imprese, Volontariato, ecc. in un progetto comune di cui l'**Infopoint** sia "la punta dell'iceberg". In collegamento con gli Infopoint dei Comuni limitrofi del percorso, promuove servizi intercomunali (ad es.: la logistica dei bagagli per gli itinerari ciclabili plurigiornalieri).

Alloggio

L'alloggio del turismo lento nel Borgo non è quello del turismo balneare o di quello delle città d'arte. Esso è "essenziale": uno S.Lo.T. deve avere un minimo di accoglienza notturna, questo è il primo problema da risolvere se non si vuole cadere nella "gita mordi e fuggi di un giorno" che non lascia ricchezza sul territorio. Il Centro di Comando, quindi, promuoverà l'ospitalità diffusa provvedendo ad organizzare una rete di riferimento tra alberghi, B&B e affittacamere sul territorio.

Ristorazione

Poiché manca, per attivare il sistema turistico Borgo della Sapienza, è necessario prevedere la realizzazione di **un punto ristoro**, attraverso un'azione di rigenerazione di luoghi abbandonati o non utilizzati, preferibilmente di proprietà pubblica.
l'Infopoint dovrà comunque censire tutti i ristoratori del territorio, mediante un'attenta verifica delle condizioni di igiene e del rapporto qualità-prezzo, garantendone l'informazione e le prenotazioni. La divulgazione di produttori di alimenti e bevande tipici del luogo, è una delle leve della sostenibilità comprensiva del Centro di Comando: i ristoratori e gli ospitanti convenzionati e consigliati riconosceranno un compenso al Centro di Comando.

Servizi minimi

Attrezzare lo startup dello S.Lo.T. è facile e non dispendioso. Bisogna elencare i **servizi minimi** da fornire.
Una offerta di alloggi adeguata, un punto di ristoro, un Infopoint.
Lungo i sentieri si devono fornire alcuni servizi, quali la segnalazione, l'acqua (ogni 500 m.), servizi igienici (chimici, se non vi sono alloggi o esercizi pubblici ogni 1 km.) e ripari dal maltempo (ogni 2 km.): l'organizzazione dovrà accertarsi della loro esistenza e mantenerle funzionanti. L'altro servizio molto utile riguarda l'accompagnamento e, per taluni itinerari, la guida turistica o escursionistico-ambientale, i cui compensi giornalieri sono fissati dalle Regioni.
L'Infopoint ne garantirà informazione e prenotazioni.

Attrezzare i sentieri del percorso

I percorsi devono essere individuati, costruiti e gestiti secondo precisi **standards**. Dove saranno fissati non solo i requisiti e le forme delle aree di sosta, di larghezza del sentiero, delle panchine, dei raccoglitori dei rifiuti, delle fontanelle, delle tavole picnic, dei piani barbecue, ma anche quelli necessari all'accessibilità dei luoghi e dei percorsi, come ad esempio, delle scale, delle rampe, dei ponti, delle passerelle. Infine di grande importanza sono quelli dei parcheggi.
Ma certamente, specie nei percorsi montani o nelle campagne con bassa antropizzazione, nei boschi, ecc. la **segnalazione** va particolarmente curata: attrezzare il percorso significa identificarlo con un simbolo distintivo del Borgo.

I costi del viaggiatore lento

Il turismo lento deve essere una vacanza economica: oltre alle spese di viaggio per raggiungere il luogo di partenza e tornare da quello finale, la spesa giornaliera deve essere contenuta in meno di 50 euro al giorno.

LE RISORSE UMANE NECESSARIE AL TURISMO DEL BORGO

Serve la Qualità. Gli standard per un percorso non riguardano solo la segnaletica o le fontanelle ma anche i requisiti professionali delle risorse umane dedicate a fornire i servizi minimi ai viaggiatori.

"*Le funzioni degli addetti all'informazione del Borgo sono molteplici e devono garantire un'offerta informativa diversificata, completa ed esauriente che possa soddisfare la richiesta del turista. Il personale dovrà essere opportunamente selezionato, saper fornire le seguenti informazioni: servizi turistici del territorio, prezzi dei trasporti, pubblici esercizi, servizi di pubblica utilità, risorse storico-artistiche e naturalistiche, relativa accessibilità, itinerari turistici, manifestazioni ed eventi, tempo libero, sport, in genere sull'offerta turistica del territorio*.

Formazione del personale

Nella fase dello startup di un S.Lo.T. la formazione del personale deve essere una priorità. Affinché l'offerta informativa sia di alta qualità, è necessario sia che il personale addetto s'impegni ad adottare stili e tecniche di comunicazione appropriate per l'erogazione di informazioni turistiche anche in lingua straniera.

Il Centro di Comando individua modalità e strumenti di comunicazione idonei alla presentazione dei servizi delle strutture ricettive e dell'offerta turistica presente nel territorio.

L'operatore dovrà individuare attese e bisogni dell'ospite per attivare soluzioni di servizi all'interno e all'esterno delle strutture ricettive, interpretare informazioni relative a problemi e valutare la disponibilità di soluzioni di soggiorno gestendo le prenotazioni, applicare le procedure per la registrazione delle prenotazioni, degli arrivi e delle partenze.

Per la natura delle informazioni divulgate e affinché il servizio sia realmente di alta qualità è necessario che il personale venga formato attraverso un corso predisposto appositamente che comprenda moduli di:

- comunicazione e relazione interpersonale;
- lingua inglese e un'altra lingua comunitaria;
- manuale d'uso del programma telematico in dotazione;
- nozioni storico – culturali locali e sul territorio;
- marketing dell'accoglienza.

Fabbisogno di personale: startup e avvio

Oltre alla qualità serve determinare anche la quantità.

Nella fase iniziale di progettazione, l'organizzazione dello "start- up" (tra uno e due anni dalla redazione della vision) avrà necessità di due tipi di personale: il primo è quello relativo alla struttura del Centro di Comando; il secondo è quello relativo alla costruzione dei primi servizi dell'offerta. Nel primo caso, si tratta di personale che dovrà avere professionalità pregresse nei vari campi (o di esperti tutor di volontari, futuri dipendenti). Nel secondo, un numero bassissimo che contribuisca alla creazione dei servizi, dimostrando caratteristiche personali ed attitudini adeguate.
Complessivamente un Team piccolo, purché coeso e creativo (10 - Unità di cui 5 part-time e 2 esperti) per i primi 2 anni.

Personale dello start up

funzione	Qualità	Quantità	Full/Part Time
Management (Direzione e coordinamento)	Direttore Progettista Staff	1 1 1	Full Time Full Time Part Time
Produzione dell'offerta dei servizi	Esperto nei vari tipi di offerta Addetto storico-artistico Addetto enogastronomia	1 1 1	Full Time Part Time Part Time
Risorse Umane	Esperto Risorse Umane	1	Full Time
Contabilità e Finanza	Economo	1	Full Time
Informatica e MKT	Esperto informatico Esperto di agenzia di viaggi	1 1	Part Time Part Time

Fabbisogno di personale all'avvio dei servizi

Da 10 si passa a 20 persone quando e perché iniziano le entrate. Se, e quando, il grado di maturazione interno e di coinvolgimento esterno (sistema a rete) consentirà di iniziare ad erogare servizi, si passerà alla fase dell'avvio dei servizi.

Gran parte del personale non avrà un inserimento stabile nella struttura organizzativa del Centro di Comando, ma sarà frutto dei collegamenti, convenzioni, protocolli di collaborazione che si saranno instaurati con i fornitori che avranno man mano composto la Rete.

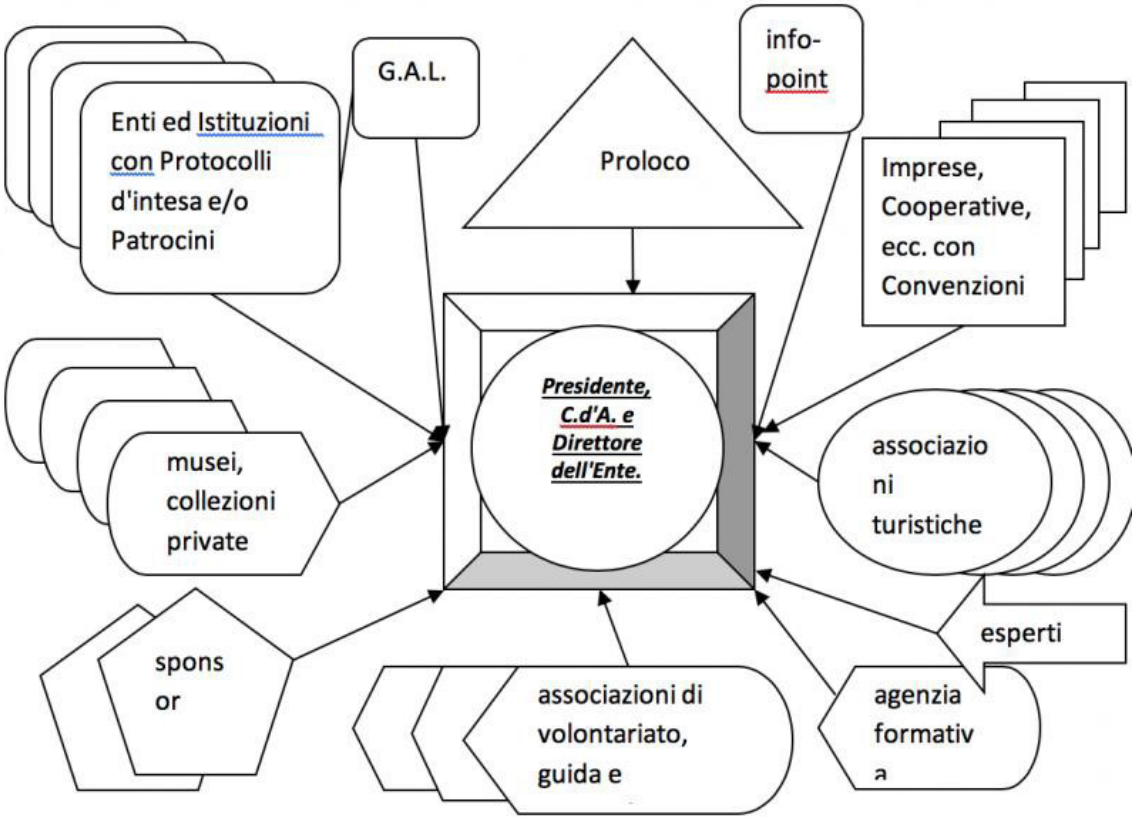
Un gruppo di non oltre una ventina di persone che coprano tutte le funzioni (management, offerta, risorse umane, economato, informatica, promozione, commercializzazione) su due o tre livelli.

Un team, articolato, composto da alcuni consulenti esterni (*) e, il resto, da dipendenti full time. Naturalmente nel caso di coinvolgimento delle Istituzioni, il distacco del dipendente pubblico può ridurre il costo complessivo

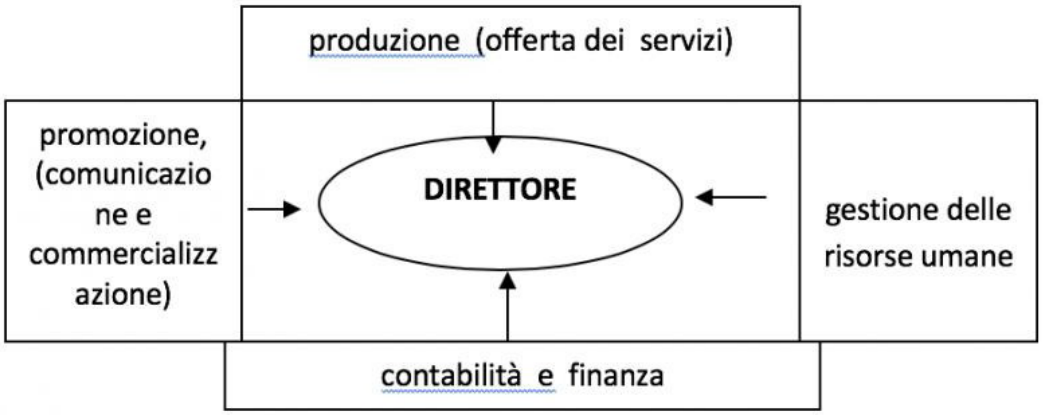
Personale dal 3° anno

funzione	Qualità	quantità
Management (Direzione e coordinamento)	Direttore Esperto di gestione servizi a rete Addetti ai fornitori e Istituzioni + staff	1 1 (*) 1 + 1 (*) + 1
Produzione dell'offerta dei servizi	Esperto nella costruzione dell'offerta Add. artistico, enogastron., accoglienza e logistica	1 (*) 4
Risorse Umane	Esperto gestione e formazione	1 (*) + 1
Contabilità e Finanza	Esperto economico-finanziario + staff	1 + 1
informatica e commercializzazione dell'offerta	Responsabile promozione della rete Addetto informatico Esperto di marketing e venditori	1 (*) 1 1(*) + 2
Comunicazione	Addetto stampa	1 (*)
		20

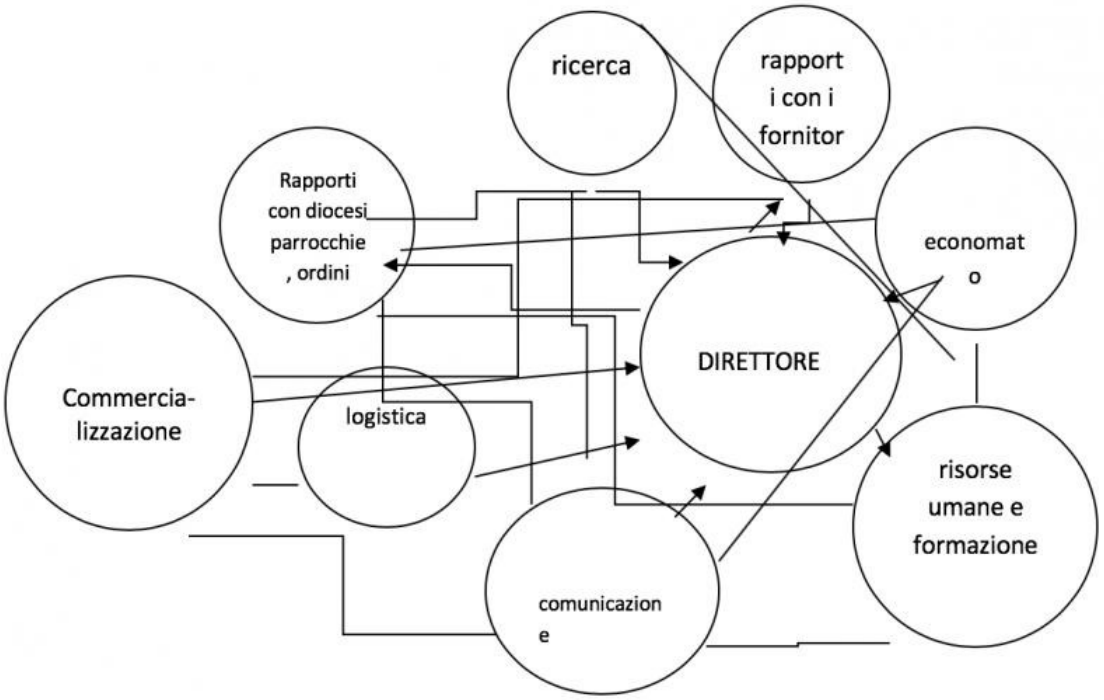
Il Centro di Comando e la rete



Le funzioni del Centro di Comando



Le relazioni tra funzioni nel Centro di Comando



L'OFFERTA TURISTICA DEL BORGO

Esperienze, relazioni, emozioni

L'offerta dovrà essere caratterizzata da "luoghi ed eventi dell'offerta esperienziale, relazionale ed emozionale": ben diversi da quelli, ad esempio, del turismo balneare o congressuale. Il turismo lento è un nuovo tipo di turismo: esso aiuta chi vuole ritrovare sé stesso in luoghi e tempi diversi dalla quotidianità di vita.

Per questo il turismo lento, oltre all'esperienza fisica del viaggio tra monumenti, musei, offre attività culturali, gastronomiche, all'aria aperta che possano far conoscere - a fondo, lentamente ed attentamente - uno o più luoghi od un percorso.

Il turismo lento è anche relazione umana: esso deve dare l'opportunità di conoscere le persone del posto, i testimoni e gli attori della sua cultura e delle sue tradizioni.

Il turista lento deve sentirsi a casa, vivere in maniera autentica la vita del luogo che visita, deve essere agevolato nel creare contatti con gli abitanti che incontra. Il segreto della buona progettazione è il grado di condivisione degli attori locali al progetto di offerta che il progettista di turismo lento sarà riuscito a creare.

Esperienze, relazioni ed emozioni sono il cuore del turismo lento.

"Residenti temporanei" del Borgo della Sapienza

L'organizzazione commerciale turistica del Sistema turistico del Borgo della Sapienza, sarà dettagliata nei vari tipi di offerta, facendo rete con l'industria turistica, le Istituzioni, gli attori culturali e le presenze del luogo per individuare ancora nuovi tipi di offerta: naturalistiche, enogastronomiche, di carattere spirituale, di meditazione, della cultura, della storia, del folklore, ma tutte nella logica dell'accoglienza. In molti casi sono un'offerta plurima, "su misura".

Una particolare attenzione sarà rivolta all'accoglienza.

Sarà necessario considerare come elemento fondamentale che nel turismo lento al quale il sistema Borgo si rivolge, si dovrà affermare un tipo di accoglienza diversa dalla semplice fruizione di un albergo o di un ristorante.

Si dovrà cercare di far stare a proprio agio il turista come se fosse un "residente temporaneo".

AZIONI PER AVVIARE E PROSEGUIRE LA COSTRUZIONE DI OFFERTE DI TURISMO LENTO

Le offerte di turismo lento che il Borgo proporrà saranno diverse e diversificate.

Tra le altre queste le prime possibili:

Tipi di offerta del Parco	Elementi del tipo di offerta	Azioni per realizzarlo
1.Offerta culturale	Valorizzazione di: • tradizioni • monumenti e strade storiche • musei diocesani • musei e collezioni pubbliche e private fruibili • convegni, incontri, dibattiti, mostre temporanee • concerti e manifestazioni musicali	Mappatura e analisi dei siti, catalogo senza data e cartellonistica in situ
2.Offerta spirituale	Valorizzazione di: • Chiese • Conventi ed altri siti religiosi • Edicole votive • Iniziative di catechesi • Celebrazioni dei "tempi forti" del calendario liturgico • Confraternite e loro azioni devozionali	Ricognizione, Mappatura e analisi, Redazione di un catalogo senza data Affissione di cartellonistica in situ
3.Offerta di meditazione attraverso itinerari a piedi, bici ed auto	Creazione di: • Percorsi di pellegrinaggio tradizionale verso mete di fede • Nuovi itinerari di spiritualità individuale (attraverso una scelta di santuari, conventi, ecc.) • Percorsi Storici • Percorsi Naturalistici • Percorsi Artistici • Percorsi Enogastronomici • Percorsi della bellezza (misti rivolti all'identità territoriale)	Individuazione dei percorsi diversificata per temi, target, tempi e mezzi (auto, bici, piedi) Catalogazione e redazione di brochures Convenzioni con l'accoglienza (guide, infopoint, cartellonistica, segnaletica in situ)
4.Offerta naturalistica	Valorizzazione di zona con particolare valenza naturalistica e/o paesaggistica riconosciuta (aree protette, parchi naturali, oasi...);	Mappatura, analisi approfondita dei singoli siti, scelta ed accordi per servizi diretti o indiretti
5.Offerta di accoglienza	Creazione di un'offerta di accoglienza convenzionata per: • Alberghi, agriturismo, camping, ecc. • Case per ferie, case vacanze, B&B, albergo diffuso,foresterie per pellegrini, ostelli, ecc. • Associazioni guide • Ristoranti • Esercizi pubblici di ristoro (negozi di alimentari, bar, paninoteche, ecc.)	Mappatura, analisi approfondita dei singoli siti, scelta ed accordi per servizi in convenzione Redazione di un catalogo con prezzi convenzionati
6.Offerta di Folklore,	Valorizzazione e creazione di: • festival, • sagre, • feste patronali • eventi religiosi	Mappatura e analisi critica delle manifestazioni attuate, Scelta e redazione di un catalogo e flyers temporanei
7.Offerta di Enogastronomia	Valorizzazione di: • Prodotti *dell' "ora et labora"* di eventuali comunità monastiche presenti • Aziende di ristorazione • Aziende vitivinicole di vini tipici e dei loro punti di distribuzione e commercializzazione o show-room	Mappatura e analisi critica delle manifestazioni attuate, Scelta e redazione di un catalogo e flyers
8.Offerta di Artigianato	Valorizzazione di: • Aziende produzione di artigianato tipici • Punti di distribuzione e commercializzazione • Show-room	Mappatura e analisi critica dei prodotti, Scelta e redazione di un catalogo e flyers

L'effetto delle 4 azioni per ognuno degli 8 tipi di offerta di turismo lento proposti

Il Sistema turistico del Borgo della Sapienza di Belvedere Marittimo potrà essere contemporaneamente escursionistico ed ambientale, culturale nel senso più ampio e paesaggistico.

Se è validamente progettato e gestito, sarà in grado di trovare una propria centralità nel panorama offerto dal Borgo perché «*è un segmento concentrato sul moog, sul feeling e sul sentiment del viaggiatore contemporaneo* (Cammini d'Europa, 2018). L'enumerazione delle 4 azioni per ognuno degli 8 tipi di offerta di turismo lento può far comprendere la complessità della costruzione di una valida offerta di turismo lento.

Ma chi lo fruisce, a piedi o in bicicletta, pur non accorgendosi dei dettagli, ne percepirà l'effetto: una esperienza di senso.

Individuare ed identificare i luoghi che attraggono

I luoghi attrattivi devono essere individuati e supportati dai servizi all'offerta.
Essi, quali elementi della progettazione esecutiva, sono molteplici e dipendono dalla quantità e qualità dei tipi di offerta che si sono scelti nella prima fase di progettazione. I luoghi sono "i punti della logistica": per predisporli, anzitutto si dovranno definire sia l'organizzazione logistica che la fruizione dei siti attrattori del Borgo Poi, bisognerà attuarne la predisposizione e l'allocazione delle informazioni relative: per individuare ed identificare questi servizi, bisognerà progettare e realizzare i punti di accoglienza-informazione, la segnaletica in loco e la logistica fino alla partenza e dopo l'arrivo.

Tappe e percorsi permanenti

Ogni attrattore (luogo, evento, funzione) è una tappa del turismo lento offerto dal Borgo. Lo spazio tra tappa e tappa è coperto da un percorso, un itinerario, una viabilità da percorrere a piedi o in bicicletta, che dovrà essere accessibile (almeno in parte) anche a non- normodotati.

Tra un attrattore ed un altro, i percorsi possono essere permanenti.

Aperti tutto l'anno, accessibili da persone con difficoltà di movimento, udito, vista, vanno predisposti con molti servizi: aree di sosta, panchine, cestini per i rifiuti, fontanelle, tavole, servizi igienici, ascensori o servoscale, rampe (larghezza minima per transito di una persona con sedia a ruote e consentire l'incrocio di due persone); ponti-passerelle con pendenza inferiore al 5% e con gradini inferiori a 1,5 cm. di altezza, parcheggi (1/50 posti auto riservati alle persone portatrici di bisogni speciali, con il minimo di 1); dotazione di segnaletica verticale (altezza minima 210 cm.) ed orizzontale; buona copertura del segnale telefonico, per permettere ai turisti di usufruire dei servizi. I percorsi ben attrezzati sono di per sé attrattivi ed aumentano l'attrattività delle tappe.

I percorsi temporanei

Oltre ai percorsi, itinerari e viabilità permanenti il Borgo proporrà quelli temporanei.

Essi saranno legati ad eventi od avvenimenti, come saghe o feste religiose locali. Come nel caso del pellegrinaggio montano, sarà facile transennare alcuni tratti del percorso od addirittura deviare l'itinerario nel caso di frane, smottamenti, la viabilità stradale interessata avrà deviazioni temporanee facilmente ripristinabili, ecc. I percorsi temporanei permettono di fruire di attrattori difficilmente visitabili in permanenza: i Parchi montani nella stagione invernale, gli stabili storici utilizzati da una funzione pubblica, un castello di proprietà privata ne sono alcuni esempi.

La caratteristica di questo turismo lento è la precarietà: intervenendo nel momento dell'evento, la presenza umana agevolerà quegli adattamenti temporanei e precari che, invece, nel caso dei percorsi permanenti, appaiono di grande difficoltà. I percorsi temporanei non avranno bisogno di cartellonistica fissa, opere strutturali, ma (come le giornate del FAI) potranno essere di grande richiamo.

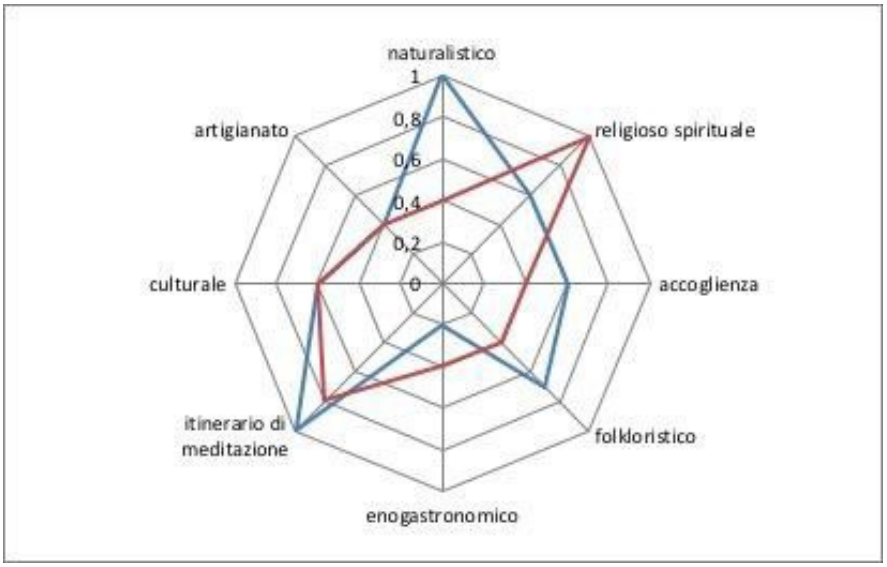
Tracciatura in GPS: una guida I-Tech lungo i percorsi

L'indicazione dei percorsi mediante cartografia è oramai superata dalla mappatura interattiva e georeferenziata. Può essere attuata in modi vari e con spesa differente.

Ma oltre alle notizie del e sul percorso, sarà necessario che l'App. GPS sia integrata dalle informazioni sui vari tipi di offerta nella tappa d'inizio ed in quella finale: questo è un compito gravoso di gestione, perché continua, per operatori degli Infopoint, attraverso info dirette, news e risposte a call di assistenza, accoglienza, logistica, ecc.

Un'offerta plurima può essere vincente

Per essere attrattivo il turismo lento che proporrà il Borgo della Sapienza deve usare più offerte contemporaneamente.



Il percorso deve essere programmato inserendo una offerta plurima che abbracci obiettivi differenti: un esempio evidente è quello dei Cammini, nei quali giocano contemporaneamente varie tipologie di offerta di turismo lento.

TIPOLOGIA DI ACCOGLIENZA DEL BORGO: IL TURISTA COME RESIDENTE TEMPORANEO

Strutture ricettive: varietà e opportunità

Per tipo di accoglienza e per il prezzo, il turismo lento predilige gli **alberghi diffusi** (alloggi in stabili separati ma vicini, ubicati a breve distanza da un edificio centrale di portineria) come nel caso del sistema turistico offerto dal Borgo, ma anche i **bed and breakfast** (a conduzione familiare), gli **affittacamere, i campeggi, l'ospitalità pellegrina** e gli **Ostelli** (per singoli e per gruppi).

Quale accoglienza

Ricettività non sempre vuol dire accoglienza. L'accoglienza vuol dire non solo l'alloggio, ma anche buon rapporto tra qualità e prezzo. L'alloggio "essenziale" è quello preferito dal turista lento.
Determinante sarà il ruolo dell'Infopoint: potrà promuovere, oltre al suo sistema di Albergo diffuso del Borgo, l'aggregazione, mediante convenzioni, dei B&B del posto garantendone informazione e prenotazioni. L'Infopoint, così, oltre a fornire informazioni, contribuisce a promuovere risposte, concrete e facili da creare, alla domanda di accoglienza dei turisti lenti.

Quale ospitalità

Buona ricettività chiede accoglienza ma esige anche l'ospitalità: dare alloggio è una relazione umana. Preoccuparsi dei bisogni di viaggiatore, farlo sentire "residente temporaneo", affinché sia a proprio agio **è un concetto di ospitalità che nasce dalle persone** e non dalle strutture o dagli incentivi economici. L'ospitalità migliore è quella per la quale, anche se l'alloggio è essenziale, il viaggiatore paga un prezzo economico ed è accolto con semplicità e calore umano. Gran parte del successo del Borgo, dipenderà dal grado di ospitalità che il turista lento avrà ricevuto nel momento in cui ha avuto bisogno di servizi, semplici ma essenziali alla sua esistenza (dormire, mangiare, lavare i panni, medicare escoriazioni, avere in prestito un Kiway copri sacco, sostituire un impermeabile o una bacchetta di nordic-walking rotta, fare due chiacchiere amichevoli nel Borgo o sul percorso del giorno dopo, avere consigli sui prodotti enogastronomici o sulle tradizioni locali). Ospitalità non è solo fornire un letto a basso prezzo, ma è la rara dote umana della comprensione e della disponibilità. E le lingue ne sono un presupposto essenziale.

La promozione del Borgo

L'offerta del Borgo dovrà essere accogliente, ospitale ed accessibile: deve rendere il turista un ospite, o meglio, un residente temporaneo del Borgo, Parco o Cammino.
Un **turismo soddisfatto** è il migliore strumento di comunicazione e di commercializzazione, per le notizie che porterà con sé e riferirà al suo ritorno. Questi tre requisiti devono essere la caratteristica principale della tipologia turistica offerta.
Il turismo lento è itinerario di senso: solo se è accoglienza, ospitalità ed accessibilità consente al turista di fare quel passo in più dentro di sé e di provare "emozione". Per tutti gli operatori del Borgo, raggiungere questi obiettivi attraverso queste qualità è, in prospettiva, il più importante degli investimenti.

RETE DEI FORNITORI DEI SERVIZI ALL'OFFERTA DEL BORGO

La rete dei fornitori dei servizi al Borgo

I vari tipi di offerta del turismo lento, le tante funzioni organizzative, i luoghi ed itinerari dell'offerta non possono essere tutti gestiti dal Centro di Comando ma - con un vero e proprio decentramento organizzativo programmato - da una "rete di fornitori dei servizi". Essa va promossa, selezionata, garantita e verificata dall'"Ente" - Centro di Comando. Ma i servizi al turismo lento non coincidono con quelli al turismo convenzionale: ad esempio, la guida ambientale ed escursionistica svolge un servizio differente da quello di una tradizionale guida turistica.

I fornitori dei servizi

I fornitori di servizi del Borgo saranno gli operatori locali. Lo sviluppo socio-economico del territorio può nascere con imprese esistenti o, se mancano, promuovendo cooperative, associazioni culturali, piccole imprese per fornire servizi culturali, spirituali, naturalistici, di accoglienza, di folklore, di enogastronomia, di artigianato, da inserire in un "Catalogo dei Servizi" del Centro di Comando: esso ne garantirà prezzi, qualità, serietà.

La convenzione tra Ente e fornitore di servizi

L'affidamento mediante convenzione di uno o più servizi sarà uno dei punti chiave organizzativi.

Come progetto, i fornitori della rete offriranno servizi garanti a prezzi calmierati al turista del Borgo, ma nel contempo, contribuiranno economicamente a sostenere le spese di gestione del Centro di Comando che li avrà scelti e ne garantirà la qualità al turista lento medesimo. La rete dei fornitori è il perno della sostenibilità nel tempo del sistema organizzativo messo in campo dal Centro di Comando e da esso gestito.

In concreto, la rete dei fornitori va promossa, selezionata, garantita, verificata mediante convenzioni tra il Centro di Comando ed i soggetti interessati.

In esse, dovranno essere indicate le materie affidate dal Centro di Comando al gestore del servizio convenzionato.

È necessario avere una rete di fornitori, ma è altrettanto importante che essa agisca secondo regole e standard ben precisi ed omogenei.

La convenzione deve prevedere verifiche del Centro di Comando e sanzioni, fino alla revoca della convenzione, nei casi più gravi di non conformità dei servizi resi agli standard convenuti. Per la sostenibilità complessiva del Borgo, i fornitori riconosceranno al Centro di Comando compensi, fissi o variabili, e il Centro di Comando segnalerà ai turisti solo i convenzionati.

Le convenzioni dei servizi di turismo lento nel Borgo

I fornitori di accoglienza, di refezione, di logistica e d'informazione che abbiano sottoscritto **la convenzione** formano la rete e saranno rappresentati in un Catalogo degli attrattori di turismo lento del Borgo (o del Parco o del Cammino). La convenzione sarà formale e soggetta a verifiche e sanzioni in caso di inadempimento. Nel successivo Catalogo dei servizi convenzionati saranno inizialmente inseriti i servizi che siano considerati dal Centro di Comando validi attrattori di turismo lento e saranno confermati i servizi che le verifiche abbiano accertato la qualità dei servizi inizialmente raggiunta.

Il Catalogo dei servizi convenzionati nel Borgo

Il Catalogo dei servizi convenzionati è una realtà da creare avendo ben presente lo standard di qualità che il Centro di Comando ha fissato.

La rete dell'offerta di servizi di un Borgo dovrà essere in continua evoluzione nella qualità e nella quantità.

Per dirsi minima ma completa, la lista dei servizi convenzionati deve contenere offerte di alloggio, di ristorazione, di trasporto, servizi di guida turistica, di guida escursionistica, di accompagnatore e di interprete e concretizzarsi in un Catalogo: prevederà integrazioni per prodotti dell'enogastronomia, per corsi di cucina locale, per visite ai luoghi dell'artigianato o dell'arte, per eventi folkloristici e processioni, per spettacoli teatrali, tornei, sfilate storiche, bande e concerti.

Per questo, **il Catalogo dei servizi convenzionati** sarà creato progressivamente, nel tempo, senza affanno: inizialmente potrà non coprire tutti i servizi.

Inizialmente si limiterà ad alcuni siti, a poche ricettività, a qualche ristorazione, a molte informazioni ed a guide.

L'alloggio convenzionato e l'ospitalità diffusa nel Borgo

Il Borgo prevedrà un sistema di ospitalità diffusa che si avvarrà del *Know How* realizzato nel quadro del programma Pitagora Mundus e che prevede la contrattualizzazione di almeno 10 appartamenti nel centro storico di belvedere Marittima che possano garantire una disponibilità di ospitalità media di 30 posti letto.

A richiesta o ad esaurimento dei posti disponibili dell'ospitalità diffusa, l'alloggio, quando non è disponibile l'ospitalità diffusa, considerando che l'alloggio sarà un punto focale del successo del Centro di Comando, dovrà essere più conveniente del booking on line, in quanto è la principale fonte di finanziamento del Centro di Comando. Anche in tal senso saranno previste delle "**convenzioni alloggio"** da fare sottoscrivere tra il Centro di Comando e gli operatori locali coinvolti nell'iniziativa.

Il trasporto convenzionato nel Borgo

Il trasporto nei sistemi itineranti del Borgo sarà convenzionato perché ne rappresenta un *asset* essenziale: anche per il sistema del trasporto sarà prevista una "**convenzioni trasporto"** da fare sottoscrivere tra il Centro di Comando e gli operatori locali coinvolti nell'iniziativa.

La ristorazione convenzionata nel Borgo: La Locanda del Borgo

Il Borgo prevedrà un punto ristoro di riferimento denominato "la Locanda del Borgo" dove poter consumare pasti completi a menu fisso ed a Km 0 con un costo non superiore ai 10 euro.

La Locanda dovrebbe considerare la rigenerazione di luoghi abbandonati o non utilizzati, preferibilmente di proprietà pubblica da affidare, tramite apposito bando, ad operatori privati locali che a fronte di agevolazioni temporanee di sostegno della fase di start up, possano garantire il rispetto di disciplinari creati ad hoc, e la fruizione di pasti gratuiti o a prezzo convenzionato in occasione di eventi organizzati da e per conto dell'ente comunale.

Saranno altresì convenzionati tutti i ristoratori del territorio coinvolti nell'iniziativa che eroghino un prezzo di ristorazione di 30-35 euro/giorno comprensivo di due pasti. Anche per la ristorazione sarà prevista una **convenzione "ristorazione".**

Le guide convenzionate nel Borgo

Tra i servizi offerti dal Borgo saranno presenti anche quelle delle Guide ed Accompagnatori.

Per gli **accompagnatori** (min.120 Euro/giorno) e le **guide turistiche** (min. 200 Euro/giorno), la Regione ha fissato le tariffe. Per le **guide escursionistiche ambientali**, prezzi da fissare ("trekking" o "hiking") in base al percorso, ed al cliente. L'eventuale convenzionamento del sistema Borgo con associazioni di guide potrà ridurre il prezzo.

Gli interpreti convenzionati nel Borgo

Il sistema servizi offerto dal sistema del Borgo della Sapienza dovrà prevedere anche quello degli interpreti in lingua estera - esperti di lingue e comunicazione che ascoltano, comprendono e traducono oralmente le comunicazioni tra una lingua ed un'altra durante visite, conferenze, eventi televisivi e spettacoli fruiti dal turista lento; da confondere né con le guide (che possono interloquire sui temi di loro competenza e cultura), né con i traduttori (che lavorano sui testi scritti). In questo sarà opportuno una azione sinergica con il Liceo Linguistico Campanella di Belvedere Marittimo.

Le De.Co. - Denominazioni Comunali di origine e promozione turistica - legge 142 del 2006 (Certificano i sapori ed i saperi)

La prima missione delle De.Co.: promuovere l'enogastronomia

Le De.Co. forse più conosciute come "Denominazioni Comunali" sono nate qualche anno fa con l'intento di **salvaguardare l'immenso patrimonio enogastronomico presente in Italia**. Quasi tutti i comuni italiani, infatti, possono vantare prodotti tipici, dolci della tradizione che spesso nascono da elaborazioni molto semplici e casalinghe a cui viene aggiunta la fantasia delle buone massaie o, in casi ancora più fortunati, da cuochi e/o pasticceri che, con la loro grande manualità, portano questi prodotti alla "ribalta" in ambiti locali.

Le De.Co. si "incardinano" in due filoni ben precisi:

- 1. un primo gruppo diviso in: **prodotto agricolo, prodotto di artigianato alimentare ed una categoria di prodotto artigianale;**
- 2. un secondo gruppo così suddiviso: **ricette, feste, sapere tradizionale e terreno**.

La ricetta di un buon marketing territoriale

Sempre nel suo intervento, Molinari ha proposto un "ciclo virtuoso" di marketing territoriale per i prodotti De.Co., semplice ma molto funzionale:

- 1. **Recuperare**: far "riaffiorare" la memoria storica ed antropologica del prodotto e le sue fasi di lavorazione, oppure l'elaborazione dei momenti salienti della festa tradizionale;
- 2. **Salvaguardare**: recuperata la memoria, è importante "salvarla" attraverso le delibere e meccanismi che permettano la riproposizione nella sua forma più "arcaica" e tradizionale del prodotto o dell'evento;
- 3. **Comunicare**: estratto l'archetipo base del prodotto o della festa, ci si può concentrare sulla comunicazione che deve essere semplice, accattivante, ma soprattutto deve mettere in luce gli aspetti più particolari del prodotto ed il suo forte legame con la comunità;
- 4. **Riscoprire**: le tre precedenti fasi, se elaborate anche con un "pizzico" di fantasia, **porteranno il visitatore attento e curioso a ricercare il prodotto o la festa** e, se l'esperienza sarà riuscita e positiva, a parlarne con amici e parenti, determinando l'aspetto più importante di questo ciclo: un **passaparola** preciso ed "affascinato" tanto da essere la migliore **pubblicità e promozione a costo zero**!

LA PROGETTAZIONE DI INIZIATIVE DI ANIMAZIONE TURISTICA DEL TERRITORIO

Animazione territoriale e coinvolgimento: un ponte tra generazioni

Oltre alla progettazione economica (se la valutazione delle opportunità territorio e infrastrutture è positiva e prevediamo un buon impatto economico) è indispensabile la condivisione del progetto: un ponte per coinvolgere la comunità locale con motivazioni non sono solo economiche, ma sociologiche, antropologiche, ambientali e socio-politiche. Serve un planning economico-territoriale, in consenso e in sostenibilità.

Risorse umane per il progetto: nuove qualifiche professionali per il turismo lento

Le figure professionali tradizionali del turismo (accompagnatore, guida, direttore ed operatore alberghiero, gestore e cameriere di ristorante, autista, ecc.) non colgono appieno le esigenze di senso e di cammino fisico e spirituale del turismo lento. Ed ecco che nascono nuove qualifiche: ne cito alcune recenti formate in alcune Regioni d'Italia, da Agenzie formative attente alle previsioni occupazionali:

- **operatore per il turismo rurale:** *figura professionale che possiede conoscenze e competenze delle produzioni tipiche e tradizionali, dei siti di interesse ambientale e artistico-architettonici, della storia e della cultura del territorio*;
- **operatore per l'ecoturismo:** *figura professionale capace di tradurre operativamente e concretamente quanto le Istituzioni del territorio programmano per la promozione turistica e di valorizzare il settore del turismo rurale*;
- **esperto dei Cammini e dei beni culturali ecclesiastici:** *figura professionale con conoscenze, competenze ed abilità intersettoriali, in grado di progettare e gestire la fruizione di* ***Cammini*** *e di beni culturali ecclesiastici mediante tecniche specifiche ed idonea preparazione.*