



1. “ANNO DEI BORGHI” PER ESALTARE LE POTENZIALITÀ TURISTICHE DEI PICCOLI COMUNI

Il 2017 è l’anno dei “**Borghi turistici italiani**”, una tappa di quel processo avviato dal Ministro Franceschini per rinnovare la visione del turismo italiano, inserendolo pienamente nei processi di sviluppo sostenibile del Paese. Ma è stato anche l’anno della definitiva approvazione del **Piano Strategico del Turismo 2017-2022** e della Legge 6 ottobre 2017 n. 156 “**Misure per il sostegno e la valorizzazione dei piccoli comuni**”.

All’interno del Piano Strategico del Turismo, tra gli obiettivi spicca il tema della **valorizzazione integrata e sistemica dei centri minori** e la necessità di fornire gli strumenti e le competenze per svilupparne la competitività.

La centralità e l’attenzione su questi territori ben si connette al consolidamento del concetto di **Green Community** applicato al turismo, che suggerisce sia l’aggregazione e l’educazione dei viaggiatori che la formazione di operatori ed amministratori coinvolti nella programmazione socioeconomica a livello locale.

La nuova legge “Salva Borghi” è stata approvata (dopo numerosi tentativi degli anni passati) all’unanimità in entrambi i rami del Parlamento, con il sostegno di ANCI e di molte organizzazioni, e quindi viene vissuta come un’opportunità per tutto il Paese. È proprio attorno alla **pluralità** e **distintività** delle **comunità** che si costruisce un rapporto vincente per l’Italia, tra domanda e offerta turistica. È necessario dunque un patto tra Stato Centrale, Regioni (principali protagonisti istituzionali del settore), Comuni e Associazioni per la messa in opera di questa legge che costituisce uno stimolo a **condividere strategie e a formulare piani d’azione** per il rilancio del turismo nei territori.

I più recenti dati sul “turismo nei borghi” confermano un **forte interesse** verso questo tipo di destinazioni che, nella scorsa estate 2017, ha registrato un +12.5% nei flussi di visita.

I centri minori sono realtà dinamiche, sono **laboratori di sperimentazione**, la piattaforma ideale sulla quale investire per lo sviluppo di un **prodotto turistico competitivo**. Anche grazie alla maggiore consapevolezza della fragilità delle risorse del territorio, i piccoli Comuni sono esempio di **buone pratiche e di innovazione**.

La capacità di attrarre flussi turistici dei centri minori di qualità è però proporzionale alla partecipazione a **reti territoriali**. Il singolo Comune può trarre i massimi benefici, in termini di sviluppo economico e turistico attivando un’aggregazione. La rete, a livello locale può anche rappresentare occasione di

ridistribuzione dei flussi a garanzia di sostenibilità ambientale dell'offerta. I centri minori di qualità possono infatti essere nodi attorno ai quali si attivano bacini d'attrazione e si creano ampi **prodotti turistici territoriali**.

La **creazione di reti di comunità** permette inoltre di programmare azioni e interventi integrati nel territorio e talvolta ottenere finanziamenti e di godere di occasioni di visibilità nazionale altrimenti non raggiungibili.

Ma la partecipazione a **reti di borghi** può avere anche motivazioni extra-territoriali in grado di aumentare i livelli di scambio e cooperazione per comuni interessi e obiettivi.

Il principio di qualità può essere leva di **sviluppo locale** e di **competitività** per tutto il sistema turistico, ma deve uniformarsi a un livello elevato e completo dell'offerta da riferirsi alla totalità dell'esperienza turistica, includendo i **fattori tangibili** (accessibilità, accoglienza, ricettività, ristorazione ecc.) e gli **elementi intangibili** (ospitalità, convivialità, autenticità, ecc.). Si tratta di componenti simultanei da garantire con continuità.

Anche dal punto di vista turistico dunque si ha una conferma del fatto che i territori e le **comunità** svolgono un **ruolo centrale** nella **creazione del valore** rispetto alla concretizzazione di **modelli competitivi** e di **nuove filiere**.

In attesa del *Piano nazionale per la riqualificazione dei piccoli comuni* che definirà le priorità e indicherà le modalità per la presentazione dei progetti da parte delle Amministrazioni comunali al fine di dare attuazione alla Legge 156/2017, emerge la centralità di tematiche quali la rigenerazione dei centri storici e la creazione di ricettività turistica, la **qualificazione e manutenzione del territorio**, la **riqualificazione delle infrastrutture stradali**, ma anche il tema **dell'efficienza energetica** degli edifici e dell'utilizzo di energia da **fonti rinnovabili**. Tali ambiti di azione sono infatti prioritari non solo per garantire il presidio del territorio ma anche per **migliorarne la vivibilità** in una prospettiva di sviluppo turistico sostenibile di lungo periodo.

La centralità di tali temi si ritrova anche nella **Strategia Nazionale delle Aree Interne**, nell'ambito della quale la maggior parte delle aree pilota ha individuato il **turismo** come uno degli asset su cui orientare parte della propria strategia per lo sviluppo locale.

I piccoli Comuni sono spesso laboratorio di innovazione, poiché il **rapporto pubblico/privato rende più agevole e diretto** il raggiungimento di obiettivi di migliore gestione dell'ambiente e del territorio, ma anche finalità di più generale interesse collettivo come l'impegno verso le **giovani generazioni**.



2. DALL'ANNO DEI BORGHİ LE LINEE EVOLUTIVE PER LE FUTURE AZIONI

2.1. Borghi e accessibilità

- Uno dei fattori per il successo “turistico” dei borghi è rappresentato dalle **connessioni territoriali**. Molto spesso questi insediamenti di qualità si sono meglio conservati e hanno mantenuto una forte identità proprio per la lontananza dalle principali direttrici dell’urbanizzazione e, di conseguenza, delle infrastrutture di trasporto. Quindi, uno dei primi fattori su cui operare per la valorizzazione turistica di centri ad alto pregio ambientale e culturale è la possibilità di essere raggiungibili. **L’accessibilità è un fattore cruciale** che tuttavia va maneggiato con prudenza. La soluzione non può essere ritrovata nell’accesso veloce diretto, ma con **percorsi guidati** congruenti con i valori profondi che fanno dei borghi una rete di insediamenti territoriali unici al mondo. Ogni sforzo, quindi, va compiuto per la riqualificazione delle **rete stradale minore**, per la tenuta in efficienza del servizio **ferroviario** regionale da integrare con le **ciclovie**. Vanno poi potenziati tutti quei servizi di orientamento e informazione sulle direttrici di mobilità principali che attraverso possibili **“Porte del territorio”** consentano di programmare i percorsi di visita con i mezzi meno invasivi possibili, senza escludere le relazioni con i principali hub infrastrutturali come porti e aeroporti.
- Gli **strumenti digitali e le nuove tecnologie** rappresentano una grande opportunità per rispondere alla necessità di connessione dei borghi, costituendo una delle risposte al **rischio di isolamento**. Anche in questo ambito la Legge sui piccoli comuni coglie l’urgenza di una capillare diffusione della banda ultralarga.
- **Il web** in particolare rappresenta un’**opportunità per proporre il “sistema borghi e territorio” in modo integrato a fini turistici**. Non si può infatti non considerare il crescente fenomeno del turismo online. Il web si conferma come principale canale di prenotazione di una vacanza a livello europeo, il ricorso a Internet per le prenotazioni turistiche cresce in maniera esponenziale: in Italia almeno il 60% delle prenotazioni è originato da Internet, in particolare da smartphone e da tablet; nel fenomeno crescente della disintermediazione, con gli acquisti diretti che crescono del 10%, la spesa complessiva online è così ripartita: 72%



trasporti, 16% strutture ricettive (suddiviso tra 70% agli alberghi e 30% alla ricettività extra-alberghiera) e 12% pacchetti-viaggio.

- Una particolare attenzione andrà posta all'**accessibilità per persone con bisogni speciali** perché lo sviluppo turistico dei borghi garantisca la visita ai loro territori e un'esperienza gradevole a tutti i cittadini, indipendentemente dalle condizioni personali che possano limitarne la fruizione. A tal fine dovrà essere profuso il massimo sforzo per la **realizzazione di interventi strutturali e immateriali** (servizi) finalizzati a rendere i borghi **più accessibili alle persone con bisogni particolari** quali disabilità fisiche, sensoriali, psichiche, esigenze alimentari e dovute ad allergie, esigenze particolari anche temporanee.

2.2. Borghi e imprenditorialità

- Le limitate dimensioni dei borghi, la lontananza dai principali centri propulsivi dell'economia, la crisi demografica pongono la necessità di agire per il rafforzamento dei **soggetti protagonisti dello sviluppo turistico**. Nonostante il necessario supporto pubblico e l'impegno degli enti locali, la rivitalizzazione turistica dei centri minori di qualità deve basarsi **sulla creazione e il consolidamento delle imprese operanti nel territorio**. L'interesse dei **giovani** per attività in proprio, nei settori dell'accoglienza, nell'agro-alimentare, nella ristorazione, nella cultura va adeguatamente sostenuto con la **formazione** e con **strumenti finanziari**, di accompagnamento, di integrazione di filiera.
- Le connessioni tra **agricoltura e turismo** sono sempre più rilevanti e l'incentivo a rafforzare questo legame è evidente soprattutto nelle **politiche di sviluppo regionale e di sviluppo rurale**, che declinano sul territorio le linee di indirizzo dell'Unione Europea 2014-2020, orientando i fondi verso una crescente integrazione tra i due settori. Se da un lato il turismo è visto come opportunità di diversificazione dell'attività agricola, dall'altro stanno acquisendo una valenza turistica anche **aspetti che venivano considerati poco o per nulla turistici**: è il caso delle **tradizioni artigianali**, sempre più spesso al centro dell'esperienza di viaggio, così come dell'**enogastronomia**.
- Per quanto concerne l'attività ricettiva dei piccoli Comuni, si stanno sviluppando **nuove forme di accoglienza**, che hanno una stretta connessione con il territorio e le comunità ospitanti. Si veda ad esempio il fenomeno di Airbnb: dal 2008 ad oggi più di 2 milioni e 700 mila



viaggiatori hanno soggiornato con Airbnb in Italia, dove sono disponibili oltre 150 mila alloggi. La crescita media annuale è del 99%. Tra i servizi di base, l'**alloggio** non è più solo un elemento strumentale ma evidenzia anche altro sulle **motivazioni** e sui trend del turismo (es. agriturismo, B&B, terme & benessere).

- In generale la **comunità diventa componente stessa dell'esperienza di viaggio** e in questo ambito vanno incentivate adeguate iniziative imprenditoriali per strutturare un'offerta adeguata oltre quella ricettiva, ad esempio accompagnando i viaggiatori nella fruizione vera e proprio del territorio, offrendo **esperienze** in grado di far toccare con mano l'autenticità dei luoghi. In questo processo la **comunità** deve assumere un **ruolo da protagonista**, per poter garantire un processo di sviluppo locale sostenibile, a partire dalla fase di co-progettazione.
- Per l'**imprenditorialità borghigiana** valgono le problematiche più generali connaturate all'esercizio aziendale dalla burocrazia, alla fiscalità, dal finanziamento al supporto nella commercializzazione. Andrebbero, a tal fine, studiate opportune forme di **fiscalità di vantaggio** nelle aree con i maggiori disagi o **ABS Aree Borghi Speciali** secondo un modello ZES soprattutto per il Mezzogiorno. Inoltre anche l'adesione a reti territoriali, risulta essere una scelta premiante. Sinergie possono essere ritrovate anche con i programmi della Strategia Nazionale per le aree interne, accedendo a co-finanziamenti previsti dai fondi strutturali.

2.3. Borghi e cultura: i patrimoni materiali e immateriali

- Le **risorse storico-culturali** costituiscono attrattive turistiche se vengono riconosciute come **potenziali attrattori**. Ciò avviene attraverso un processo che da una parte rende **accessibile** e **fruibile** il bene, dall'altra attiva la **comunicazione** e l'immissione sul mercato in base alle caratteristiche della domanda espressa dai visitatori e le esigenze della comunità residente.
- Pertanto è fondamentale **rendere consapevoli le comunità locali** e gli **operatori** del settore, affinché tutti i beni paesaggistici e ambientali, culturali, d'interesse artistico, storico, archeologico ed etnoantropologico, oltre a costituire oggetto di tutela e valorizzazione, vengano resi accessibili e fruibili.



- L'offerta turistica dei borghi è piuttosto eterogenea a livello nazionale, con destinazioni a diversi gradi di maturità, tanto da evidenziare un **frequente disallineamento** tra azioni di **valorizzazione e promozione** turistica ed effettiva **presenza di servizi di base**, adeguati per rendere effettivamente fruibile l'attrattore culturale esistente.
- E' interessante notare come altre tipologie di beni territoriali e **nuove forme di turismo rispettose dell'ambiente**, si stiano affermando. La qualità ambientale generale di un territorio, fatta di tutela del **paesaggio naturale**, valorizzazione delle **aree protette e della biodiversità**, politiche innovative di **gestione dei rifiuti**, del **verde pubblico**, di efficienza energetica e bioedilizia, insieme alla presenza di **economie e filiere green** locali costituisce un biglietto da visita che ne determina un'ulteriore capacità attrattiva.
- In una logica d'innovazione va collocato anche il successo dell'iniziativa proposta **dall'Agenzia del Demanio**, relativa al recupero e valorizzazione di beni non utilizzati (case cantoniere, edifici in disuso, ...). Dopo una fase di consultazione pubblica, realizzata in collaborazione con TCI, che ha avuto un riscontro molto importante, è ora all'avvio il processo operativo per restituire territori/percorsi e cammini ai viaggiatori. In questo ambito si potrebbe verificare la fattibilità di una rete di "Empori dei Borghi" quale presidio vitale per le comunità più piccole a rischio demografico, ma con potenziale turistico.
- La **valorizzazione culturale dei borghi** è indispensabile se **integrata con tutte le filiere culturali esistenti** ed in particolare con i **presidi istituzionali**, a partire dalla rete museale. Le iniziative e gli eventi vanno, infatti, ancorati a una solida rete di strutture destinate in permanenza all'attività culturale, il più possibile coordinata a livello nazionale. A tal fine potrà utilmente contribuire la predisposizione del **sistema museale nazionale** cui potranno fare riferimento anche i borghi.

2.4. Borghi e socialità

- La grande sfida da affrontare ora è consolidare la strategia avviata da MIBACT, nel corso del 2017 e concretizzare gli obiettivi strategici emersi dal PST e dalla legge "Salva Borghi", con l'unico grande fine di **rigenerare** i piccoli comuni, **dare nuovo vigore ai territori** e alle **comunità** che qui



vivono, **sottrarre alla marginalità** territori che rappresentano gran parte dell'Italia e che sono espressione della principale caratteristica del nostro Paese a distintività plurali.

- Ai fini di un **turismo consapevole, autentico e lento** ogni borgo deve mantenere un elevato grado di socialità quale forma di tutela del patrimonio di beni comuni presenti. Porre al centro **le persone e la comunità** vuol dire preservare le culture accumulate nei luoghi, rinnovarle, mettere in valore le diversità.
- Il borgo che intenda accrescere la sua offerta turistica di qualità non può che essere un **territorio aperto**, accogliente non solo a ogni genere di visitatore rispettoso dei suoi valori, ma anche a ogni forma di integrazione sociale sostenibile. Molti sono gli esempi virtuosi dell'innesto di nuove "popolazioni" nel nucleo forte delle comunità esistenti come quelle dei migranti, dei residenti temporanei, degli anziani o dei giovani start-upper.
- Indispensabile è il **coinvolgimento delle scuole primarie e secondarie** per la realizzazione di iniziative e azioni didattiche (sia in aula che con visite guidate e con il turismo scolastico) finalizzate a **diffondere la conoscenza** dei borghi dei diversi territori italiani, le loro caratteristiche storiche, architettoniche, culturali e di tradizione. Tali attività diffuse e continue contribuiscono a sviluppare quell'**educazione al paesaggio** base costitutiva per accrescere la consapevolezza sociale della qualità del nostro ambiente e delle sfide necessarie a conservarlo.
- Anche al fine di integrare gli interventi per lo sviluppo turistico con il più generale assetto strutturale dei borghi andrà promossa un'attenta collaborazione con gli interventi promossi nell'ambito delle **Strategie Nazionali per le Aree interne** in campi come la **scuola, la sanità, i servizi di base**.

2.5. Borghi: governance e istituzioni

- Negli ultimi anni abbiamo assistito ad una **evoluzione dei sistemi di governo locale**. La necessità di ottimizzare tempi e risorse ha portato a dover ragionare sull'intera struttura di gestione dei territori. Si è così arrivati all'istituzione di **Unioni di Comuni** e all'**aggregazione di più territori**, con buoni risultati non privi di difficoltà. Decisiva è la presenza a livello locale di **soggetti catalizzatori**.



- Un’opportunità per i piccoli comuni per **mettersi in rete** e **avviare progetti comuni innovativi** per il sistema dei servizi e per funzioni fondamentali. Per i Borghi è una sfida importante in quanto è necessario operare un giusto bilanciamento fra la tenuta delle **identità locali anche di tipo simbolico** e il raggiungimento di dimensioni minime – soprattutto in termini di residenti – per poter gestire, in modo efficiente ed economico, i servizi indispensabili alla tenuta sociale e ambientale degli insediamenti.
- Va poi tenuto in conto l’attività dei Borghi nel creare **reti su basi diverse da quelle delle contiguità territoriali**. Va dato ruolo e visibilità anche a queste filiere ispirate a **caratteristiche** o **interessi comuni** (borghi marinari, cittaslow, ecc.) **con reti e associazioni** o **club di qualità**.
- Da qui si pone la necessità di individuare più avanzati **modelli di governance** territoriale in grado di mantenere la qualità di ambiti vasti cui applicare regole omogenee. Si pensi al **coordinamento degli strumenti urbanistici comunali**, alla localizzazione di **impianti** per servizi urbani, alle politiche di **welfare territoriali**, a **progetti di ambito vasto**, alla tutela dei **brand** e dei prodotti tipici.
- Costruito il prodotto di qualità, alla luce di tutte le considerazioni fatte fin qui, lo step successivo per metterlo a valore e quindi per ottenere effettive e concrete ricadute sociali ed economiche sul territorio è quello della **promozione**, da svilupparsi nelle modalità più coerenti con le attuali e reali esigenze del turista (turismo esperienziale, modalità di acquisto disintermediata e attraverso strumenti web). E per questo tipo di funzione gli strumenti istituzionali risultano particolarmente frammentati, mentre è necessario un maggiore coordinamento.
- Il sistema dei **Borghi italiani** ha una forza evocativa molto rilevante a livello nazionale e nel contesto internazionale. Gli operatori turistici cinesi, ad esempio, rilevano come vi sia uno straordinario interesse dei viaggiatori di quel paese per i “castelli”, per gli insediamenti “murati”, di cui il borgo italiano è un esempio ineguagliabile. Un’**azione promozionale coordinata** è, pertanto, indispensabile per essere efficaci nel mercato globale, anche attraverso **un unico brand** dei **Borghi Italiani** da proporre al mercato turistico, soprattutto internazionale.



- Un più efficace coordinamento per la promozione è egualmente necessario nel presidio della **comunicazione** attraverso i **media tradizionali** e i **social media**.
- Parallelamente si rileva l'urgenza di concentrare maggiormente le forze sul **tema della qualità**, attraverso azioni di **formazione** dei principali soggetti (istituzioni o operatori) su cui poggia la concreta possibilità di sviluppare il turismo dei Borghi con programmi concreti.
- L'esperienza del **Comitato per l'Anno dei Borghi** è risultato particolarmente utile a integrare la rappresentanza delle Regioni, dei Comuni e delle Associazioni, e **potrebbe costituire un punto di riferimento permanente per accompagnare le iniziative che si vanno delineando per rendere effettivo il rilancio dei borghi e dei piccoli comuni**.

A cura del **Comitato di Coordinamento per i Borghi turistici italiani**, ai sensi della direttiva n. 555 del 2 dicembre 2016 "2017 Anno dei Borghi Italiani"

Roma, 15 dicembre 2017

