



Verso una Roadmap Condivisa di Sviluppo dell'Offerta Outdoor Locale

Alcuni dati sul turismo lento e dei cammini
Elementi di un cammino
Manutenzione
Governance
Accessibilità
Comunicazione

15-16 ottobre 2025

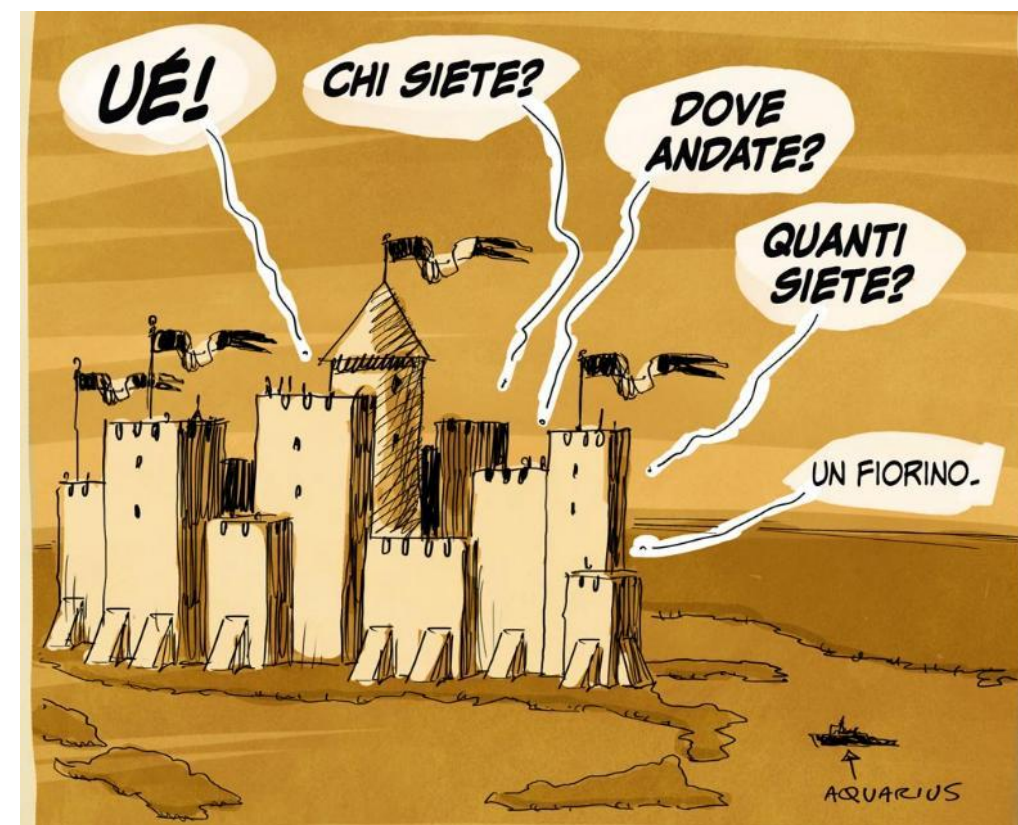
Chi siamo



natourism
turismo al naturale



Chi siete



Definizione di turismo lento

Lo slow tourism si distingue per il suo approccio consapevole e sostenibile, che **punta a valorizzare le esperienze autentiche e la relazione con il territorio**; il focus è la lentezza, la relazione con le comunità locali e il rispetto per l'ambiente.

Il turista "slow" predilige luoghi poco affollati e immersi nella cultura locale, per conoscere tradizioni, usi e costumi e vivere intensamente ogni singolo istante del proprio viaggio. (Legambiente)

Caratteristiche principali

Centralità del tempo e della consapevolezza: I viaggiatori slow si concentrano sulla qualità dell'esperienza e sulla quotidianità delle destinazioni

Il 72% dei viaggiatori slow sceglie itinerari che prevedono soggiorni superiori a sette giorni. (International Institute for Sustainable Tourism -2023),

Impatto ridotto sull'ambiente: L'utilizzo di mezzi di trasporto a basso impatto (come treni, biciclette o cammini a piedi) è una caratteristica distintiva.

Il turismo lento riduce le emissioni di CO₂ del **50%** rispetto al turismo di massa (European Environment Agency - 2023)

Sostenibilità economica: Il turismo lento favorisce le piccole imprese locali, con il **70% della spesa dei viaggiatori** che rimane nella comunità visitata, rispetto al **45% del turismo tradizionale** (Fonte: OECD, 2023).





Differenze tra Trekking, Escursione e Cammino

Trekking, escursione e cammino

TREKKING. TO TREK significa intraprendere un gran viaggio. I Boeri indicavano l'atto di seguire i solchi lasciati dai carri.

Oggi significa conoscere nuove mete, **camminando per più giorni**, su diverse tipologie di sentieri, completamente immersi nella natura. Fare trekking significa dormire nei rifugi e bivacchi di montagna o in tenda, organizzando l'itinerario in tappe, basate sulla propria preparazione fisica per durata e difficoltà.

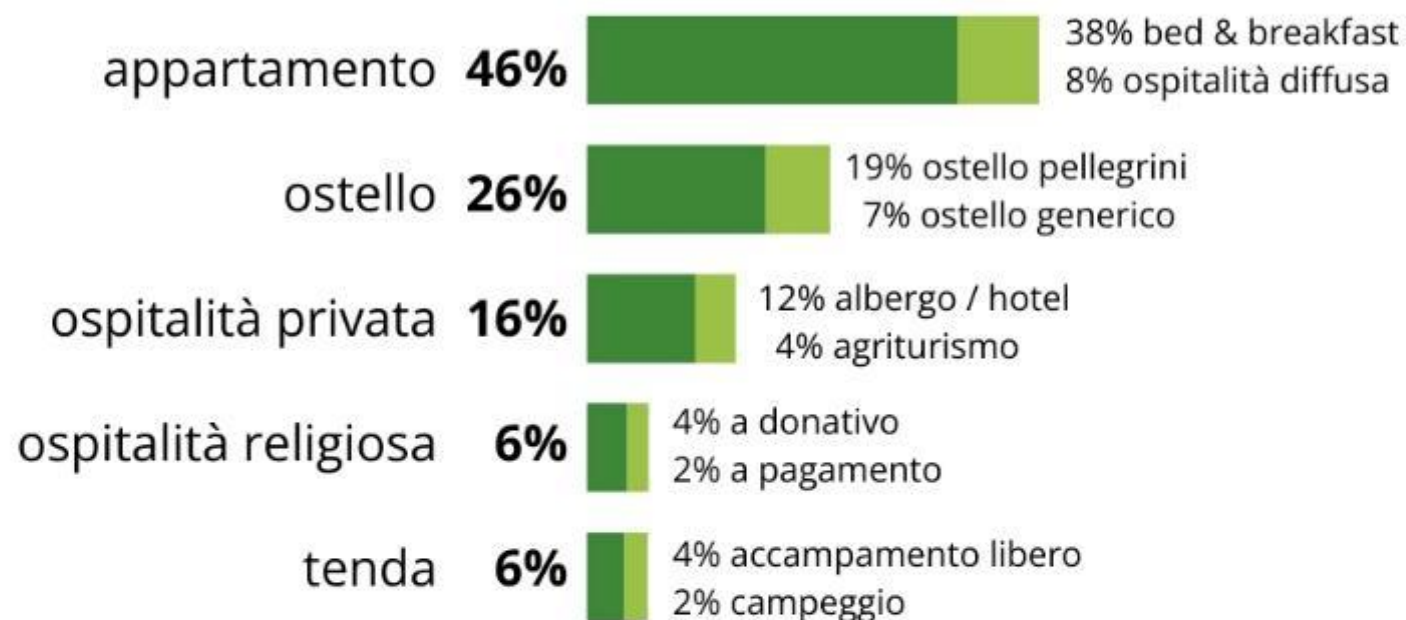
ESCURSIONE. Breve itinerario, solitamente in montagna, percorso a scopo ricreativo, turistico o scientifico. Normalmente ha una durata che va dalle poche ore all'intera giornata e può essere di diverse tipologie di difficoltà.

CAMMINO. "Sono considerati cammini gli **itinerari culturali di particolare rilievo europeo e/o nazionale, percorribili a piedi o con altre forme di mobilità dolce sostenibile**, e che rappresentano una modalità di fruizione del patrimonio naturale e culturale diffuso, nonché una occasione di valorizzazione degli attrattori naturali, culturali e dei territori interessati. In coerenza con la visione del Consiglio d'Europa, i cammini attraversano una o più regioni, possono far parte di tracciati europei, si organizzano intorno a temi di interesse storico, culturale, artistico, religioso o sociale" ([MiBACT decreto 567 del 16/12/2015](#)).

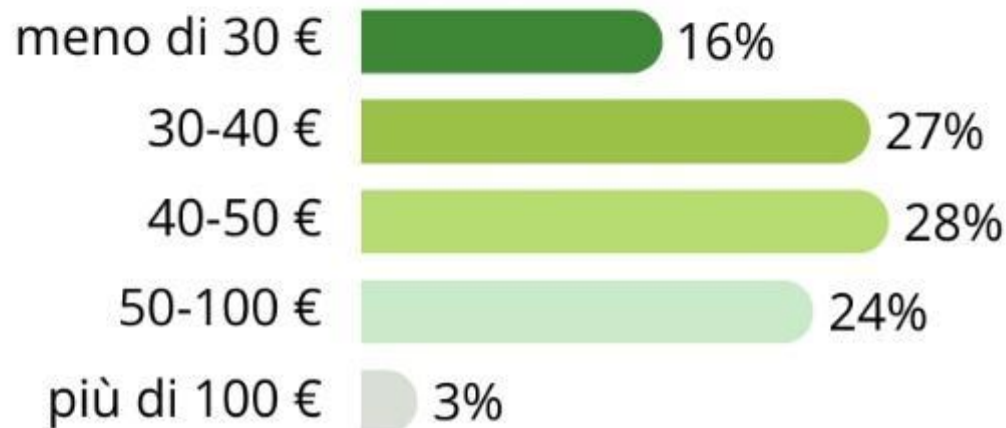
La differenza principale dei cammini rispetto a trekking ed escursioni è **la quota**, infatti, possono essere a basse quote e anche su strade a fondo artificiale.

Sono prevalentemente percorsi intrapresi con uno scopo spirituale, religioso o storico-artistico.

DOVE SI DORME

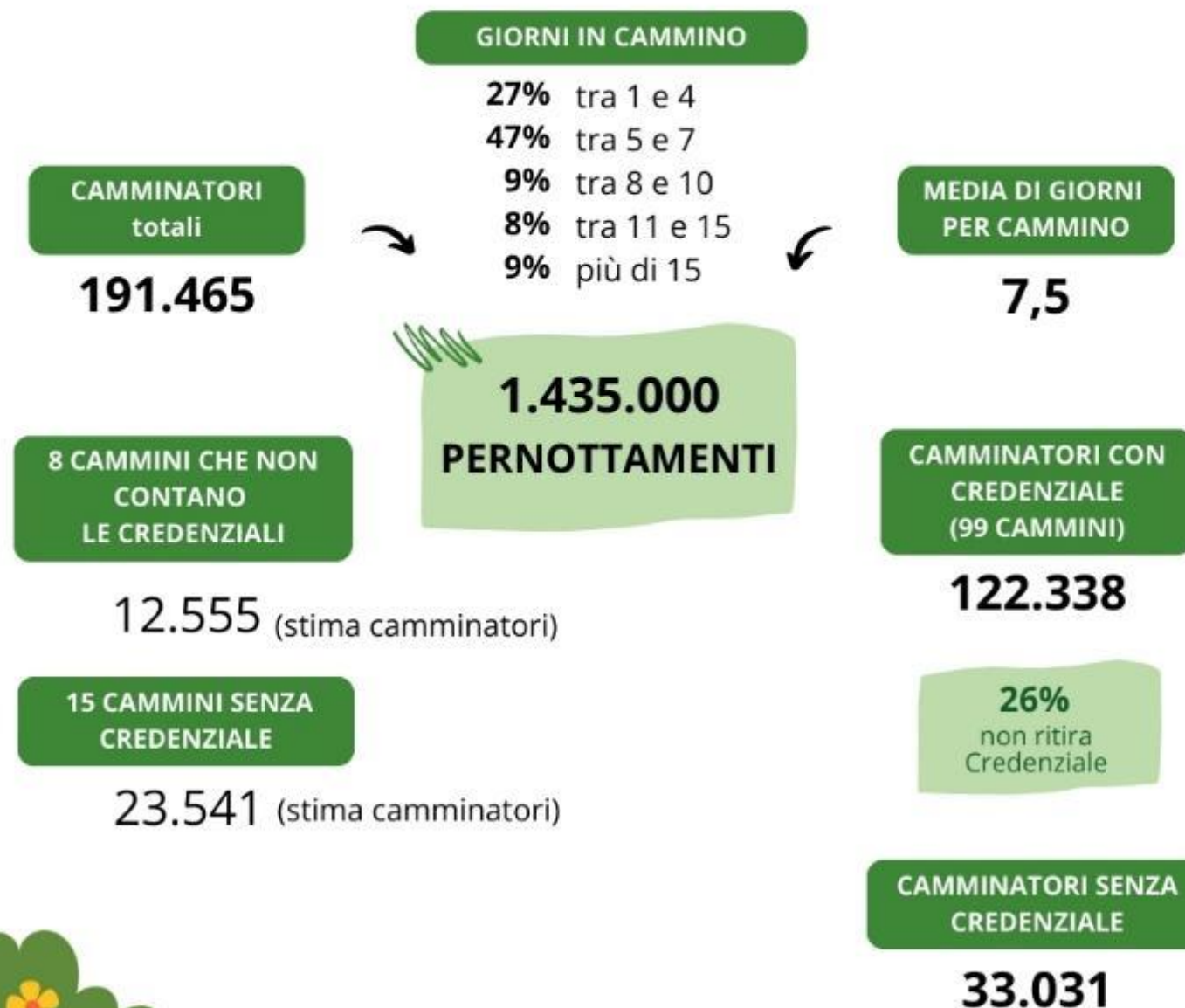


SPESA GIORNALIERA

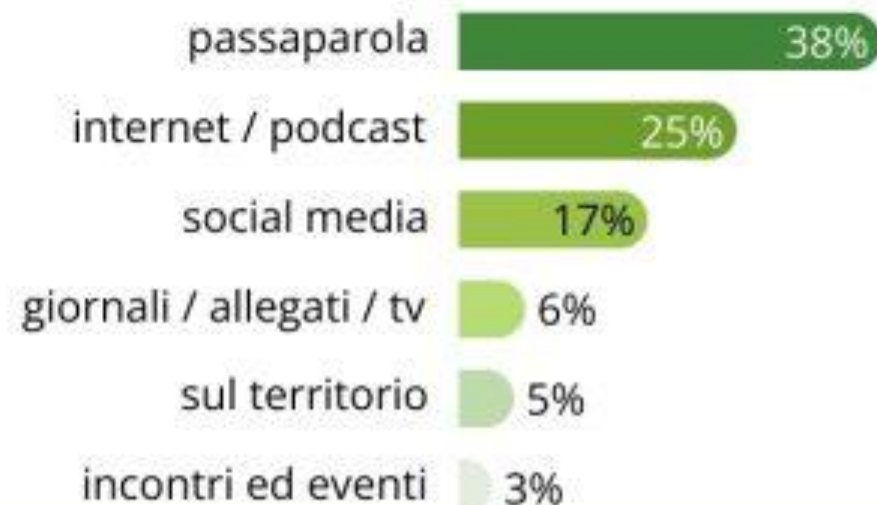


Anno
2024

NUMERI DI PERNOTTAMENTI

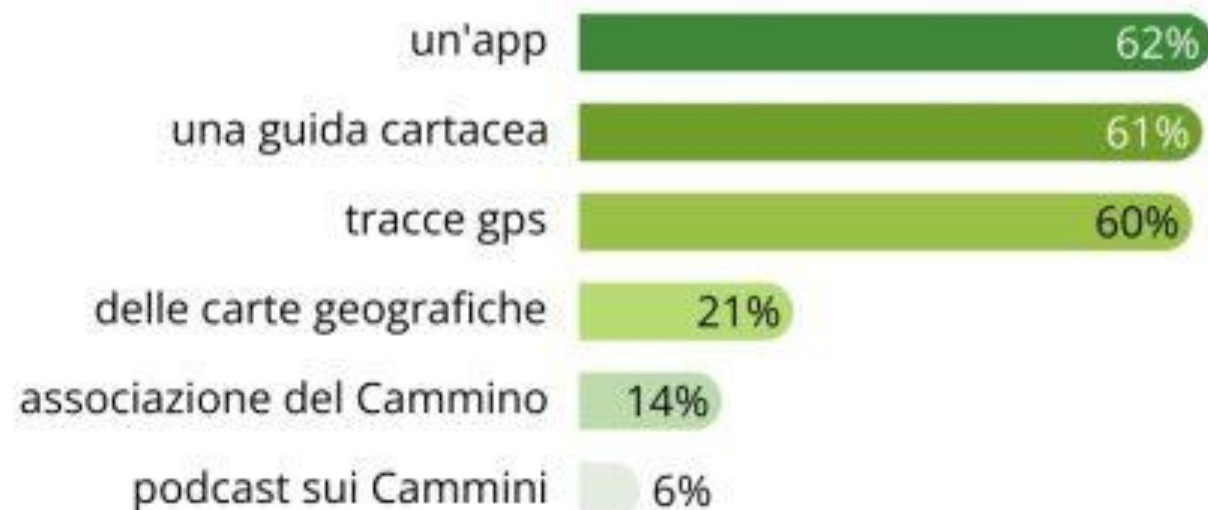


COME SI SCOPRE UN CAMMINO



CON QUALI STRUMENTI SI CAMMINA

(risposte multiple)

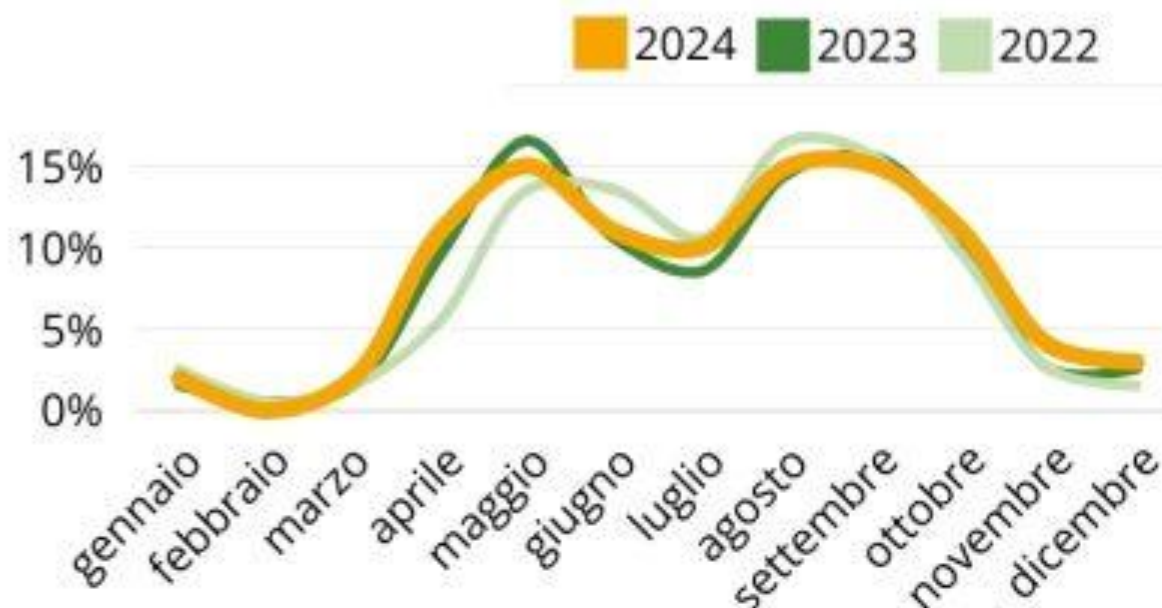


QUALI SERVIZI SI UTILIZZANO

(risposte multiple)



IN QUALI MESI SI CAMMINA



COME SI RAGGIUNGE LA PARTENZA

in treno		46%
in automobile		25%
in aereo		19%
in autobus		5%
a piedi		3%
in bicicletta		1%
in nave		1%

GLI ACQUISTI PRIMA DI PARTIRE

libri e guide		47%
abbigliamento		40%
attrezzatura		39%
scarpe		34%
app		5%

I PASTI

a pranzo si mangia qualcosa di veloce in cammino, mentre alla sera il **77%** sceglie il ristorante (di questi il **20%** cerca il menu pellegrino)

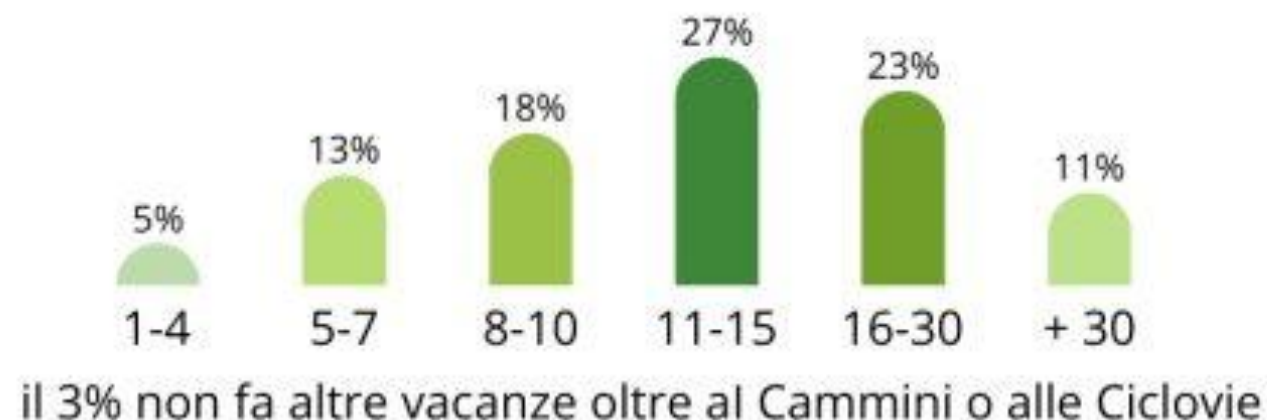
l' **8%** preferisce cucinare per sé o in compagnia

DURANTE IL CAMMINO

(risposte multiple)

- il **57%** aggiunge qualche giorno di vacanza
- l' **85%** dedica alcune ore al giorno alla visita delle località

GIORNI DI VACANZA OLTRE AI CAMMINI



Che cos'è un sistema sentieristico

Un sistema di gestione della rete sentieristica è un **insieme organizzato di pratiche, infrastrutture, governance e strumenti di promozione che permettono la creazione, manutenzione, valorizzazione e sostenibilità economica di percorsi escursionistici e cammini.**

Un sistema efficace integra aspetti tecnici (**infrastrutture, segnaletica, accessibilità**), sociali/economici (coinvolgimento **comunità**, sostenibilità finanziaria) e normativi/ambientali (**tutela, sicurezza e leggi regionali**).

Progettazione Strategica

Analisi del territorio, **coinvolgimento degli stakeholder e definizione di obiettivi SMART**: specifici, misurabili, raggiungibili, rilevanti e con tempistica precisa.

Servizi di Supporto

Disponibilità di **vitto e alloggio**, presenza di **guide** alpine o accompagnatori esperti e servizio di **trasporto** bagagli particolarmente utile nei cammini a tappe.

Manutenzione e Segnaletica

Sentieri chiaramente identificabili e costantemente curati, con segnaletica visibile, coerente e facilmente comprensibile, oltre a interventi regolari di manutenzione.

... tradotto significa che una rete sentieristica/un cammino è “di successo” quando è organizzato



I cinque fattori critici di successo dei cammini (Rogerson -2007):

- **Presenza di rete di cooperazione**, tra i diversi soggetti amministrativi locali, sia pubblici che privati;
- **Chiara tematizzazione del cammino, qualità e quantità delle infrastrutture** (servizi di accoglienza, segnaletica...);
- **Partecipazione della comunità, sviluppo imprenditoriale e innovazione locale;**
- **Adeguate politiche di promozione;**
- **Attenzione ai benefici a vantaggio delle aree e delle comunità marginali**



Matrice per classificare gli itinerari di lunga percorrenza

presenti sull'Atlante dei Cammini d'Italia, in base al loro **potenziale turistico** (Forlani et al, 2021 e Splendiani)

- **Attrattivo**, con elementi che attraggono e che **rappresentano la motivazione principale** per cui i camminatori visitano un determinato territorio;
- **Accessibile**, legato alla facilità con cui i viandanti possono raggiungere ed effettuare l'esperienza;
- **Accogliente**, con un'adeguata offerta di servizi di ospitalità a supporto. **Ciò che distingue un cammino da altri itinerari è la presenza di ostelli e strutture di ospitalità semplici per pellegrini (in particolare quelli a donativo).** Questo tipo di servizi sono importanti per caratterizzare l'offerta del **cammino in modo autentico e per rispondere alle esigenze esperienziali dei camminatori.** Sul Cammino di Santiago, questo tipo di edifici sono strutture fondamentali in termini di riposo e convivialità. Sono accessibili solo a coloro che sono muniti della Credenziale del Pellegrino, a prezzi bassi o a donazione (Silva e Borges 2019)
- **Ambientazione**, ovvero la capacità del territorio di rappresentare una corretta "scenografia" dell'esperienza (natura, paesaggio, paesi);
- **Animazione**, identificabile nella vivacità culturale e sociale del territorio, ovvero dai residenti e dagli altri camminatori che percorrono il percorso. L'autenticità dell'esperienza è particolarmente legata alle interazioni che avvengono tra i camminatori e le comunità locali attraversate



Caratteristiche territoriali	Fattori e/o risorse materiali	Fattori e/o risorse immateriali
Attrattività	Attrattori	Ospitalità
Accessibilità	Infrastrutture viarie e trasporto	Identità e inclusione
Accoglienza	Operatori turistici	Fiducia
Ambientazione	Ambiente naturale e antropico	Cultura locale
Animazione	Popolazione locale e altri camminatori	Cultura del cammino

(Forlani e Pencarelli) Schema di analisi dei fattori/risorse necessarie per l'esperienza del cammino



Matrice delle tipologie strutturali dei cammini

		Disponibilità di servizi specifici per il cammino (accessibilità, accoglienza, animazione)	
		ALTA	BASSA
Attrattività del tema, dei fattori d’attrazione e del contesto ambientale	ALTA ATTRATTIVITÀ	TIPO A - FORTE	TIPO B - PROSPETTICO
	BASSA ATTRATTIVITÀ	TIPO C - LIMITATO	TIPO D - DEBOLE

- TIPO A: eccellente potenziale, con un giusto mix tra elementi strutturali e di funzionamento
- TIPO B: buon potenziale ma mancano di servizi di ospitalità tematica (ostelli, a donativo,...) e di attività di supporto (animazione, eventi)
- TIPO C: cammini con un basso livello di attrazione, ma con una rete di servizi di supporto al pellegrino adeguata;
- TIPO D: cammini che presentano problemi di progettazione sostanziale e che richiederebbero ingenti investimenti finanziari e sociali

Criticità Gestionali delle Reti di sentieri

Uno degli ostacoli principali alla gestione efficace dei cammini riguarda **la manutenzione e la segnaletica**. Spesso mancano figure professionali stabili dedicate alla manutenzione ordinaria, che viene affidata al volontariato o gestita in modo saltuario, senza pianificazione regolare.

La segnaletica non uniforme tra territori limitrofi crea confusione tra i camminatori, compromettendo la fruibilità della rete. La situazione è aggravata dalla scarsità di risorse economiche e da un coordinamento carente tra gli enti competenti.



Modelli di Governance: Panoramica

La governance delle reti di sentieri rappresenta un elemento chiave per garantire sostenibilità, qualità e continuità gestionale dei cammini nel tempo. Diversi modelli sono stati sperimentati sia a livello nazionale che internazionale, adattati alle specificità dei territori.



Shared Governance

Tutti i membri della rete partecipano direttamente ai processi decisionali, senza un'autorità centrale formalizzata. Efficace per **reti piccole e coese**, ma può risultare inefficiente in reti più estese.



Lead Organization Governance

Un membro della rete **assume il ruolo di leader**, coordinando le attività e prendendo decisioni strategiche. Efficace in reti di **dimensioni intermedie**, garantendo efficienza e rapidità decisionale.



Network Administrative Organization

La governance è affidata a **un'entità amministrativa esterna o creata ad hoc**. Si adatta bene a reti di grandi dimensioni con obiettivi ampi, consentendo una gestione più strutturata.

Accessibilità – ieri e oggi



Accessibilità

È una condizione personale. Una restrizione o mancanza di abilità
(WHO – 1980)

Accessibilità

Secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), la disabilità è una condizione che deriva dall'interazione tra una persona con compromissioni fisiche, mentali o sensoriali e le barriere ambientali e comportamentali che ostacolano la sua piena ed effettiva partecipazione alla società
(WHO – 2001)

ACCESSIBILITÀ = INCLUSIVITÀ

Esigenze più specifiche, legate alla dimensione personale di ognuno e quindi direttamente collegabili alle richieste individuali di **accessibilità, comfort e sicurezza**.

e

Esigenze di carattere generale, legate al **riconoscimento della propria identità di turista e cliente**, che ha diritto ad ottenere un servizio di qualità, rispettoso dell'identità e della dignità personale.

Gli aspetti cruciali dell'accessibilità turistica sono:

- Informazione,
- Comunicazione e accoglienza,
- Accessibilità fisica e
- Formazione degli operatori

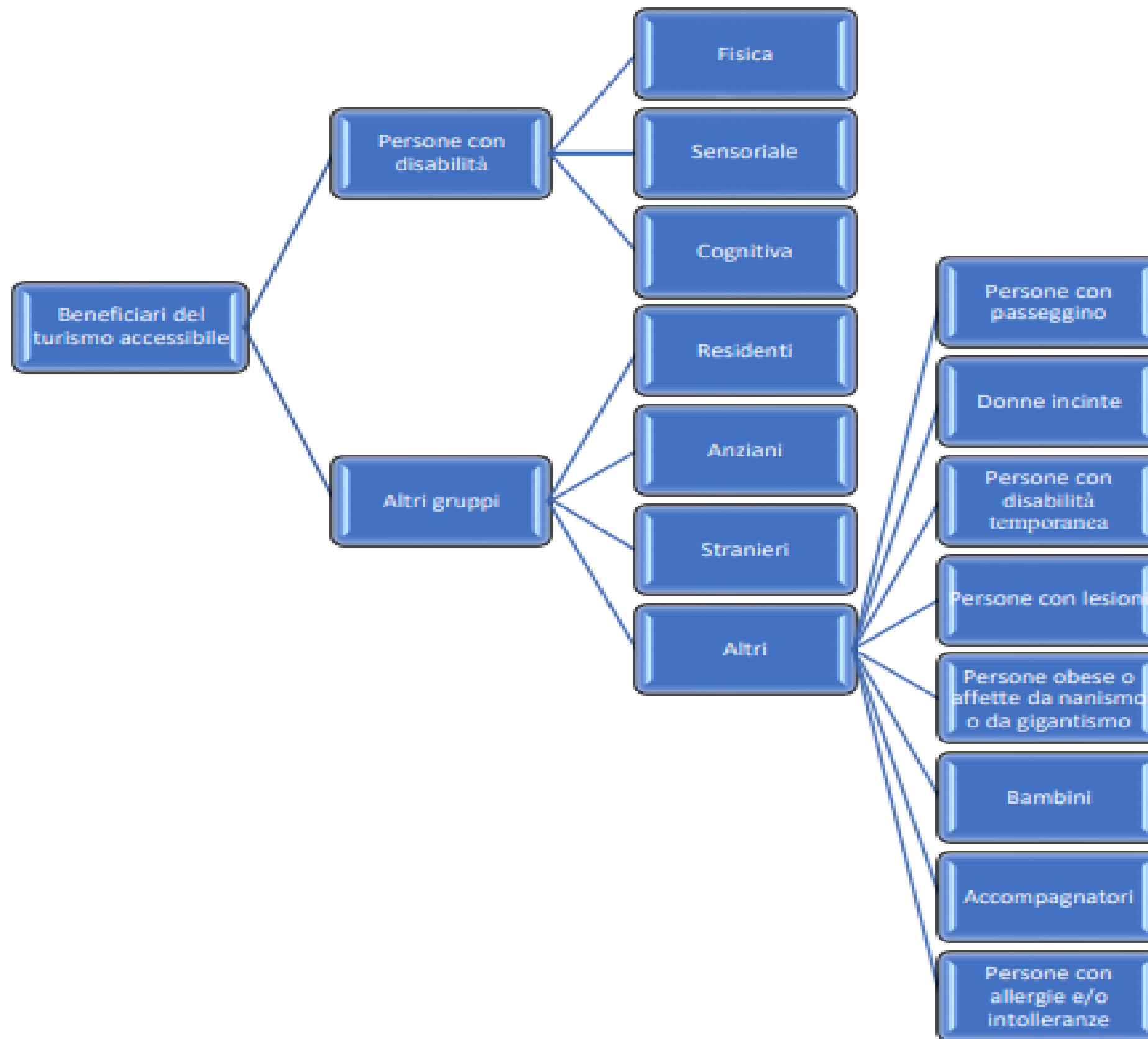
Turismo accessibile: per chi?

“Accessible Tourism is inclusive of all people with access needs, that is people with disabilities but also all other people who may benefit from accessible infrastructures, such as elderly people, people carrying heavy luggage or parents with small children”.

Il turismo accessibile si rivolge a tutte le persone con «special needs»:













- Persone con disabilità fisiche;
- Anziani;
- Famiglie con bambini piccoli;
- Persone con intolleranze/allergie alimentari...





















Personas e personas spectrum

Aiuta a capire le motivazioni
e aspetti correlati tra più
gruppi di persone

	Permanent	Temporary	Situational
Touch	 One arm	 Arm injury	 New parent
See	 Blind	 Cataract	 Distracted driver
Hear	 Deaf	 Ear infection	 Bartender
Speak	 Non-verbal	 Laryngitis	 Heavy accent

Come la «risolvete»?

	Permanent	Temporary	Situational	Hp situazione exp
Touch	 One arm	 Arm injury	 New parent	
See	 Blind	 Cataract	 Distracted driver	
Hear	 Deaf	 Ear infection	 Bartender	
Speak	 Non-verbal	 Laryngitis	 Heavy accent	

I destinatari del turismo accessibile: caratteristiche



1. Si muovono quasi sempre accompagnati, favorendo così un maggior numero di clienti;
2. Viaggiano in qualsiasi momento dell'anno, incentivando processi di destagionalizzazione turistica;
3. Hanno un effetto positivo sull'indotto della destinazione turistica, in quanto tendono a richiedere servizi aggiuntivi come dispositivi sanitari, medicinali, transfer...;
4. Migliorano l'immagine della destinazione rendendola inclusiva o turistica per tutti.



Personas network



- **Equità: utile** ha chi ha disa
- **Flessibilità:** adattabile ad u...
vasta gamma di preferenze/abilità
- **Semplicità:** facile da capire
- **Percettibilità:** comunicare la
necessaria informazione per
l'utente
- **Tolleranza all'errore:** minimizzare
i rischi
- **Contenimento** dello sforzo fisico
- **Misure** e spazi sufficienti

Strategie di Comunicazione e Promozione (interna ed esterna)

Le strategie di promozione e comunicazione della rete sentieristica si fondano su buone pratiche di marketing territoriale e turismo sostenibile, valorizzando il territorio e preservandone le risorse ambientali e culturali.



Comunicazione Digitale

Siti web e app dedicate con informazioni dettagliate, facilmente accessibili da camminatori di tutto il mondo, supportate da materiale informativo cartaceo multilingue.



Social Media Marketing

Campagne per raggiungere pubblici internazionali attraverso storytelling, video emozionali e testimonianze di camminatori, collaborando con influencer e blogger del settore travel.



Eventi Tematici

Trekking guidati, laboratori culturali ed esperienze immersive per favorire la conoscenza diretta dei cammini e coinvolgere i turisti in modo esperienziale.



Piano Integrato

Sviluppo di un piano di comunicazione che coordini tutti gli strumenti promozionali, valorizzando l'identità del territorio con attenzione alla SEO locale.

Raccomandazioni Operative



Gestione e Manutenzione

Piano triennale condiviso con indicatori di qualità



Governance e Coordinamento

Ente coordinatore sovracomunale con poteri gestionali



Sostenibilità Economica

Diversificazione delle fonti di finanziamento

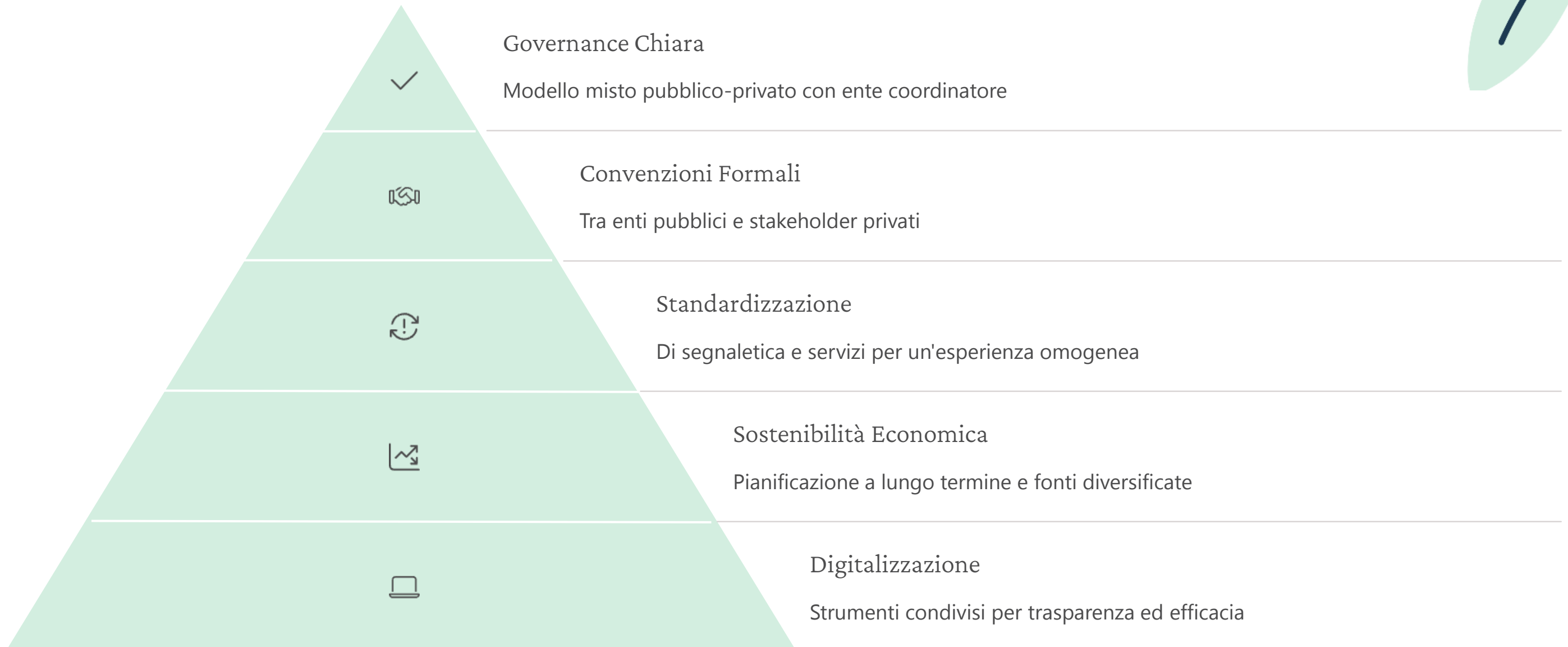


Promozione e Accessibilità

Piano di comunicazione integrato e piattaforma UX inclusiva

Le partnership pubblico-private sono il motore del successo dei progetti cammini/trail perché rafforzano la sostenibilità economica e gestionale, favoriscono l'innovazione e la qualità dei servizi, coinvolgono la comunità valorizzando il territorio e garantiscono equilibrio tra sviluppo turistico e tutela ambientale.

Sintesi per la Decisione



I modelli misti pubblico-privato risultano i più resilienti e replicabili, garantendo sia continuità gestionale che diversificazione delle fonti di finanziamento. La presenza di un ente coordinatore sovracomunale è determinante per superare la frammentazione e assicurare visione strategica e operatività.

Grazie



Maura Gasperi

Tel. 335 8074220

Maura.gasperi@natourism.it

www.natourism.it

