



REGIONE CALABRIA
Assessorato al Turismo

CALABRIA 2015

Quattordicesimo Rapporto sul TURISMO

SIT
SISTEMA
INFORMATIVO
TURISTICO
REGIONE CALABRIA



ARTEMIS



REGIONE CALABRIA
Assessorato al Turismo

CALABRIA 2015



Quattordicesimo
Rapporto sul
TURISMO

SIT
SISTEMA
INFORMATIVO
TURISTICO
REGIONE CALABRIA



ARTEMIS

XI TURISMO RELIGIOSO

Salvatore Nudo

Premessa

Il turismo religioso assume nella società attuale importanza e significati molteplici, perché al viaggio religioso sono collegati aspetti economici, organizzativi e culturali presenti anche in altri fenomeni di mobilità umana. Nelle variegata e molteplici forme attuali della mobilità, il tipico fenomeno del turismo religioso prende rilievo consistente e indicativo.

Esso richiama la prassi antica e tradizionale del pellegrinaggio del quale conserva tracce profonde che ne rilevano una continuità storica, culturale e religiosa di indubbia incidenza simbolica e pratica nel vissuto dell'uomo contemporaneo. Un'indagine sui contenuti del turismo religioso deve necessariamente interrelarsi sia con la storia del pellegrinaggio sia con l'immenso patrimonio dei beni culturali a carattere religiosa. Turismo e pellegrinaggio sono due poli opposti di un viaggio continuo, tra i quali vi sono infinite possibili combinazioni tra sacro e secolare con al centro un'area dove vi è generalmente il turismo religioso. Pellegrino e turista affrontano un viaggio volontario e temporaneo verso un luogo diverso dalla residenza permanente. Il fenomeno del pellegrinaggio/turismo va ricondotto a diversi modelli di vita e comportamento. La distinzione si basa sulle diverse intenzioni dei visitatori, che si muovono con motivazioni intermedie tra turismo e religione, imprimendo allo spazio un significato più o meno intenso, specie allo spazio sacro e conseguentemente attribuiscono un diverso valore d'uso al territorio. Il concetto di turismo religioso si lega alla richiesta di luoghi, dove i visitatori più che la soddisfazione di un'esigenza intima, di fede, tentano di recuperare il senso d'identità con siti che hanno un significato storico e culturale. In un percorso di ricerca sul turismo religioso, è corretto il tentativo di istituire un rapporto di continuità tra fenomeno religioso, pellegrinaggio, turismo a valenza religiosa e la diffusa riscoperta dei beni culturali ecclesiastici e

siti religiosi

Una sintesi che ci fa comprendere come il turismo e il pellegrinaggio possono essere accomunati lo fornisce V. Nocifora che definisce “*turismo religioso quella pratica turistica che ha come meta luoghi che hanno una forte connotazione religiosa ma la cui motivazione è eminentemente culturale e/o spirituale, quando non direttamente etnica, o naturalistica, o a carattere etico/ sociale, ma non religiosa in senso stretto*”.

Turismo e spiritualità sembrerebbero due concetti inconciliabili, invece, stando a dei recenti dati di Coldiretti, il "turismo religioso" risulta essere un fenomeno in continua espansione. Cresce, infatti, il numero di chi lo pratica, in Italia e nel mondo: si stimano tra i 300 e i 330 milioni di viaggiatori l'anno¹ con un fatturato di 5 miliardi di dollari e un enorme potenziale di crescita per l'Italia. Le tradizioni e la cultura religiosa in Italia e la presenza di importanti santuari di riferimento per itinerari spirituali che non hanno eguali nel mondo rappresentano dei punti di forza quali richiamo di flussi turistici motivati da interessi religiosi sul territorio nazionale.

1. Il marketing dell'offerta religiosa

La leva di marketing costituita dal prodotto-viaggio rappresenta, nel settore del turismo religioso, l'assetto più importante e strategicamente fondamentale (Zeithaml, Bitner, Gremler, 2008).

Lo sviluppo del comparto del *tour operating* religioso coincide, del resto, con quello dei pellegrinaggi di massa (che inizia in Europa negli anni '50-'60), standardizzato e diretto ad appagare un bisogno di spiritualità di un individuo che non ha ancora esperienza di viaggio. Non a caso il viaggio religioso “a pacchetto” si diffonde in una società industriale scandita da ritmi precisi e sostanzialmente omogenei (Mazza, 2007).

In quella società intere classi o categorie di individui mostrano profonde omogeneità in termini di ritmi di cultura e bisogni di esperienza re-

¹ Indagine Coldiretti 2014, pubblicata su TTG Italia.

ligiosa, uso del tempo libero, capacità di spesa. Il pacchetto, quindi, risponde alla necessità di semplificare (e velocizzare) l'acquisto di un prodotto complesso, ma anche di ottenere maggiori garanzie di sicurezza, a beneficio di un "pellegrino" o di un "turista di luoghi a vocazione religiosa" essenzialmente inesperto, oltre che migliori opportunità di risparmio (rispetto alla ipotesi della autonoma programmazione e costruzione del viaggio).

Il processo di produzione del pacchetto turistico consiste in un insieme sequenziale di operazioni: dalla progettazione e dalla pianificazione, che comprende la previsione del tipo e della dimensione della domanda e la definizione di un piano di marketing, alla fase di acquisto della capacità presso i fornitori, alla fissazione dei prezzi di vendita, alla progettazione e pubblicazione del catalogo, alla gestione del *booking*, all'erogazione e in particolare all'interazione tra il personale d'assistenza ed il turista, alla gestione dei reclami e alla fase valutativa finale. Tramite questo processo, il *tour operator* religioso mira a dare soluzione a tre problemi centrali connaturati alla sua attività. In primo luogo, dalla funzione di incontro tra domanda e offerta proviene il problema, centrale nella programmazione del *tour operator*, della definizione degli elementi che costituiranno il pacchetto, riguardante la corrispondenza tra le previsioni della domanda e la qualità - quantità di capacità acquisita. In secondo luogo, dalla funzione di riduzione del rischio percepito dal cliente deriva il problema della gestione dell'informazione sul prodotto e sulla marca, che passa fundamentalmente per il catalogo, uno strumento completamente controllabile da parte del *tour operator* e solo parzialmente influenzabile da parte delle agenzie di viaggi, degli enti ecclesiastici e delle organizzazioni di culto. Dalla funzione di riduzione del costo complessivo, infine, deriva il problema della contrattazione efficace con i fornitori delle componenti del viaggio, attività collegata al rispetto di determinati standard qualitativi. In termini operativi, i *tour operator* religiosi si distinguono in relazione alle scelte di specializzazione produttiva adottate, collegate alle specifiche combinazioni "prodotto-mercato" offerte alla clientela. Essi ri-

sultano infatti prevalentemente orientati sia verso una specializzazione di mercato (operata facendo leva sullo sfruttamento delle competenze distintive maturate in località particolari) o verso una specializzazione selettiva (ottenuta offrendo viaggi verso grandi aree geografiche, L'Europa, il Medio Oriente, ecc. con una più ampia scelta di destinazioni e soluzioni di turismo religioso). Le maggiori organizzazioni specializzate in viaggi a sfondo religioso offrono la possibilità di scegliere visite e soggiorni organizzati in tutto il mondo secondo cinque diverse tipologie di itinerari:

a) Itinerari biblici e patristici: comprendono i luoghi santi del Vecchio e Nuovo Testamento dove, secondo la tradizione, hanno vissuto i padri della spiritualità cristiana. Lungo le coste del Mediterraneo, seguendo la rotta che da Betlemme porta a Damasco, Ma'alula, Antiochia, Efeso, Patmos, Malta e Roma, si è sviluppata una geografia sacra attraverso la quale è possibile seguire i segni della rivelazione. La Terra Santa è la meta principale, dove ha avuto inizio la storia della fede cristiana e dove si possono visitare i luoghi evangelici;

b) Itinerari Mariani: questi itinerari toccano i luoghi e i grandi santuari dedicati alla Madonna. Sono inclusi i siti dove la Vergine è apparsa, che hanno come denominatore comune l'immagine della Vergine;

c) Itinerari Missionari: si tratta di destinazioni extraeuropee che hanno visto l'opera di evangelizzazione missionaria. I percorsi toccano località con una propria identità storica, culturale e religiosa e permettono di entrare in contatto con tradizioni spesso antiche, grazie alla rotta dei missionari cristiani che hanno offerto il loro contributo umanitario;

d) Itinerari dell'Europa Cristiana: attraverso questi itinerari si entra in contatto con la grande tradizione religiosa europea, riscoprendola anche attraverso testimonianze artistiche, storiche, politiche e scientifiche;

e) Itinerari dell'Italia Cristiana: oltre a Roma, sono migliaia le città italiane ricche di templi, chiese, basiliche che rientrano negli itinerari dei *tour operator* religiosi.

Mentre il ciclo di vita dei tipi di viaggio risente dei fattori socio-economici (reddito disponibile) e dei trend degli stili di vita presso le aree

d'origine, il ciclo di vita della destinazione risente molto anche degli eventi ambientali (sociali, politici) presso la destinazione stessa (terrorismo, chiusura delle frontiere) o presso l'area geografica a cui appartiene (l'intensificarsi della tensione politica). Il ciclo di vita di una destinazione presenta quindi una curva teorica il cui andamento è sensibilmente vulnerabile da parte di eventi esterni, spesso improvvisi ed incontrollabili. In questo senso, le destinazioni bibliche del Sinai o l'area Medio orientale, che hanno conosciuto uno sviluppo molto intenso sul mercato religioso italiano, sono in realtà sottoposte ad alto rischio politico. Per sua natura, il prodotto del *tour operating* religioso sconta positivamente o negativamente i fattori che condizionano il clima politico e sociale della destinazione: la vulnerabilità del ciclo di vita della destinazione si traduce in vulnerabilità del prodotto, con l'aggravante che la distanza dei mercati (ad esempio l'Italia) dal luogo di fruizione impedisce alla domanda di essere informata con trasparenza sulla situazione della destinazione e quindi il rischio percepito connesso al viaggio amplifica le conseguenze di eventi negativi sull'atteggiamento verso il prodotto. Ne deriva la rilevanza della tematica delle scelte di portafoglio per garantire la sopravvivenza e lo sviluppo dell'impresa turistica religiosa. Forse mai come negli ultimi anni, caratterizzati da instabilità ed eventi bellici presso numerose destinazioni tradizionali del turismo religioso, quindi da forti oscillazioni non solo nei prezzi dei pacchetti turistici *outgoing*, ma nella loro stessa realizzabilità (si pensi al caso del Libano), è risaltata l'importanza di un portafoglio prodotti equilibrato per fronteggiare cambiamenti ambientali in grado di minare alla base la stabilità del *tour operator* religioso. In condizioni ambientali perturbate, infatti, le imprese che hanno adottato una scelta di marketing concentrato entrano in situazione di rischio. In particolare, sembra critica la posizione di quei *tour operator* che propongono una destinazione Paese o poche destinazioni Paese nella stessa area con un approccio alla domanda indifferenziato, senza cioè aver proceduto ad un'accurata segmentazione. Tanto più che la scarsa redditività sul capitale investito, tipica del settore, non permette ampi margini di manovra

per recuperare un'eventuali crisi. Un elemento positivo dal lato dell'offerta è rappresentato dal fatto che, dal punto di vista strategico, il prodotto del turismo religioso appare del tutto "insostituibile" in relazione alle mete esclusivamente religiose (santuari e luoghi di interesse solo religioso), viceversa, esso può subire la pressione competitiva del turismo tradizionale per le mete che abbinano l'interesse religioso e quello culturale (grandi luoghi santi). Del resto, la risposta al "bisogno irrinunciabile" provato dai potenziali turisti di ogni parte del mondo si focalizza su alcune "aree obiettivo" dalla cui visita ci si attendono esperienze, sensazioni ed emozioni, anche molto diversificate, ma tali da "essere percepite come riflessi diretti di una caratteristica unitaria posseduta dall'area stessa che ne costituisce l'elemento attrattore" (Baldarelli, 2000, p. 6). Questa capacità, presente in determinati luoghi, può essere rappresentata da un modello qualitativo che attribuisce all'area dotata di potenziale di attrazione un "capitale turistico" che, se opportunamente sfruttato, permette di generare una specifica offerta commerciale. Città "sante" come Roma o Assisi possono essere visitate sia nell'ambito di un'iniziativa turistica tout court, sia nel contesto di una proposta di turismo religioso. Due esempi di offerta di prodotti sostitutivi sono costituiti dai viaggi a Roma e a Santiago de Compostela. Nel primo caso, un numero rilevante di turisti approda nella capitale nell'ambito di viaggi tradizionali, pur essendo mossa anche da specifici interessi religiosi. Un analogo fenomeno si verifica per il pellegrinaggio al santuario di Santiago de Compostela, fruibile anche attraverso offerte di viaggio alternative a quelle proposte dagli operatori del circuito "religioso". La proposta moderna, del resto, si rivolge a turisti non esclusivamente religiosi, a vocazione itinerante, disposti a percorrere a piedi un lungo tragitto con tappe giornaliere presso località, opportunamente attrezzate, che a loro volta costituiscono motivi di interesse ed occasioni di visita per testimonianze storiche, valori paesaggistici e tradizioni locali. I risultati positivi dell'offerta attuale del "Camino de Santiago" hanno suscitato l'interesse per la valorizzazione di altri cammini storici europei, anch'essi a cavallo tra turismo e religione, in particolare per la

Via Francigena che, nel tratto italiano, presenta tutte le caratteristiche potenziali per sfruttare un capitale turistico di altissimo valore, distribuito su un ampio territorio, mediante una moderna organizzazione in grado di rispondere alle esigenze di una fascia molto estesa di turisti provenienti da tutte le parti del mondo.

2. L'identikit del pellegrino di oggi

Secondo una recente indagine², in Italia e nel mondo, cresce il numero di chi pratica il "turismo religioso", soprattutto tra chi ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni, la compagine più numerosa dei pellegrini è formata da donne (57%), età compresa tra 51 e 65 anni (42%). La maggior parte dei viaggiatori religiosi è diplomata e sposata con figli. Per quanto riguarda la professione, la prevalenza dei partecipanti dal punto di vista occupazionale è composta per il 42% da pensionati, il 16% da impiegati che comprendono anche religiosi, il 18% da casalinghe, il 7% da lavoratori autonomi, l'8% da operai, il 2% da artigiani, il 3% da dirigenti e il restante 4% da imprenditori.

Il 55% dei pellegrini compie un solo viaggio all'anno, mentre il 27% ne effettua due, il 12% tre viaggi ed il 6% più di tre. Per la scelta degli itinerari del pellegrinaggio, nel 68% prevale la fede nella religione di appartenenza, nel 14% dei casi incide l'aspetto prettamente culturale, minori sono invece le motivazioni di svago (1%) e la curiosità (4%). Stando sempre ai dati forniti dalla Coldiretti, il 44,4% di chi lo pratica si affida per l'organizzazione del viaggio ad agenzie di viaggio e tour operator. Il 32,7% sceglie di partire insieme al proprio compagno/a, il 20% opta per un viaggio organizzato, il 19,7% parte con un gruppo di amici, il 13,3% con la famiglia, mentre il 9,8% viaggia da solo.

Il turismo religioso non riguarda soltanto mete di pellegrinaggio e percorsi di fede, ma richiama anche turisti che vogliono viaggiare per mo-

² Condotta e presentata dal Professor Maurizio Baiocchi al Convegno nazionale CEI (Fano giugno 2011).

tivi culturali, i cosiddetti "turisti della fede", che scelgono, per le loro vacanze, di soggiornare in monasteri, eremi, case d' accoglienza, santuari, conventi.

3. Itinerari del turismo religioso in Calabria

Gli itinerari religiosi sono le vie percorse sin dall'antichità dai pellegrini, che oggi fungono anche da itinerari di grande richiamo turistico.

Uno dei primi itinerari religiosi che ha coinvolto migliaia di pellegrini da tutto il mondo e in ogni epoca storica è stato il Cammino di Santiago de Compostela in Galizia, il lungo percorso di fede che i fedeli fin dal Medioevo seguivano attraverso la Francia e la Spagna per giungere al santuario di Santiago de Compostela presso cui si trova la tomba di San Giacomo.

Da quando il 23 ottobre 1987 il Consiglio d'Europa ha riconosciuto l'importanza dei percorsi religiosi quali veicoli culturali e spirituali di primaria importanza, Santiago de Compostela ha avuto un' impennata che ha portato la città della Galizia ad aggiudicarsi il primato europeo (41,2%) del turismo religioso seguita da Lourdes (35,6%) e da Fatima (29,8%).

Viaggiare seguendo mete religiose non presenta solo profili ludici o culturali ma vuole suscitare emozioni particolari visitando i luoghi religiosi.



Tab. 1 Santuari e luoghi di culto per provincia³

Comune	Provincia	Denominazione Luogo
Conflenti	CZ	Santuario Madonna della Quercia
Soverato	CZ	Chiesa Santa Maria d'Altavilla
Gimigliano	CZ	Santuario Madonna di Porto
Pentone	CZ	Santuario di Maria SS. Delle Grazie di Termini
Torre di Ruggero	CZ	Santuario di Maria Santissima delle Grazie
Cosenza	CS	Duomo
Cassano allo Ionio	CS	Santuario Madonna della Catena
Cerchiara di Calabria	CS	Santuario Santa Maria delle Armi
Luzzi	CS	Abbazia della Sambucina
Paola	CS	Santuario Basilica di San Francesco di Paola
Buonvicino	CS	Santuario della Madonna della Neve
Rossano	CS	Cattedrale della Madonna Achirpita
San Demetrio Corone	CS	Chiesa di Sant'Adriano
San Giovanni in Fiore	CS	Archicenobio
San Sosti	CS	Santuario della Madonna del Pettoruto
Crotone	KR	Duomo
Crotone	KR	Santuario Madonna Nera di Capocolonna
Umbriatico	KR	Cripta di San Donato
Petilia Policastro	KR	Santuario della Santa Spina
Reggio Calabria	RC	Santuario di Maria Santissima della Consolazione
San Luca	RC	Santuario della Madonna della Montagna di Polsi
Melito Porto Salvo	RC	Santuario di Maria Santissima
Stilo	RC	Chiesa della Cattolica
Placanica	RC	Santuario Madonna dello Scoglio
Bivongi	RC	Santuario di San Giovanni Theresti
Squillace	RC	Concattedrale Santa Maria Assunta
Gerace	RC	Santuario della Madonna di Prestarona
Serra San Bruno	VV	Convento della Certosa
Tropea	VV	Santa Maria dell'Isola
Vallelonga	VV	Santuario della Madonna di Monserrato
Parghelia	VV	Santuario Madonna di Porto Salvo
Pizzo	VV	Chiesa della Madonna di Piedigrotta
Mileto	VV	Santuario Natuzza Evolo

Fonte: Guida ISSUU

Accanto alle mete devozionali come San Giovanni Rotondo con il santuario di Padre Pio di Pietrelcina, il santuario della Madonna di Loreto, i luoghi di San Francesco e Santa Chiara in Umbria, crescono di importanza i percorsi devozionali e i santuari della fede anche nel resto

³ Guida ISSUU pubblicata da Abramo per Regione Calabria.

d'Italia. In Calabria esiste un percorso mariano che fa risaltare la particolare devozione della Calabria al culto della Vergine, molti dei luoghi ricordano apparizioni (Conflenti) e prodigi legati a Maria (Santuario di San Luca) oppure sono legati ad immagini che La rappresentano (Rossano Calabro, Cerchiara di Calabria, San Sosti, Melito di Porto Salvo). Profondo è il legame tra Paola e il Santo locale (Francesco), mentre Serra San Bruno ricorda nella propria denominazione il Santo che dalla Francia ha introdotto l'ordine certosino in Calabria. Il Santuario di San Giovanni Theristi a Bivongi è ancora strettamente legato all'antico culto ortodosso d'Oriente, essendo ancora affidato ai monaci basiliani; infine a Petilia Policastro si venera la Santa Spina, reliquia proveniente dalla Corona usata nella crocefissione di Gesù. Il fascino di questo Cammino di Fede non si limita a presentare solo il fascino dei luoghi di culto, ma presenta una varietà di paesaggi e ambienti naturali a elevata biodiversità quali i Parchi Nazionali della Sila dell'Aspromonte e del Pollino.

Oltre ai diversi Musei diocesani di Catanzaro, Squillace, San Marco Argentano, Santa Severina, Gerace, Nicotera Serra San Bruno, Tropea.

4. La Borsa del Turismo Religioso e delle Aree Protette (AUREA)

Per il terzo anno consecutivo, Aurea la Borsa del Turismo Religioso e delle Aree Protette, attraverso la collaborazione della CEI (Conferenza Episcopale Italiana) e dell'ENIT (Agenzia Nazionale del Turismo), si è tenuta in Calabria presso il Santuario di San Francesco di Paola, continuando un percorso volto a promuovere e valorizzare l'immenso patrimonio storico, artistico e paesaggistico che caratterizza il territorio.

Aurea ormai è divenuto un punto di riferimento indiscusso e insostituibile per il comparto del turismo religioso perché:

- presenta un turismo consapevole e responsabile, attento a coniugare i valori della religiosità con la valorizzazione del patrimonio naturalistico, culturale e storico delle destinazioni e dei luoghi di culto;
- propone un nuovo modo di promuovere i territori per poter

- soddisfare le mutate esigenze del viaggiatore per fede;
- mira a fare incontrare le "imprese" del turismo con gli esperti del settore e gli operatori, al fine di elevare ed orientare la qualità dell'offerta innestando un confronto culturale, religioso ed operativo.

Aurea si propone con successo come modello unico nel suo genere, mettendo in rapporto diretto tutti gli elementi che formano il complesso sistema del turismo religioso che richiede sempre risposte di alto profilo culturale.

Del resto il famoso economista tedesco Albert Otto Hirschman affermava che "qualsiasi sviluppo dipende dal suscitare e utilizzare risorse e capacità nascoste, disperse o male utilizzate".

Il segmento del turismo religioso, da decenni in continua crescita nelle statistiche di tutto il mondo, dimostra quanto sia necessario investire in questa direzione, affinché si possa mettere in mostra il grande patrimonio storico-architettonico contenuto nei santuari, nei musei e nelle chiese della Calabria. Un modo concreto per diversificare e destagionalizzare l'ampia offerta turistica della regione, che può diventare una delle leve con cui risollevarne l'economia locale. Un'opportunità in più per i tanti operatori turistici calabresi in termini di crescita e, al contempo, un'occasione tangibile per promuovere al meglio le bellezze del territorio. Un modo intelligente per calamitare nuovi viaggiatori di fede verso gli oltre 100 santuari calabresi e le oltre 2000 chiese, monasteri e musei diocesani. La fede, quasi sempre, va di pari passo con la scoperta dei luoghi e, quindi, con la promozione del territorio. La Calabria, per questo esercito di fedeli offre molti cammini che al percorso di fede affiancano la scoperta dell'innestimabile patrimonio di cui è dotata la regione. Il viaggio ha una sua anima e il turismo religioso, puntando sul *brand* della fede e dell'accoglienza della gente di Calabria, può evidenziare questo aspetto sino al punto da farlo diventare uno dei principali riferimenti tra i tanti elementi attrattori di questa regione del Sud Italia.

5. Progetto Culto e Cultura: progettazione e realizzazione di itinerari per la valorizzazione del turismo religioso

Il progetto “Culto e cultura, progettazione e realizzazione di itinerari per la valorizzazione del turismo religioso” si inserisce nel quadro dei progetti interregionali di eccellenza per lo sviluppo e la promozione del sistema turistico nazionale ed è finalizzato a valorizzare le potenzialità di un turismo religioso e culturale di eccellenza che mira a favorire una maggiore destagionalizzazione della domanda ed una crescita dell'offerta. È un accordo di programma siglato tra la Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo e le Regioni Sicilia e Calabria. Il progetto interregionale (con la Sicilia) prevede una durata di 36 mesi a decorrere dalla data di inizio lavori (giugno 2012 – maggio 2015). Il progetto intende da un lato effettuare la valorizzazione ai fini turistici dei beni di interesse storico-religioso dall'altro proseguire le attività intraprese (e in parte definite) e realizzate con l'intervento cofinanziato con le risorse della legge 296/96 (Programmi di Sviluppo Turistico Interregionale). In particolare si intende sviluppare un segmento turistico in parte inespresso al fine, anche, di conseguire una maggiore destagionalizzazione della domanda ed una crescita dell'offerta.

Tale obiettivo verrà perseguito attraverso i diversi livelli di intervento:

- valorizzazione dei beni di interesse storico religioso, delle diverse culture e dei valori comuni;
- valorizzazione e promozione dei servizi di accoglienza e fruizione turistica;
- formazione (integrativa) in favore delle risorse umane (guide, accompagnatori, ecc...);
- approfondimenti tematici e animazione territoriale, finalizzati alla creazione e promozione di un'offerta turistica integrata;
- interventi infrastrutturali finalizzati alla valorizzazione delle fruizioni dei siti e dei beni storico religiosi e culturali.

Non può inoltre sottintendersi l'opportunità di promuovere lo sviluppo

di un'offerta turistica congiunta, attraverso la formalizzazione di un club di prodotto, per uno sviluppo socio-economico di quelle aree non tradizionalmente riconosciute come "destinazione turistica" ma ricche di risorse culturali di eccellenza.

6. Analisi degli attrattori turistici attuali e potenziali: i principali attrattori turistici religiosi della Calabria

Nel quadro del progetto interregionale poc'anzi esposto è stata condotta un'attività di studio e di analisi⁴ rivolta ad approfondire la conoscenza del territorio calabrese ai fini della progettazione di itinerari turistici religiosi e a mappare i fabbisogni formativi e di intervento necessari alla loro realizzazione. Il quadro teorico di riferimento utilizzato per realizzare la mappatura dei fattori di attrattività del turismo culturale religioso si è basato sull'idea secondo cui l'offerta turistica di una destinazione derivi dalla valorizzazione e dalla successiva fruizione dei beni presenti sul territorio.

Tali beni, che rappresentano risorse potenzialmente turistiche, diventano fattori di attrattività, e, quindi, risorse turistiche effettive, solo nel momento in cui ne sono garantite l'accessibilità⁵ in senso fisico e informativo e l'organizzazione, intesa come offerta di beni e servizi necessari per la fruizione. Tutto ciò conduce al passaggio a "prodotto turistico", ossia a una proposta che viene scambiata su un mercato. La mappatura dei principali fattori di attrattività è stata effettuata cercando soprattutto di individuare le eccellenze del territorio, le risorse di maggior pregio, ossia tutte quelle risorse e beni che possono rappresentare un elemento distintivo e qualificante non solo dell'area di appartenenza, ma anche del territorio regionale nel suo complesso. Partendo da queste premesse si è proceduto a:

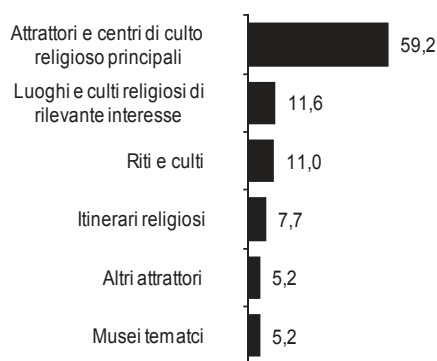
⁴ L'attività è stata condotta da SIAL Servizi S.p.A. Regione Calabria.

⁵ Vedi Cap. III "Turismo accessibile: definizione di un nuovo modello di un di accoglienza e indagine sperimentale".

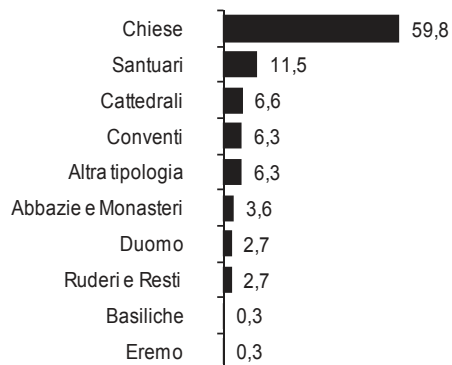
- effettuare una mappatura dei beni architettonici religiosi di pregio dell'intero territorio calabrese;
- individuare le aree a maggiore attrattività turistica culturale religiosa, secondo il piano di sviluppo turistico sostenibile che evidenzia la presenza di quegli attrattori naturali, culturali e/o paesaggistico/ambientali già oggetto di attenzione e valorizzazione ai fini turistici;
- individuare i principali attrattori turistici culturali religiosi afferenti alle aree a maggiore attrattività turistica, coerentemente con i sottoprodotti o i prodotti specifici e peculiari delle stesse.

In totale sono stati individuati e catalogati 517 attrattori, successivamente "clusterizzati" in 306 attrattori e centri di culto principali (59,2%).

Graf. 1 Attrattori religiosi e altri. Anno 2014



Graf. 2 Riepilogo generale, attrattori/centri di culto principali, e attrattori di rilevante interesse. Anno 2014



Fonte: TI&SI – SIAL Servizi S.p.A. Regione Calabria

Si tratta in questo caso dei beni architettonici religiosi che rappresentano anche dal punto di vista simbolico e culturale il fulcro e il centro della vita religiosa e sociale del territorio e dei piccoli e grandi centri urbani, quali abbazie e monasteri, chiese, duomo, santuari, conventi, ecc.

A questi si aggiungono un totale di 60 (il 10,4%) attrattori di eccellenza e beni di massima rilevanza a livello architettonico, storico, tematico, religioso e culturale in grado di attrarre, in determinate festività, occasioni

ed eventi, flussi di pellegrini e visitatori.

Tab. 2 Attrattori religiosi e altri per provincia. Anno 2014

Tipologia	Attrattori e centri di culto religioso principali	Luoghi e culti religiosi di rilevante interesse	Riti e culti	Musei tematici	Itinerari religiosi	Altri attrattori	Totale
Cosenza	40	22	20	11	12	12	117
Catanzaro	56	6	6	3	5	1	77
Crotone	51	5	5	2	4	3	70
Reggio C.	28	17	16	6	14	8	89
Vibo V.	131	10	10	5	5	3	164
Calabria	306	60	57	27	40	27	517

Fonte: TI&SI – SIAL Servizi S.p.A. Regione Calabria

7. Analisi della domanda: il turismo religioso in Calabria opinioni e atteggiamenti degli italiani

Sempre nel quadro del progetto interregionale, è stata condotta una seconda indagine⁶, dove sono stati analizzati i principali aspetti della domanda turistica “religiosa” attuale e potenziale della Calabria e del resto di Italia relativa al segmento della clientela italiana. L’attenzione si è voluta concentrare sulla conoscenza diretta ed indiretta del turismo religioso in Calabria. In particolare, sono stati approfonditi opinioni, atteggiamenti e conoscenza da parte del turista italiano nei confronti del turismo religioso, affrontando i seguenti argomenti:

- costruzione dell’immaginario e della percezione del turista italiano nei confronti della Calabria;
- conoscenza e attrattività della Calabria come meta turistica religiosa;
- viaggi in Calabria: motivazioni, luoghi visitati, esperienza e vissuto con riferimento specifico al turismo religioso;
- il cliente potenziale del turismo religioso calabrese.

Tale indagine campionaria realizzata tramite metodologia C.A.T.I (*Computer Assisted Telephone Interview*) è stata condotta su un cam-

⁶ L’indagine è stata condotta da SIAL Servizi S.p.A. Regione Calabria.

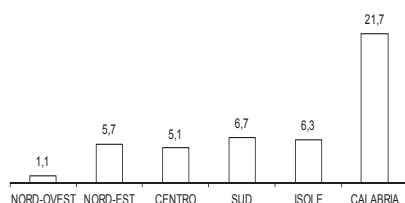
pione rappresentativo di cittadini residenti nelle regioni italiane ed ha consentito di quantificare la domanda attuale, ossia turisti e visitatori dei principali luoghi di culto e di fede della regione, e di fare una stima della domanda potenziale religiosa. L'obiettivo è quello di approfondire l'analisi sulla conoscenza della Calabria da parte degli italiani come meta turistica religiosa. Il 91,3% dei turisti che hanno scelto la Calabria per le vacanze, hanno optato per una località di mare, visitando anche il territorio del comprensorio scelto. Tra i siti religiosi più gettonati c'è il Santuario di San Francesco da Paola (52,5%), seguono la Certosa di Serra San Bruno⁷, dove arrivano circa 27mila persone all'anno, e Santa Maria dell'isola a Tropea entrambi visitati dall'8,5% di turisti. Di interesse anche il santuario della Madonna della montagna di Polsi con il 5,3%. Tra i luoghi di culto particolarmente visitati, inoltre, spicca il comune di Paravati per via del culto legato alla figura di Natuzza Evolo e il Duomo di Cosenza. Il numero maggiore dei visitatori delle mete religiose sono fra i residenti delle regioni più vicine alla Calabria, in particolare fra le regioni del Sud e delle Isole e soprattutto fra i residenti della stessa regione. Un dato questo che conferma come il turismo religioso sia un in primo luogo un turismo di prossimità (ossia caratterizzato dalla forte prevalenza di turisti locali) e i cui flussi turistici sono riconducibili in gran parte al fenomeno dell'escursionismo, ovvero viaggi svolti durante il week-end o visite di un giorno e spesso senza pernottamento. Il carattere fortemente localistico di tale turismo si spiega con il fatto che molte volte la scelta della meta è condizionata dal livello socio-economico del pellegrino.

Spesso i santuari locali sorgono come luogo di ripiego per quanti non possono permettersi di raggiungere i grandi santuari della tradizione. Essi divengono oggetto di un culto più popolare e meno spirituale dei grandi centri internazionali, perché sono legati alle richieste materiali della gente del popolo che li frequenta⁸.

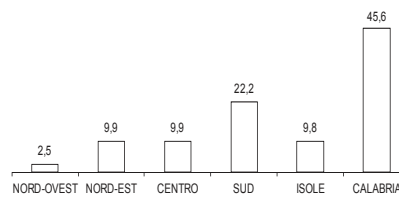
⁷ Caterina Maniaci in www.liberoquotidiano.it/news/italia 2012.

⁸ Lavorini R. *Il pellegrino cristiano*, 1997, Marietti, Genova.

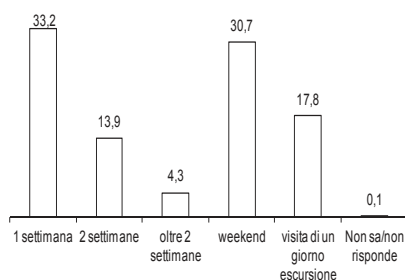
Graf. 3 Turisti che durante la vacanza in Calabria hanno visitato anche mete religiose. Anno 2014



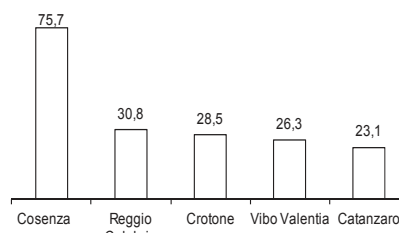
Graf. 4 Preferenze di vacanza legate alla visita di mete religiose calabresi da parte dei turisti italiani. Anno 2014



Graf. 5 Giorni di permanenza per i turisti religiosi. Anno 2014



Graf. 6 Quale o quali province ha visitato durante il suo viaggio/visita?⁹ Anno 2014



Fonte: TI&SI – SIAL Servizi S.p.A. Regione Calabria

Un ulteriore conferma di quanto appena osservato ci deriva dal dato relativo alla composizione percentuale dei flussi totali di turisti religiosi secondo l'area di provenienza: 2 turisti religiosi su 3, il 67,8% per l'esattezza, provengono dalla stessa Calabria (45,6%) e dalle vicine regioni del Sud (22,2%).

Riguardo al tempo di permanenza la tendenza prevalente riguarda periodi di soggiorno brevi oltre il 51%; di questi il 17,8% si è fermato per un week-end mentre il 33,2% per una visita o escursione di un giorno, per un'altra quota rilevante il periodo di vacanza non ha superato la settimana (30,7%). Tale dato è il linea con quanto affermato in precedenza

⁹ Si noti che a questa domanda si potevano dare più risposte.

sulle peculiarità del turismo religioso che si caratterizza fortemente come turismo escursionistico e di prossimità.

La provincia maggiormente visitata per tutte le aree di provenienza dei turisti è quella di Cosenza con il 75,7% dei casi segue Reggio Calabria e Crotona rispettivamente con il 30,8% e 28,5%.

Tab. 3 Siti religiosi visitati

Comune	Denominazione Luogo	italiani	calabresi
Paola	S. Francesco di Paola	52,5	60,9
Serra San Bruno	Certosa di Serra San Bruno	8,5	11,2
Tropea	S. Maria dell Isola	8,5	1,1
San Luca	Maria Santissima della Montagna di Polsi	5,3	7,2
Oppido Mamertina	Cattedrale Maria SS. Assunta	5,1	2,2
Placanica	Santuario Madonna dello Scoglio	5,1	6,7
Gerace	Convento dei Cappuccini	3,4	2,2
Isola Capo Rizzuto	Duomo Isola Capo Rizzuto	3,4	3,4
Praia a Mare	Santuario della Madonna della Grotta	3,4	-
Crotona	Madonna Nera di Capocolonna	3,4	3,9
Vibo Valentia	Chiostro di Santa Chiara	3,4	-
Paravati	Santuario Natuzza Evolo	3,2	7,2
Taverna	Chiesa di San Domenico	1,7	2,2
Squillace	Concattedrale di Santa Maria Assunta	1,7	5
Morano	Convento dei Frati Cappuccini	1,7	1,1
Cosenza	Duomo Cosenza	1,7	5,6
Parghelia	Santuario della Madonna di Porto Salvo	1,7	-
Grisolia	Santuario di San Rocco	1,7	1,1
Soriano	Chiesa di San Domenico	1,3	1,7
Rossano	Cattedrale della Madonna Achirpita (sec.XI)	-	3,4
Soverato	Chiesa matrice Santa Maria d'Altavilla	-	1,7
Ardore	Santuario Madonna della Grotta	-	1,7
Lungro	Chiesa Cattedrale di San Nicola	-	1,1
Pizzo	Chiesa della Madonna di Piedigrotta	-	1,1
Stilo	Chiesa della Cattolica (sec. X)	-	1,7
Sorbo San Basile	Chiesa dell'Immacolata	-	3,4
Bova Marina	Chiesa dell'Immacolata	-	1,3
San Sosti	Santuario di Maria SS. Del Pettoruto	-	3,9
Gerace	Santuario della Madonna di Prestarona	-	1,1
Cerchiara di Calabria	Santuario di Santa Maria delle Armi	-	4,5
Vibo Valentia	Chiesa ed ex Convento di San Francesco d Assisi	-	2,2
Altomonte	Convento dei Frati Minimi	-	1,1
Nicotera	Convento dei Padri Cappuccini	-	1,7
Belvedere Marittimo	Convento di S. Agostino	-	1,1
Bisignano	Convento San Umile da Bisignano	-	1,1
Cassano	Santuario della Madonna della Catena	-	3,9
Buonvicino	Santuario della Madonna della Neve	-	0,6
Spezzano Albanese	Santuario della Madonna delle Grazie	-	0,6

Fonte: TI&SI – SIAL Servizi S.p.A. Regione Calabria

Tra gli attrattori del turismo religioso più visitati spiccano i complessi monastici calabresi più noti e importanti: con il maggiore numero di indicazioni il Santuario di S. Francesco di Paola sia per i visitatori italiani (52,5%) che per i calabresi (60,9%), a seguire la Certosa di Serra di Serra S. Bruno con l'8,5% e l'11,5% rispettivamente di turisti religiosi italiani e calabresi. A seguire con percentuali meno rilevanti tra i siti religiosi più visitati dai turisti extraregionali troviamo il Santuario Benedettino di Santa Maria dell'Isola di Tropea (8,5%), il Santuario Maria Santissima della Montagna di Polsi di San Luca in Aspromonte con il 5,3% delle indicazioni a fronte del 7,2% dei turisti calabresi, il Santuario della Madonna dello Scoglio con il 5,1% di visitatori italiani e il 6,7% di visitatori locali e la Chiesa di S.S. Maria dell'Assunta di Oppido Mamertina in Aspromonte con il 5,1%.

Tra quest'ultimi, ovvero tra i turisti religiosi calabresi ovviamente come è facile intuire si riscontra un numero maggiore di siti visitati 64 contro i 21 dei turistici extraregionali, tra cui oltre quelli appena citati spicca il luogo di culto di Natuzza Evolo di Paravati (7,2%), il Duomo di Cosenza (5,6%) la Concattedrale di Santa Maria dell'Assunta di Squillace (5%), il Santuario di Santa Maria delle Armi (4,5%) a Cerchiara di Calabria.

Considerazioni finali

Per la Calabria, concepita in netta prevalenza come regione monotematica balneare, l'attivazione di nuove nicchie di turismo, rappresenta un'opportunità da perseguire per differenziare l'offerta ed ottenere una nuova domanda. In particolare, il turismo religioso si pone anche come opzione aggiuntiva per caratterizzare i soggiorni tradizionali. Perché un'ipotesi di sviluppo si possa realizzare è necessario il coinvolgimento e la tessitura di relazioni tra i policy maker Regioni, Province, Comuni, Enti Ecclesiali, Enti archeologici, Enti Parco, *Tour Operator*, Agenzie di *incom-ing* locali, Associazione di imprenditori, Istituzioni finanziarie al fine di intervenire nella programmazione "turistica", predisponendo una serie di servizi finalizzati all'attivazione e al soddisfacimento di una domanda di

fruizione turistica e integrando, nel sistema turistico locale, la risorsa religiosa, anche nelle sue manifestazioni della devozione popolare.