

Programma Operativo Interregionale  
*“Attrattori culturali, naturali e turismo”*

**Relazione istruttoria  
sul processo di selezione delle  
Reti interregionali di offerta**

---

# INDICE

<b>1. Premessa.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Fasi dell'istruttoria .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Le proposte regionali .....</b>	<b>5</b>
<b>4. Il processo di selezione espletato.....</b>	<b>9</b>
4.1 Verifica dell'ammissibilità sostanziale.....	9
4.1.1 Risultati .....	9
4.2 Riorganizzazione delle reti proposte.....	11
4.2.1 Risultati .....	11
4.3 Descrizione delle Reti .....	13
1. Rete interregionale delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici .....	13
2. Rete interregionale dei percorsi e degli eventi religiosi.....	14
3. Rete interregionale dei siti archeologici .....	14
4. Rete interregionale dei Castelli.....	15
5. Rete interregionale dell'archeologia industriale .....	15
6. Rete interregionale ambientale.....	16
7. Rete interregionale delle Baie e dei Golfi del Mediterraneo .....	16
8. Rete interregionale dei gusti e dei sapori.....	17
9. Rete interregionale del Barocco .....	18
10. Rete interregionale delle eccellenze.....	18
11. Rete interregionale della slow mobility.....	19
12. Rete interregionale dei Siti UNESCO.....	19
4.4 Classificazione delle Reti.....	20
4.4.1 Risultati .....	20
4.5 Verifica della coerenza .....	22
4.5.1 Risultati .....	22
<b>5. Le Reti interregionali selezionate e proposte dal CTCA .....</b>	<b>35</b>
5.1 Quadro di sintesi delle Reti interregionali di offerta selezionate .....	35
5.2 Le schede informative .....	36
<i>Viaggio tra le identità culturali, le arti e le tradizioni popolari .....</i>	<i>36</i>
<i>Il "Grand Tour": sulle orme delle civiltà antiche del Mediterraneo .....</i>	<i>37</i>
<i>In vacanza tra parchi e riserve naturali.....</i>	<i>38</i>
<i>Gli approdi turistici del Mediterraneo .....</i>	<i>39</i>
<i>La rete dei Siti Unesco .....</i>	<i>40</i>

# 1. Premessa

Nel quadro del Programma Operativo Interregionale *“Attrattori culturali, naturali e turismo”*, la presente relazione riporta le attività di verifica e valutazione espletate dal gruppo di lavoro incaricato dal CTCA e le relative risultanze in ordine alla selezione delle Reti interregionali di offerta.

Le attività di istruttoria e verifica delle Reti e la relativa selezione sono state effettuate con riferimento ai criteri generali e ai requisiti specifici di ammissibilità e coerenza enunciati nel documento *Linee guida per l’attuazione del processo di individuazione e di selezione delle Reti interregionali di offerta (in seguito le “Linee guida” sottoposto all’approvazione del CTCA.*

La relazione si compone di differenti sezioni:

- la sezione *“Fasi dell’istruttoria”* descrive l’articolazione successiva delle attività espletate dal gruppo di lavoro evidenziando per ciascuna fase la metodologia adottata per la verifica e la valutazione delle Reti interregionali di offerta;
- la sezione *“Le proposte regionali”* riporta gli elenchi dei Poli candidati dalle Regioni (incluso anche quelli informalmente proposti dalle Regioni CRO) con le corrispondenti proposte di Reti interregionali di offerta;
- la sezione *“Il processo di selezione espletato”* illustra i risultati delle differenti attività di verifica poste in essere dal gruppo di lavoro, unitamente alle relative risultanze finali;
- la sezione *“Le Reti interregionali selezionate e proposte dal CTCA”* riporta, per ciascuna rete selezionata a seguito delle attività istruttorie, una scheda informativa recante l’illustrazione dei principali elementi caratteristici.

## 2. Fasi dell'istruttoria

Di seguito vengono illustrate le diverse fasi dell'istruttoria, con riferimento alla metodologia adottata dal gruppo di lavoro incaricato della selezione delle Reti interregionali di offerta:

- *Verifica dell'ammissibilità sostanziale* – in questa fase si è provveduto ad accertare per ciascuna delle Reti proposte la presenza del requisito di ammissibilità sostanziale dell'interregionalità, ovvero la presenza all'interno di ciascuna rete di almeno due Poli insistenti su almeno altrettanti territori regionali;
- *Riorganizzazione delle reti proposte* – le reti risultanti dalla verifica di cui alla fase operativa precedente sono state sottoposte ad un'attività di omogeneizzazione, allo scopo di eliminare le duplicazioni e le sovrapposizioni risultanti sul piano nominale e contenutistico e di fare emergere le Reti interregionali di offerta da avviare alle successive verifiche e valutazioni;
- *Descrizione delle reti proposte* – in questa fase il gruppo di lavoro, partendo dagli elementi informativi presenti all'interno dei formulari, ha provveduto a fornire per ciascuna rete risultante dalla precedente fase di riorganizzazione una descrizione dei relativi contenuti e finalità;
- *Classificazione delle reti* – in questa fase il gruppo di lavoro – basandosi sugli elementi informativi e descrittivi contenuti all'interno dei formulari presentati dalle regioni e sulle ulteriori informazioni raccolte attraverso la consultazione delle fonti informative selezionate – ha provveduto a classificare ciascuna Rete in funzione della relativa capacità di assumere la dimensione di “*prodotto turistico*” e in relazione al relativo posizionamento sui principali mercati turistici internazionali;
- *Verifica della coerenza* – sulla base delle risultanze dell'attività oggetto della fase operativa precedente, si è provveduto a verificare la coerenza delle reti proposte dalle Regioni con la definizione stessa di Rete interregionale di offerta e con i principi sottesi alla relativa individuazione e definizione, così come indicati nel Programma ed esplicitati all'interno delle linee guida. Alla luce delle valutazioni effettuate in questa fase, si è provveduto a suggerire eventuali reindirizzi delle proposte esaminate verso strutture di offerta ritenute maggiormente coerenti ed appetibili ai differenti mercati turistici internazionali.

Al termine di ciascuna fase di verifica, le Reti risultate non conformi con i requisiti oggetto di valutazione sono state escluse dalle fasi successive del processo di selezione.

Ultimate le attività di valutazione e verifica di cui alle fasi precedenti, si è provveduto a riassumere le risultanze del processo istruttorio fornendo l'elenco delle Reti interregionali di offerta selezionate e proposte dal CTCA per l'attuazione del programma. Per ciascuna di esse è stata elaborata una scheda informativa che ne esplicita i contenuti e le caratteristiche.

### 3. Le proposte regionali

Le Amministrazioni regionali hanno sottoposto al CTCA le proposte di Reti interregionali riportate nella tabella che segue.

**Tabella 1 - Elenco dei Poli e delle Reti interregionali di offerta candidati alle azioni del Programma – Regioni CONV**  
(per ciascun Polo candidato si riporta in grassetto – laddove indicata – la Rete interregionale principale; le altre rappresentano le Reti secondarie – o anche non qualificate – proposte dalle Regioni )

Regione	Poli	Reti interregionali
Calabria	<b>1. Il Polo degli Alberi Bianchi</b> – Da Sibari a Laos: storia, archeologia e tradizioni locali nel Parco del Pollino	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Rete interregionale di offerta delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici</b></li> <li>2. Rete interregionale archeologica</li> <li>3. Rete interregionale storica</li> <li>4. Rete interregionale dei castelli</li> <li>5. Rete interregionale dell’archeologia industriale</li> <li>6. Rete interregionale ambientale</li> <li>7. Rete interregionale delle identità culturali</li> </ol>
	<b>2. Il Polo dei Giganti e delle Fate</b> – Da Isola Capo Rizzuto verso la Sila: sulle orme della Magna Grecia	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Rete interregionale di offerta delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici</b></li> <li>2. Rete interregionale archeologica</li> <li>3. Rete interregionale storica</li> <li>4. Rete interregionale dei castelli</li> <li>5. Rete interregionale dell’archeologia industriale</li> <li>6. Rete interregionale ambientale</li> <li>7. Rete interregionale delle identità culturali</li> </ol>
	<b>3. Il Polo delle Montagne Blu</b> – Il racconto del territorio fra archeologia, storia, letterario e fantastico nel Parco dell’Aspromonte	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Rete interregionale di offerta delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici</b></li> <li>2. Rete interregionale archeologica</li> <li>3. Rete interregionale storica</li> <li>4. Rete interregionale dei castelli</li> <li>5. Rete interregionale dell’archeologia industriale</li> <li>6. Rete interregionale ambientale</li> <li>7. Rete interregionale delle identità culturali</li> </ol>
Campania	<b>1. La Baia di Napoli</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Rete interregionale delle Baie e dei Golfi del Mediterraneo: gli approdi di Ulisse</b></li> <li>2. Rete interregionale dei castelli</li> <li>3. Rete interregionale dei siti archeologici (dalla Magna Grecia all’Impero Romano)</li> <li>4. Rete interregionale dei parchi e dei vulcani</li> <li>5. Rete interregionale delle Eccellenze</li> <li>6. Rete interregionale dei gusti e dei sapori</li> </ol>
	<b>2. Le vie del vino e il trenino turistico</b> (Polo PAIn) <sup>1</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Rete interregionale delle vie del vino, del gusto e dei sapori</b></li> <li>2. Rete interregionale delle identità locali e dei paesaggi culturali</li> <li><b>3. Rete interregionale della “slow mobility”</b></li> </ol>

<sup>1</sup> Allo stato attuale del processo di istruttoria il formulario della candidatura del Polo non risulta pervenuto.

Regione	Poli	Reti interregionali
	<b>3. I Borghi del Sannio tra le vie della fede, della storia e delle tradizioni (Polo PAIn)<sup>2</sup></b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Rete interregionale di offerta delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici</b></li> <li>Rete interregionale degli itinerari religiosi</li> <li>Rete interregionale dei gusti e dei sapori</li> </ol>
Puglia	<b>1. La Valle d'Itria</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Rete interregionale delle eccellenze turistiche</b></li> <li>Rete interregionale della Magna Grecia</li> <li>Rete interregionale del gusto e dei sapori</li> <li>Rete interregionale delle baie e della portualità turistica</li> <li>Rete interregionale della "slow mobility"</li> <li>Rete interregionale degli eventi e della religione</li> </ol>
	<b>2. Il Salento</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Rete interregionale del Barocco</b></li> <li>Rete interregionale delle eccellenze turistiche</li> <li>Rete interregionale del gusto e dei sapori</li> <li>Rete interregionale dei parchi e della natura</li> <li>Rete interregionale delle baie e della portualità turistica</li> <li>Rete della "slow mobility"</li> <li>Rete degli eventi e della religione</li> </ol>
	<b>3. Il Parco nazionale del Gargano</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Rete interregionale dei parchi e della natura</b></li> <li>Rete interregionale del gusto e dei sapori</li> <li>Rete interregionale delle baie e della portualità turistica</li> <li>Rete interregionale della "slow mobility"</li> <li>Rete interregionale degli eventi e della religione</li> </ol>
Sicilia	<b>1. La Sicilia dei Sicani e degli Elimi – Paesaggi e storia dei monti Sicani e dei monti di Palermo</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Rete interregionale dei siti archeologici preistorici e dei siti indigeni (identificata come principale in fase di istruttoria)</b></li> <li>Rete interregionale della cultura Arbereshe</li> <li>Rete interregionale dei siti borbonici</li> <li>Rete interregionale dell'architettura civile e militare (Palazzi, Castelli e Fortificazioni)</li> <li>Rete interregionale Natura 2000 (dorsale nord-sud: Monti di Palermo e Monti Sicani)</li> </ol>
	<b>2. Dalla Valle dei Templi alla Villa romana – La stratificazione delle civiltà ed il paesaggio nella Sicilia Centro-meridionale</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Rete interregionale delle eccellenze (identificata come principale in fase di istruttoria)</b></li> <li>Rete interregionale dei siti archeologici</li> <li>Rete interregionale dei siti di Archeologia Industriale e del paesaggio minerario</li> <li>Rete interregionale dell'architettura civile e militare</li> <li>Rete interregionale Natura 2000</li> </ol>
	<b>3. La Sicilia Greca – Paesaggi e storia dell'altopiano ibleo</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Rete interregionale dei Musei Archeologici e Magna Grecia (identificata come principale in fase di istruttoria)</b></li> <li>Rete interregionale dei castelli</li> <li>Rete interregionale del barocco</li> <li>Rete interregionale dei siti Unesco</li> <li>Rete interregionale Natura 2000</li> </ol>

<sup>2</sup> Cfr. nota 1.

**Tabella 2 - Elenco dei Poli e delle Reti interregionali di offerta candidati alle azioni del Programma – Regioni CRO**  
*(per ciascun Polo candidato si riporta in grassetto – laddove indicata – la Rete interregionale principale; le altre rappresentano le Reti secondarie – o anche non qualificate – proposte dalle Regioni )*

Regione	Poli	Reti interregionali
Abruzzo	<b>1. Polo degli Altipiani Maggiori</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Rete interregionale delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici</b></li> <li>2. Rete interregionale della transumanza</li> <li>3. Rete interregionale dei percorsi religiosi</li> <li>4. Rete interregionale archeologica</li> <li>5. Rete interregionale storica</li> <li>6. Rete interregionale dei castelli</li> <li>7. Rete interregionale dell'archeologia industriale</li> <li>8. Rete interregionale ambientale</li> <li>9. Rete interregionale delle identità culturali</li> </ol>
	<b>2. Polo dei Borghi Aquilani</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Rete interregionale delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici</b></li> <li>2. Rete interregionale della transumanza</li> <li>3. Rete interregionale dei percorsi religiosi</li> <li>4. Rete interregionale archeologica</li> <li>5. Rete interregionale storica</li> <li>6. Rete interregionale dei castelli</li> <li>7. Rete interregionale dell'archeologia industriale</li> <li>8. Rete interregionale ambientale</li> <li>9. Rete interregionale delle identità culturali</li> </ol>
	<b>3. Polo delle colline Teramane</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Rete interregionale delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici</b></li> <li>2. Rete interregionale della transumanza</li> <li>3. Rete interregionale dei percorsi religiosi</li> <li>4. Rete interregionale archeologica</li> <li>5. Rete interregionale storica</li> <li>6. Rete interregionale dei castelli</li> <li>7. Rete interregionale dell'archeologia industriale</li> <li>8. Rete interregionale ambientale</li> <li>9. Rete interregionale delle identità culturali</li> <li>10. Rete interregionale delle oasi costiere</li> </ol>
	<b>4. Costa dei trabocchi</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Rete interregionale delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici</b></li> <li>2. Rete interregionale della transumanza</li> <li>3. Rete interregionale dei percorsi religiosi</li> <li>4. Rete interregionale dei parchi costieri</li> <li>5. Rete interregionale archeologica</li> <li>6. Rete interregionale storica</li> <li>7. Rete interregionale dei castelli</li> <li>8. Rete interregionale dell'archeologia industriale</li> <li>9. Rete interregionale ambientale</li> <li>10. Rete interregionale delle identità culturali</li> </ol>
Molise	<b>1. Le quattro stagioni dell'alto Molise</b>	<b>1. Rete interregionale delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici</b>
	<b>2. Le quattro stagioni del Matese</b>	<b>1. Rete interregionale delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici</b>
Basilicata	<b>1. Polo Potentino–Gallipoli</b>	<b>1. Rete interregionale delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici</b>

Regione	Poli	Reti interregionali
	2. Polo Val d'Agri	1. Rete interregionale delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici
	3. Polo Pollino	1. Rete interregionale delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici
Sardegna	1. Polo Lawrence	1. Rete interregionale delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici
	2. Polo Memoria delle identità	1. Rete interregionale delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici
	3. Polo Maddalena- Limbara- Corallo	1. Rete interregionale delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici
	4. Polo delle rotte Fenicio-Puniche	1. Rete interregionale storico-culturale

## 4. Il processo di selezione espletato

### 4.1 Verifica dell'ammissibilità sostanziale

In quest'ambito, l'attività di istruttoria si è soffermata sull'accertamento, per ciascuna Rete interregionale proposta, della presenza al suo interno di almeno due Poli localizzati su almeno altrettante Regioni CONV (*requisito di ammissibilità sostanziale*).

L'accertamento di tale requisito è stato condotto avendo riguardo anche delle proposte formulate in via informale dalle Regioni CRO, al mero scopo di indicare eventuali reti interregionali attivabili nell'ambito del PAIn.

La tabella che segue riporta gli esiti delle verifiche eseguite in questa fase. La tabella riporta l'incrocio tra l'elenco delle Reti interregionali di offerta proposte dalle Regioni (righe) e quello dei relativi Poli (colonne). L'incrocio riga / colonna indica l'eventuale appartenenza di un determinato Polo ad una Rete. All'interno della cella d'intersezione viene riportata la classificazione della rete nelle categorie "Principale" (a) e/o "Secondaria" (b) in conformità con le indicazioni fornite dalle Regioni all'interno dei formulari.

Le ultime tre colonne della tabella riportano per ciascuna Rete interregionale proposta:

- Il numero dei Poli interessati;
- Il numero delle Regioni "Convergenza" coinvolte;
- Il numero delle Regioni "Competitività" coinvolte.

Si osservi come all'occorrenza di un numero di Poli e di Regioni CONV<sup>3</sup> interessate inferiore a 2, la Rete proposta è stata considerata inammissibile, per effetto dell'assenza del requisito di ammissibilità sostanziale oggetto di verifica.

#### **4.1.1 Risultati**

In esito alle verifiche effettuate, sono risultate inammissibili le seguenti Reti interregionali:

- Rete interregionale della Transumanza (Abruzzo);
- Rete interregionale dei Parchi costieri (Abruzzo);
- Rete interregionale storica (Abruzzo);
- Rete interregionale di offerta storico-culturale (Sardegna)
- Rete interregionale della cultura Arbereshe (Sicilia);
- Rete interregionale dei siti borbonici (Sicilia).

---

<sup>3</sup> Pur avendo esteso le attività di verifica alle Reti proposte dalle Regioni CRO, tali proposte non concorrono all'accertamento del requisito di ammissibilità sostanziale.

Figura 1 – Verifica ammissibilità sostanziale

**Legenda:**

- candidatura rete principale
- candidatura rete secondaria

		Abruzzo	Molise	Basilicata	Sardegna	Campania	Puglia	Calabria	Sicilia							
		1. La Costa dei Trabocchi (PAIn)	1. Le quattro stagioni dell'Alto Molise (PAIn)	1. Il Polo Soverino (Garcia-Gallipoli-Capriate (PAIn))	1. Il Polo Sverino (Garcia-Gallipoli-Capriate (PAIn))	1. La Baia di Napoli	1. La Valle d'Itria	1. Il Polo delle Montagne Blu	1. La Sicilia dei Sicani e degli Etruschi	1. La Sicilia greca	Numero Poli intersecati	Numero Regioni CONV interessate	Numero Regioni CRO interessate			
		2. Gli Altipiani Maggiori (PAIn)	2. Le quattro stagioni del Matese (PAIn)	2. Il Polo Val d'Agri (PAIn)	2. Il Polo Lawrence (PAIn)	2. La via del vino e il Trenino turistico (PAIn)	2. Il Silento	2. Il Polo degli Albeni Bianchi	2. Dalla Valle dei Templi alla Villa romana	2. Dalla Valle dei Templi alla Villa romana						
		3. I Borghi Aquilani (PAIn)	3. I Borghi Aquilani (PAIn)	3. Il Polo Pollino (PAIn)	3. Il Polo Memora delle identità (PAIn)	3. I Borghi del Sannio (PAIn)	3. Il Parco nazionale del Gargano	3. Il Polo dei Giganti e delle Fate	3. La Sicilia greca	3. La Sicilia greca						
		4. I Colli Teramani (PAIn)	4. I Colli Teramani (PAIn)	4. Il Polo delle rotte Fenicio-Puniche (PAIn)	4. Il Polo delle rotte Fenicio-Puniche (PAIn)	4. Il Polo delle rotte Fenicio-Puniche (PAIn)	4. Il Polo delle rotte Fenicio-Puniche (PAIn)	4. Il Polo delle rotte Fenicio-Puniche (PAIn)	4. Il Polo delle rotte Fenicio-Puniche (PAIn)	4. Il Polo delle rotte Fenicio-Puniche (PAIn)						
Abruzzo	1. Rete interregionale di offerta delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici	a	a	a	a	a	a	a	a	a	18	3	4			
	2. Rete interregionale della transumanza	b	b	b	b						4	0	1			
	3. Rete interregionale dei percorsi religiosi	b	b	b	b						9	2	1			
	4. Rete interregionale dei parchi costieri	b									2	0	1			
	5. Rete interregionale archeologica	b	b	b	b						12	4	1			
	6. Rete interregionale storica	b	b	b	b						5	0	2			
	7. Rete interregionale dei Castelli	b	b	b	b						11	3	1			
	8. Rete interregionale dell'archeologia industriale	b	b	b	b						8	2	1			
	9. Rete interregionale ambientale	b	b	b	b						13	4	1			
	10. Rete interregionale delle identità culturali	b	b	b	b						8	2	1			
Molise	1. Rete interregionale di offerta delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici	a	a	a	a	a	a	a	a	a	18	3	4			
Basilicata	1. Rete interregionale di offerta delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici	a	a	a	a	a	a	a	a	a	18	3	4			
Sardegna	1. Rete interregionale di offerta delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici	a	a	a	a	a	a	a	a	a	18	3	4			
	2. Rete interregionale di offerta storico-culturale	b	b	b	b						5	0	2			
Calabria	1. Rete interregionale di offerta delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici	a	a	a	a	a	a	a	a	a	18	3	4			
	2. Rete interregionale dei siti storico-archeologici	b	b	b	b						12	4	1			
	3. Rete interregionale dei castelli	b	b	b	b						11	3	1			
	4. Rete interregionale dell'archeologia industriale	b	b	b	b						8	2	1			
	5. Rete interregionale dell'ambiente	b	b	b	b						13	4	1			
	6. Rete interregionale delle identità culturali	b	b	b	b						8	2	1			
Campania	1. Rete interregionale delle baie e dei golfi del Mediterraneo: gli approdi di Ulisse					a	b	b	b	b	5	2	0			
	2. Rete interregionale dei castelli	b	b	b	b						11	3	1			
	3. Rete interregionale dei siti archeologici (dalla Magna Grecia all'Impero Romano)					b					8	3	0			
	4. Rete interregionale dei parchi e dei vulcani	b	b	b	b						9	3	1			
	5. Rete interregionale delle eccellenze					b		a	b		5	3	0			
	6. Rete interregionale dei gusti e dei sapori					b	a	b	b	b	5	2	0			
	7. Rete interregionale delle vie del vino, del gusto e dei sapori					b	a	b	b	b	5	2	0			
	8. Rete interregionale di offerta delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	18	3	4		
	9. Rete interregionale della slow mobility					b		b	b	b	4	2	1			
	10. Rete interregionale degli itinerari religiosi	b	b	b	b						9	2	1			
Puglia	1. Rete interregionale della Magna Grecia					b		b		b	b	b	a	6	4	0
	2. Rete interregionale delle baie e dei porti turistici					a		b	b	b				4	2	0
	3. Rete interregionale del Barocco							a					b	2	2	0
	4. Rete interregionale della slow mobility						b	b	b	b				4	2	1
	5. Rete interregionale del gusto e dei sapori					b	a	b	b	b				5	2	0
Sicilia	6. Rete interregionale dei Parchi e della natura	b	b	b	b									13	4	1
	7. Rete interregionale delle eccellenze					b		a	b				a	5	3	0
	8. Rete interregionale degli eventi e della religione	b	b	b	b									9	2	1
	1. Rete interregionale dei siti archeologici (preistorici e dei siti indigeni)	b	b	b	b									12	4	1
	2. Rete interregionale della cultura Arberesha													1	1	0
	3. Rete interregionale dei siti barobici													1	1	0
	4. Rete interregionale dei Musei archeologici e della Magna Grecia					b		b						6	4	0
	4. Rete interregionale dei castelli	b	b	b	b									11	3	1
	5. Rete interregionale Natura 2000	b	b	b	b									13	4	1
6. Rete interregionale delle eccellenze					b		a	b				a	5	3	0	
7. Rete interregionale dei siti di archeologia industriale	b	b	b	b									8	2	1	
8. Rete interregionale del Barocco							a						2	2	0	
9. Rete interregionale dei siti UNESCO							b						3	2	0	

## **4.2 Riorganizzazione delle reti proposte**

In quest'ambito, l'attività di istruttoria ha proceduto all'individuazione delle corrispondenze e dei possibili denominatori comuni delle Reti interregionali risultanti dalla verifica di ammissibilità sostanziale, eliminando le duplicazioni e le sovrapposizioni emergenti sul piano nominale e contenutistico e determinando, sulla base delle più ampie convergenze riscontrate, l'accorpamento dei contenuti proposti in dodici Reti interregionali di offerta.

Anche in questo caso, l'identificazione delle Reti è stata effettuata avendo riguardo alle proposte di Reti formulate in via informale dalle Regioni CRO, allo scopo di indicare eventuali reti interregionali attivabili nell'ambito del PAIn.

### **4.2.1 Risultati**

La tabella che segue (Figura 2) riporta gli esiti delle verifiche e degli accorpamenti eseguiti in questa fase. Di seguito, si fornisce la chiave di lettura del prospetto.

La tabella riporta tutte le Reti residuanti dalla verifica di ammissibilità sostanziale (righe bianche) raggruppate per identità o per affinità in dodici denominazioni principali (righe verdi), che sintetizzano le Reti interregionali di offerta proposte dalle Regioni. Anche in questo caso, l'elenco delle Reti (righe) originariamente proposte dalle Regioni è incrociato con quello dei relativi Poli (colonne). L'incrocio riga/colonna indica l'appartenenza di un determinato Polo ad una Rete. All'interno della cella d'intersezione viene riportata la classificazione della rete nelle categorie "Principale" (a) e/o "Secondaria" (b), in conformità con le indicazioni fornite dalle Regioni all'interno dei formulari.

Le ultime tre colonne della tabella riportano per ciascuna delle dodici Reti interregionali di offerta risultanti dall'attività di questa fase:

- Il numero dei Poli interessati;
- Il numero delle Regioni "Convergenza" coinvolte;
- Il numero delle Regioni "Competitività" coinvolte.



### 4.3 Descrizione delle Reti

Di seguito si riporta, per ciascuna delle reti risultanti dalle verifiche oggetto delle fasi operative precedenti, una scheda informativa sintetica recante la descrizione e l'illustrazione dei principali elementi caratterizzanti.

Le schede sono state elaborate utilizzando, laddove presenti, le informazioni contenute all'interno dei formulari di candidatura predisposti dalle regioni, opportunamente integrati con l'apporto del gruppo di lavoro.

#### **1. Rete interregionale delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici**

<b>Descrizione</b>	<p><i>La rete intende favorire la connessione tra aree ambientali, siti archeologici, piccoli centri, aree urbane, aree rurali, aree costiere e interne.</i></p> <p><i>Essa unisce idealmente alcuni dei territori più nascosti del South Italy, addentrandosi tra peculiarità e realtà tipiche spesso sconosciute agli occhi dei viaggiatori/turisti: territorio incontaminato (per alcuni versi "vergine"), distese verdi (foreste, sistemi naturalistici ecc.), montagne, laghi, fiumi, panorami unici, cultura, archeologia, memoria storica (villaggi, borghi, centri storici, eredità mineraria etc.), identità, saperi (tradizioni folklore etc.), artigianato tipico e artistico, sapori e produzioni enogastronomiche.</i></p> <p><i>La scommessa della rete è quella di allargare una immagine e una proposta turistica prevalentemente appiattita sulla dimensione costiero-balneare, inserendo nel menu turistico un significativo elemento di arricchimento. Tale forma di integrazione, fondata sulla fruizione del paesaggio e del bene naturalistico-ambientale, si interseca, si completa e interagisce con altre forme di integrazione sia fisiche che tematiche (itinerari cicloturistici, trekking, enogastronomici, storici e archeologici, della musica, della transumanza, ecc.).</i></p>
<b>Fabbisogni e motivazioni di viaggio</b>	<p>La scoperta di nuove destinazioni turistiche lontane dai grandi flussi, nella prospettiva di una vacanza all'insegna del relax e del contatto con la natura, le tradizioni e la cultura delle popolazioni ospitanti.</p>
<b>Profilo psicografico degli utenti</b>	<p>Adulti con o senza figli anche in gruppi organizzati, gruppi di anziani o diversamente abili.</p> <p>Bacino di utenza prevalentemente a corto / medio raggio, riconducibile al segmento nazionale ed a quello internazionale europeo.</p>
<b>Orientamento al mercato</b>	<p>La Rete esprime un prodotto turistico ampio e diversificato in grado di rivolgersi contemporaneamente ad un'utenza altrettanto differenziata. Tra i principali mercati target i seguenti: culturale (con specifico riferimento al segmento urbs-turistico, quello etnografico e quello storico artistico dei centri minori), rurale ed enogastronomico, cicloturistico ed eco-turistico.</p> <p>Previa opportuna infrastrutturazione delle destinazioni di viaggio, l'offerta della rete può efficacemente rivolgersi al segmento del turismo accessibile.</p>
<b>Stagionalità</b>	<p>MEDIA – La tipologia di offerta turistica di cui la rete è espressione si caratterizza per una fruizione estesa lungo tutto l'arco dell'anno, con una preferenza per i periodi compresi tra marzo e settembre. L'andamento della concentrazione può risentire dell'influenza climatica.</p>

## 2. Rete interregionale dei percorsi e degli eventi religiosi

<b>Descrizione</b> <i>(elaborazione a cura del GdL)</i>	<i>Si tratta di una rete di integrazione funzionale avente come fulcro di offerta eventi rilevanti per un ampio segmento di domanda e/o percorsi e luoghi ad alta valenza religiosa. (Stralcio estratto dal formulario di candidatura del Polo del Gargano – Regione Puglia)</i>
<b>Fabbisogni e motivazioni di viaggio</b>	Il pellegrinaggio ai Santuari e la ricerca di spazi di preghiera e meditazione in luoghi particolarmente legati alla memoria della fede e alla testimonianza dei Santi.
<b>Profilo psicografico degli utenti</b>	Adulti con o senza bambini, anche in gruppi organizzati, anziani e soggetti diversamente abili prevalentemente in gruppi organizzati riconducibili a bacini d'utenza sia nazionali che internazionali.  Importante l'utenza riconducibile al segmento degli oriundi residenti all'estero.
<b>Orientamento al mercato</b>	Elevata focalizzazione sul mercato turistico religioso, ma anche storico-artistico e congressuale.
<b>Stagionalità</b>	MEDIA – La stagionalità di questa particolare tipologia di prodotto turistico risente in parte dell'eventuale presenza di eventi e/o ricorrenze (es. celebrazioni particolari, processioni, anniversari e/o altre ricorrenze assimilabili)

## 3. Rete interregionale dei siti archeologici

<b>Descrizione</b>	<i>Rete tematica focalizzata sulle caratteristiche storico-culturali di alcune aree del sud Italia: in particolar modo, le città che tra l'VIII e il V secolo a. C. costituivano le principali colonie greche e le presenze archeologiche romane e fenicio-puniche.  In questa rete possono essere costruite una serie di offerte culturali, anche attraverso la realizzazione di grandi eventi, nei siti, negli anfiteatri e nei teatri, ampliandone l'attrattività e l'offerta integrata. (Stralcio estratto dal formulario di candidatura del Polo "Baia di Napoli" – Regione Campania).</i>
<b>Fabbisogni e motivazioni di viaggio</b>	La scoperta dei fasti, delle tradizioni e della cultura delle civiltà antiche attraverso la visita dei luoghi e delle strutture in cui se ne conservano le vestigia.
<b>Profilo psicografico degli utenti</b>	Adulti con o senza bambini, anche in gruppi organizzati, anziani e/o soggetti diversamente abili prevalentemente in gruppi organizzati, scolaresche, gruppi di studiosi e ricercatori.  Utenza di estrazione culturale medio-alta, sensibile ai temi della storia e delle culture antiche, riconducibile sia al bacino nazionale che internazionale, anche di lungo raggio.
<b>Orientamento al mercato</b>	Massima espressione del turismo culturale, questa particolare tipologia di offerta riesce anche a rivolgersi efficacemente al segmento del turismo scolastico e di quello sociale accessibile.
<b>Stagionalità</b>	MEDIA – Il prodotto turistico di cui la Rete è espressione si caratterizza per una fruizione estesa lungo tutto l'arco dell'anno, con una concentrazione più significativa nella stagione primaverile ed estiva.

#### **4. Rete interregionale dei Castelli**

<b>Descrizione</b>	<i>Rete tematica legata all'itinerario e ad eventi interregionali in rete, nei castelli. È un percorso che copre tutte le regioni, verificando quelli che ricadono nei poli prescenti e quelli comunque rappresentazione di eccellenze come Castel del Monte, con una particolare attenzione ai baluardi storico-simbolici a difesa delle coste. (Estratto tratto dal formulario di candidatura del Polo "Baia di Napoli" – Regione Campania)</i>
<b>Fabbisogni e motivazioni di viaggio</b>	<p>La scoperta di luoghi ameni lontani dai grandi flussi turistici, dove immergersi nella piacevolezza del paesaggio e nel fascino di luoghi storici di cui i castelli sono primaria testimonianza.</p> <p>Una vacanza all'insegna del relax, della salubrità dell'ambiente, durante la quale praticare, in forma amatoriale, attività sportive, immergersi nella cultura e nelle tradizioni dei luoghi e delle popolazioni locali, apprezzandone anche le eventuali eccellenze eno-gastronomiche.</p>
<b>Profilo psicografico degli utenti</b>	<p>Adulti con o senza figli anche organizzati in piccoli gruppi, solitamente autogestiti.</p> <p>Bacino di utenza prevalentemente a corto / medio raggio, riconducibile al segmento nazionale ed a quello internazionale europeo.</p>
<b>Orientamento al mercato</b>	<p>Il prodotto turistico di cui la Rete vuol essere espressione si rivolge prioritariamente a segmenti turistici c.d. <i>open-air</i> riconducibili al ciclo-turismo, al turismo culturale con particolare riferimento a quello delle destinazioni minori e dell'urbs-turismo.</p> <p>L'offerta si rivolge efficacemente anche al segmento del turismo scolastico.</p>
<b>Stagionalità</b>	<p>MEDIA – Il prodotto turistico di cui la Rete è espressione si caratterizza per una fruizione estesa lungo tutto l'arco dell'anno, con una concentrazione più significativa nella stagione primaverile ed estiva.</p>

#### **5. Rete interregionale dell'archeologia industriale**

<b>Descrizione</b> <i>(elaborazione a cura del GdL)</i>	<p>La Rete è espressione di un offerta culturale che raccoglie al suo interno le principali testimonianze dei luoghi e dei processi produttivi dell'epoca preindustriale e proto industriale compresa tra la seconda metà del '700 sino ad arrivare ai giorni nostri, attraverso la visita di importanti opifici dismessi (es. fabbriche, miniere, grandi impianti conciari e/o tessili, altro assimilabile).</p> <p>La Rete intende porsi quale occasione offerta al visitatore per rivivere momenti della quotidianità della vita operaia di epoche passate, attraverso ricostruzioni storiche finalizzate a consentire un'esperienza diretta da parte del visitatore.</p>
<b>Fabbisogni e motivazioni di viaggio</b>	<p>Vivere un'esperienza memorabile attraverso la rievocazione di epoche storiche e civiltà passate, rivivendone – attraverso opportune modalità di ricostruzione della realtà – momenti della quotidianità e/o della vita lavorativa.</p> <p>Soggiorni brevi, se non mere escursioni abbinati ad altre forme di fruizione riconducibili a tipologie di offerta turistica differenti.</p>
<b>Profilo psicografico degli utenti</b>	<p>Adulti con o senza bambini, escursionisti di prossimità sensibili ai temi della storia e delle civiltà di altri tempi, riconducibili a bacini di utenza prevalentemente di corto / medio raggio.</p>
<b>Orientamento al mercato</b>	<p>L'offerta turistica di cui la Rete vuol essere espressione si rivolge ad un segmento di utenza di ridotte dimensioni, riconducibile prevalentemente al segmento del turismo culturale e di quello scolastico.</p>
<b>Stagionalità</b>	<p>BASSA – L'offerta turistica di cui la Rete è espressione si caratterizza per una fruizione possibile lungo tutto l'arco dell'anno, essa tuttavia essendo collegata in modo significativo ad attività escursionistiche risente della stagionalità dell'offerta principale da cui derivano gli stessi flussi.</p>

## 6. Rete interregionale ambientale

<b>Descrizione</b> <i>(elaborazione a cura del GdL)</i>	<p>La Rete è espressione di un prodotto turistico risultante dall'integrazione a scala interregionale dei principali attrattori naturalistici presenti all'interno delle Regioni del Mezzogiorno.</p> <p>Essa comprende al suo interno parchi nazionali e regionali, aree naturali protette e ogni espressione autentica del connubio sostenibile tra uomo e natura.</p>
<b>Fabbisogni e motivazioni di viaggio</b>	<p>Il soggiorno all'interno di aree naturalistiche di pregio, non compromesse da usi incongrui di derivazione antropica, al cui interno praticare attività sportive (a differente livello di difficoltà) a diretto contatto con la natura, con le suggestioni e le tradizioni dei luoghi e delle popolazioni che su di essi insistono.</p>
<b>Profilo psicografico degli utenti</b>	<p>Famiglie con e senza figli, sportivi (più o meno estremi), gruppi di anziani o di soggetti diversamente abili, gruppi di studenti appartenenti a bacini d'utenza nazionali ed internazionali.</p> <p>Il modello di consumo turistico è più incline a preferire strutture di media qualità, purché immerse nel verde in contesti paesaggistici di elevato pregio naturalistico, al cui interno soggiornare per brevi periodi anche ripetuti nell'arco di uno stesso anno.</p>
<b>Orientamento al mercato</b>	<p>In funzione della tipologie di attività svolte dall'utenza di riferimento, il prodotto di cui la rete è espressione si posiziona sui seguenti mercati turistici principali: Sport / Avventura, cicloturismo, turismo montano, eco-turismo, benessere, diportismo.</p> <p>L'offerta risulta altresì coerente con le motivazioni di viaggio dei seguenti segmenti ulteriori: turismo accessibile e turismo scolastico (es. progetti "scuola / natura")</p>
<b>Stagionalità</b>	<p>BASSA – Il prodotto turistico di cui la rete è espressione si presta ad una fruizione ampiamente destagionalizzata, ciò anche in considerazione del fatto che il cambiare delle stagioni consente di fruire di aspetti e connotazioni paesaggistiche ed ambientistiche differenti, tali da incentivare brevi soggiorni ripetuti anche all'interno delle stesse destinazioni.</p>

## 7. Rete interregionale delle Baie e dei Golfi del Mediterraneo

<b>Descrizione</b>	<p><i>La suggestione e la centralità della rete è il "Mediterraneo", il mare non solo come risorsa balneare o commerciale, ma innanzitutto culturale come lo è stato nella storia: il luogo dove nasce la nostra civiltà, il più intenso e ricco patrimonio della storia dell'umanità, il luogo del nostro futuro.</i></p> <p><i>La strategia sottesa alla costruzione della Rete ha ad oggetto la valorizzazione dell'inesestimabile patrimonio culturale e naturale che si affaccia sul Mediterraneo, proponendo un nuovo modello di visita, integrato, ricco di attrattività: una nuova forma di fruizione in rete dei siti culturali e naturali, da realizzarsi prevalentemente attraverso il mare con i suoi storici (approdi di Ulisse) e/o nuovi approdi, accessibilità diretta delle principali mete archeologiche, storiche e naturalistiche via mare e, partendo da lì, attraverso affascinanti itinerari.</i></p> <p><i>Battelli e barche viaggeranno sotto costa e accompagneranno il turista/viaggiatore – intercettando, i flussi da terra, da mare e il flusso crocieristico (con stop over) – nei siti e luoghi della cultura lungo le tappe degli "Approdi della storia" attraverso un itinerario integrato. Quando l'accesso al sito o al monumento non sarà immediato, la meta o le mete, si potranno raggiungere utilizzando apposite navette su gomma che completeranno il percorso del circuito turistico – culturale della parte di territorio di riferimento. (Estratto dal formulario di candidatura del Polo "Baia di Napoli" – Regione Campania)</i></p>
--------------------	---

<b>Fabbisogni e motivazioni di viaggio</b>	<p>L'utilizzo delle vie del mare quale principale modalità di viaggio e di accesso al patrimonio culturale, naturale e turistico delle differenti destinazioni raggiunte.</p> <p>Da tale motivazione prevalente di viaggio discendono fabbisogni specifici legati alla disponibilità di approdi attrezzati per lo stazionamento dei natanti, nonché servizi a terra in grado di corrispondere alle esigenze tipiche del diportismo (es. cambusa, acqua potabile, energia elettrica, servizio informazioni, stazioni meteo, altre assimilabili).</p> <p>La concentrazione di importanti elementi di attrazione culturali e naturali in prossimità degli approdi nautici, stanti le condizioni di cui sopra, costituisce motivo di preferenza delle destinazioni di viaggio.</p>
<b>Profilo psicografico degli utenti</b>	Adulti con o senza bambini, piccoli gruppi autogestiti, proprietari di natanti ovvero intenzionati a noleggiarne uno attraverso il ricorso a servizi di charter nautico.
<b>Orientamento al mercato</b>	La rete si rivolge ad un'utenza amante del mare, che utilizzi natanti di proprietà ovvero in locazione (charter) quale modalità e motivazione principale di viaggio. Essa pertanto si posiziona in modo prevalente sul segmento del turismo nautico.
<b>Stagionalità</b>	ALTA – Questa particolare tipologia di offerta risente delle condizioni meteo-marine, essa pertanto assume quale principale periodo di fruizione la stagione primaverile / estiva.

## **8. Rete interregionale dei gusti e dei sapori**

<b>Descrizione</b> <i>(elaborazione a cura del GdL)</i>	<p><i>La Rete si basa sulla valorizzazione e sulla ipotesi di un'offerta integrata del patrimonio eno-gastronomico delle regioni. L'obiettivo è valorizzare, attraverso una funzione integrata, i patrimoni eno-gastronomici e delle produzioni tipiche insieme con i beni culturali e naturalistici, che possono rappresentare anche i "luoghi vetrina" e dei percorsi del gusto, sia in relazione alla domanda turistica, sia alla potenzialità data al miglioramento dell'offerta. (Stralcio formulario di candidatura Polo "Baia di Napoli" – Regione Campania)</i></p> <p>La Rete ha ad oggetto un sistema di offerta turistico basato sull'integrazione delle diverse espressioni della cultura eno-gastronomica delle Regioni del Mezzogiorno, attraverso la combinazione di località di indubbio pregio paesaggistico, su cui insistono servizi di ricettività e di accoglienza accomunati da standard di qualità omogenei, finalizzati ad avvicinare il visitatore alla cultura ed alle tradizioni dei luoghi di produzione.</p>
<b>Fabbisogni e motivazioni di viaggio</b>	Conoscere, scoprire e vivere esperienze memorabili a contatto con le tradizioni e la cultura dei luoghi di produzione di eccellenze agro-gastronomiche (c.d. Turismo esperienziale).
<b>Profilo psicografico degli utenti</b>	Adulti con o senza bambini, di estrazione culturale mediamente alta, organizzati in gruppi o individualmente inclini a soggiorni ripetuti (short-break) alla scoperta di nuovi modi di fare vacanza
<b>Orientamento al mercato</b>	La rete si rivolge a segmenti di mercato differenziati che vanno dal culturale al naturalistico, con una connotazione di fascia medio-alta. Rientrano in queste categorie anche segmenti indirettamente interessati da questa tipologia di offerta, come ad esempio quelli riconducibili al turismo rurale, al cicloturismo, al turismo accessibile, al charme & benessere, all'eco-turismo, al turismo equestre ed all'urbis-turismo.
<b>Stagionalità</b>	BASSA – Questa particolare tipologia di offerta si contraddistingue per una fruizione estesa lungo tutte le stagioni dell'anno, ciò anche in considerazione del fatto che ciascuna stagione è in grado di esprimere aspetti differenti della stessa offerta. Per tali ragioni, essa si presta a modelli di consumo turistico caratterizzati da brevi soggiorni ripetuti (short-break) durante l'arco dell'anno.

## 9. Rete interregionale del Barocco

<b>Descrizione</b> <i>(elaborazione a cura del GdL)</i>	La Rete intende mettere a sistema l'offerta storica, culturale ed architettonica dei principali centri e località su cui insistono emergenze artistiche e culturali riconducibili al Barocco.
<b>Fabbisogni e motivazioni di viaggio</b>	Conoscere e scoprire i fasti dell'epoca seicentesca e le relative espressioni artistiche ed architettoniche più elevate presenti nel Mezzogiorno d'Italia
<b>Profilo psicografico degli utenti</b>	Adulti con o senza bambini, di estrazione culturale mediamente alta, organizzati in gruppi o individualmente
<b>Orientamento al mercato</b>	La rete si rivolge a segmenti di mercato turistico culturale caratterizzati da un'utenza particolarmente colta, indistintamente riconducibili al bacino nazionale ed internazionale.
<b>Stagionalità</b>	BASSA

## 10. Rete interregionale delle eccellenze

<b>Descrizione</b>	<i>La Rete delle eccellenze riunisce ed organizza al suo interno le eccellenze storico, artistiche, preistoriche, greche, romane, rinascimentali, naturalistiche e paesaggistiche, anche – ma non solo – con riferimento ai siti UNESCO. Questa rete, che consente di progettare, realizzare e gestire in modo unitario e integrato gli attrattori principali (più di qualità, più frequentati, più conosciuti specialmente all'estero), rappresenta già un'offerta uniforme da ottimizzare per una "immediata" proposta (che comprende come "derivata" anche i siti UNESCO) sul mercato internazionale. (Stralcio formulario Regione Puglia)</i>
<b>Fabbisogni e motivazioni di viaggio</b>	Scoprire il meglio dell'offerta culturale, naturale e paesaggistica delle Regioni del Mezzogiorno.
<b>Profilo psicografico degli utenti</b>	Indistinto ed indifferenziato, riconducibile in prevalenza al bacino d'utenza internazionale (europeo ed extra-europeo)
<b>Orientamento al mercato</b>	<p>Il driver principale per l'identificazione dei segmenti di mercato cui la Rete si rivolge è la natura stessa dell'attrattore di eccellenza.</p> <p>Laddove questo si configuri come attrattore culturale, la Rete si rivolge ai principali segmenti in cui è possibile scomporre il turismo culturale (es. urbs-turismo, turismo scolastico, etnografico) ricomprendendo anche quei segmenti direttamente influenzati dalla presenza di elementi di attrazione di particolare pregio (es. congressuale e accessibile).</p> <p>Analogamente, laddove questo si configuri come attrattore naturale, la Rete si rivolge ai segmenti in cui il mercato del turismo naturalistico può scomporsi (es. sport/avventura, cicloturismo, turismo montano, eco-turismo, diportismo, altri)</p>
<b>Stagionalità</b>	BASSA - Trattandosi di un'offerta rivolta anche al mercato internazionale, essa si presta ad una fruizione ampia e distribuita lungo tutto l'arco dell'anno.

## **11. Rete interregionale della *slow mobility***

<b>Descrizione</b> <i>(elaborazione a cura del GdL)</i>	La rete identifica nelle modalità di viaggio “lente ed eco-sostenibili” l’oggetto principale della propria offerta, ricomprendendo al suo interno attrattori culturali, naturali e paesaggistici fruibili ricorrendo a modalità di trasporto ed itinerari alternativi (fisicamente separati dalla rete stradale ordinaria dedicati esclusivamente a utenti non motorizzati), assimilabili al concetto di <i>green-ways</i> ovvero percorsi piacevoli in particolare da un punto di vista paesaggistico-ambientale fruiti attraverso l’utilizzo di mezzi e modalità sostenibili come ad esempio la bicicletta, passeggiate a piedi, i trenini verdi ed il cavallo.
<b>Fabbisogni e motivazioni di viaggio</b>	La scoperta di nuove destinazioni lontane dai grandi flussi turistici attraverso modalità di fruizione sostenibili, prevalentemente <i>open-air</i> tali da corrispondere ad esigenze di relax e di contatto con la natura, le tradizioni, la cultura e l’identità delle popolazioni residenti.
<b>Profilo psicografico degli utenti</b>	Famiglie con o senza bambini, anziani, gruppi appartenenti sia al segmento nazionale, che internazionale con particolare riferimento a quello nord-europeo.
<b>Orientamento al mercato</b>	L’offerta di cui la rete è espressione si rivolge in particolare ai seguenti segmenti della domanda: turismo accessibile, ciclo-turismo, eco-turismo, turismo etnografico, turismo culturale.
<b>Stagionalità</b>	MEDIA – Trattandosi di una fruizione prevalentemente <i>open-air</i> questa particolare tipologia di offerta si concentra normalmente nei periodi di buona stagione (aprile / settembre)

## **12. Rete interregionale dei Siti UNESCO**

<b>Descrizione</b>	La rete si configura come un sistema di offerta turistica interregionale al cui interno risultano integrate destinazioni (Poli) al cui interno ricadono uno o più beni del patrimonio dell’umanità (WHL – UNESCO). L’integrazione di tali elementi di offerta può assumere le seguenti configurazioni di prodotto turistico: <ul style="list-style-type: none"><li>- quella di <i>itinerario</i>, nel qual caso il prodotto turistico coincide con un modello di una vacanza prevalentemente culturale caratterizzata da un programma di viaggio scandito da differenti tappe (destinazioni) ciascuna delle quali sito UNESCO;</li><li>- quella di un <i>bouquet di offerta</i>, caratterizzato dalla presenza di destinazioni di eccellenza caratterizzate dalla presenza di standard omogenei di qualità dei servizi per la fruizione del patrimonio e per l’accoglienza dei visitatori.</li></ul>
<b>Fabbisogni e motivazioni di viaggio</b>	La scoperta di luoghi ed attrattori culturali / naturalistici unici nel loro genere, che proprio per la loro importanza ed unicità si configurino come destinazioni da visitare almeno una volta nella vita.
<b>Profilo psicografico degli utenti</b>	Famiglie con o senza bambini, anziani, gruppi (anche di diversamente abili) appartenenti prevalentemente al bacino d’utenza europeo ed extra-europeo.
<b>Orientamento al mercato</b>	Il driver principale per l’identificazione dei segmenti di mercato cui la Rete si rivolge è la natura stessa dell’attrattore UNESCO. Laddove questo si configuri come attrattore culturale, la Rete si rivolge ai principali segmenti in cui è possibile scomporre il turismo culturale (es. urbs-turismo, turismo scolastico, etnografico) ricomprendendo anche quei segmenti direttamente influenzati dalla presenza di elementi di attrazione di particolare pregio (es. congressuale e accessibile). Analogamente, laddove questo si configuri come attrattore naturale, la Rete si rivolge ai segmenti in cui il mercato del turismo naturalistico può scomporsi (es. sport/avventura, cicloturismo, turismo montano, eco-turismo, diportismo, altri)
<b>Stagionalità</b>	BASSA - Trattandosi di un offerta rivolta anche al mercato internazionale, essa si presta ad una fruizione ampia e distribuita lungo tutto l’arco dell’anno.

#### 4.4 Classificazione delle Reti

Allo scopo di inquadrare l'offerta turistica rappresentata dalle reti interregionali proposte dalle regioni nell'ambito dei mercati turistici di relativo posizionamento, il gruppo di lavoro ha provveduto a valutare l'attitudine di ciascuna rete di offerta a configurarsi quale motivazione di viaggio principale e/o di preferenza per il segmento di utenza ricompreso nel mercato turistico esaminato, così come identificato e illustrato nel documento "Linee Guida".

L'attività di valutazione si è avvalsa dei seguenti parametri di classificazione:

Rating	Descrizione
3	Motivazione di viaggio FORTE <i>L'offerta turistica oggetto della Rete interregionale costituisce una vera e propria invariante in termini motivazione di viaggio nell'ambito del mercato turistico esaminato.</i>
2	Motivazione di viaggio SIGNIFICATIVA <i>L'offerta turistica oggetto della Rete interregionale costituisce una motivazione di viaggio importante ma non fondamentale per il mercato turistico esaminato.</i>
1	Motivazione di viaggio DEBOLE <i>L'offerta turistica oggetto della Rete interregionale costituisce una motivazione di viaggio di rilevanza secondaria per il mercato turistico esaminato.</i>
0	Motivazione di viaggio INDIFFERENTE <i>L'offerta turistica oggetto della Rete interregionale costituisce una motivazione di viaggio indifferente per il mercato turistico esaminato.</i>

##### 4.4.1 Risultati

La tabella che segue riporta gli esiti delle attività di valutazione espletate nella presente fase del processo di selezione.

Prescindendo da una valutazione di merito (per la quale si rimanda alla successiva attività di verifica), si osservi come il quadro complessivo che emerge dall'incrocio di ogni singola Rete con i principali mercati turistici esaminati evidenzia che l'offerta turistica delle Reti proposte costituisce una motivazione di viaggio:

- *forte*, nel 12% dei casi
- *significativa*, nel 34% dei casi
- *debole*, nel 23% dei casi
- *indifferente*, nel 31% dei casi

In generale, quindi, si può riscontrare come le Reti non si caratterizzano sempre per un chiaro ed ampio orientamento al mercato. Infatti, solo 7 delle 12 Reti proposte intercettano pienamente almeno un mercato di riferimento.

Si osservi, altresì, come la lettura orizzontale delle valutazioni attribuite in corrispondenza di ciascuna rete è utile alla definizione della sua caratterizzazione prevalente; definisce, altresì,

implicitamente il profilo e le caratteristiche dei poli potenzialmente candidabili quali destinazioni coerenti della stessa rete. Per tale motivo, il profilo sarà utilizzato nelle fasi successive di istruttoria allo scopo di identificare i possibili poli da inserire all'interno delle proposte di rete risultanti dalla verifica di coerenza.

**Tabella 3 – Classificazione delle Reti**

RETI INTERREGIONALI DI OFFERTA	Offerta culturale						Offerta naturalistica						
	storico-artistico-culturale	eno-gastronomica	congressuale	storico-religiosa	sociale/accessibile	turismo scolastico	sportiva/apestre/avventura	eco-ambientale	termalismo, charme/benessere	diportismo	congressuale	sociale/accessibile	turismo scolastico
1. Rete interregionale delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici	2	2	0	2	2	2	2	2	1	1	0	2	2
2. Rete interregionale dei percorsi e degli eventi religiosi	1	1	2	3	3	1	0	0	0	0	2	0	0
3. Rete interregionale archeologica	3	2	1	0	2	2	0	0	0	1	0	0	0
4. Rete interregionale dei castelli	2	2	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	2
5. Rete interregionale dell'archeologia industriale	1	1	1	0	0	2	0	0	1	0	0	0	2
6. Rete interregionale ambientale	2	2	0	0	2	2	3	3	2	2	2	3	3
7. Rete interregionale delle Baie e dei Golfi del Mediterraneo	2	2	1	0	0	0	3	3	2	3	1	2	2
8. Rete interregionale dei gusti e dei sapori	2	1	1	0	0	0	2	2	1	2	1	0	0
9. Rete interregionale del Barocco	2	2	1	1	2	3	1	0	1	1	0	0	0
10. Rete interregionale delle eccellenze	3	1	3	0	2	3	1	3	2	2	1	2	3
11. Rete interregionale della <i>slow mobility</i>	2	2	0	2	2	0	1	2	1	1	1	2	2
12. Rete interregionale di offerta dei siti UNESCO	3	0	2	0	2	3	0	0	0	1	0	2	3

  

Legenda	
Motivazione di viaggio FORTE	3
Motivazione di viaggio SIGNIFICATIVA	2
Motivazione di viaggio DEBOLE	1
Motivazione di viaggio INDIFFERENTE	0

## 4.5 Verifica della coerenza

In quest'ambito, l'attività di istruttoria ha valutato la coerenza delle Reti risultanti dalle attività di verifica precedenti, con i principi generali assunti a riferimento per l'individuazione e la selezione delle Reti interregionali di offerta, così come illustrati nel documento *Linee guida*.

In particolare, le attività di verifica si sono concentrate sull'accertamento – per ciascuna Rete interregionale di offerta esaminata – della relativa capacità di assurgere alla dimensione di autonomo *prodotto turistico*, valutandone pertanto la complementarità degli elementi di attrazione di cui si sostanzia l'offerta turistica di cui la rete è espressione, la capacità di quest'ultima di corrispondere alle principali motivazioni di viaggio che caratterizzano i mercati cui la stessa offerta intende rivolgersi e conseguentemente la comunicabilità della stessa rete sui mercati internazionali.

### 4.5.1 Risultati

I risultati delle attività di verifica oggetto della presente fase del processo di selezione delineano un quadro eterogeneo caratterizzato da una non sempre adeguata focalizzazione delle reti proposte su logiche di mercato.

Prevale una formulazione delle proposte spesso generica da cui non sempre è agevole desumere uno specifico orientamento a target specifici della domanda turistica.

Tale aspetto, se per un verso costituisce un apparente vantaggio in termini di capacità delle reti proposte di rivolgersi e intercettare contemporaneamente differenti tipologie di utenti, per l'altro costituisce una criticità significativa, ciò in quanto tale genericità non contribuisce ad un'agevole riconoscibilità sui mercati internazionali degli stessi prodotti turistici e delle destinazioni che ne fanno parte, impedendo così di attuare efficaci politiche di promozione e sostegno alla relativa commercializzazione.

Di seguito si riporta, per ciascuna delle Reti risultanti dalle fasi precedenti, una scheda recante l'illustrazione degli esiti dell'attività di verifica della coerenza, unitamente ad eventuali raccomandazioni e/o suggerimenti cui attenersi all'occorrenza di un eventuale reindirizzo delle stesse proposte.

Si osservi come la colorazione della testata delle schede evidenzia gli esiti del processo di verifica secondo la seguente simbologia:

	Non coerente
	Da reindirizzare
	Coerente

**Composizione:**

La rete è proposta da 3 Regioni CONV e 4 Regioni CRO e comprende 18 Poli (12 candidati alle azioni del Programma PAIn e 6 candidati alle azioni del Programma POIn).

**Coerenza:****- “Prodotto turistico”**

La Rete esprime un’offerta turistica ampia e diversificata, rivolta ad un’utenza differenziata. Non del tutto chiaro, allo stato attuale, è il rapporto di complementarità che dovrebbe unire gli elementi di attrazione culturale, naturale e turistica integrati all’interno della Rete, nell’ottica di un’efficace proposizione della stessa come prodotto turistico. Tale criticità potrà essere superata nelle successive fasi del processo di selezione, allorquando saranno evidenti i Poli interessati dalla stessa Rete.

Alla luce di quanto sopra, si ritiene che la rete esaminata possa più propriamente configurarsi come “cluster” di prodotti turistici a dimensione interregionale.

**- “Orientamento al mercato”**

L’attuale orientamento al mercato della Rete risente dell’indeterminatezza degli asset materiali e immateriali che concorrono alla formazione dell’offerta turistica di cui la stessa vuol essere espressione.

Ciononostante, essa intercetta un rilevante e valido bacino di utenza, rinvenibile in differenti segmenti della domanda turistica interessati a conoscere destinazioni diverse dall’ordinario, lontane dai grandi flussi turistici [es. “turismo etnico” (oriundi, comunità all’estero, gemellaggi), urbs-turismo, turismo naturalistico, turismo rurale ed enogastronomico].

Il prodotto/cluster può essere orientato prevalentemente alla domanda di turismo eco-ambientale, montano, rurale ed enogastronomico, oltre che culturale e sociale/accessibile; ma presenta anche importanti potenzialità legate allo sviluppo del diportismo, nei territori costieri che sono opportunamente collegati con gli attrattori culturali e naturalistico/paesaggistici dell’entroterra.

**- “Comunicabilità”**

Opportunamente ricondotto ad un cluster di prodotti turistici, meglio identificati e riconoscibili sul piano internazionale, la rete può avere buone opportunità di promozione sui mercati di riferimento.

**Esiti e proposte:**

Alla luce delle considerazioni sopra riportate, si suggerisce una parziale rimodulazione dell’offerta, in modo da rafforzarne la focalizzazione e l’orientamento ai mercati di riferimento.

Su queste basi può essere valutata anche l’opportunità di integrare nella rete ulteriori Poli candidati nell’ambito del POIn / PAIn.

**Composizione:**

La rete è proposta solo in via subordinata (come rete "secondaria") da 2 Regioni CONV (Campania e Puglia) e da 1 Regione CRO (Abruzzo) e comprende 9 Poli (6 candidati alle azioni del Programma PAIn e 3 candidati alle azioni del Programma POIn).

**Coerenza:****- "Prodotto turistico"**

La rete viene presentata in forma non pienamente efficace, come generico contenitore di eventi non meglio precisati (con l'eccezione, comunque molto relativa delle "spoglie di Padre Pio") e di luoghi che risultano disomogenei, non valorizzati su scala interregionale e non riconducibili ad una prospettiva di coerente prodotto turistico.

Tuttavia si ritiene che, adeguatamente valorizzata ed integrata sul piano fisico e tematico in chiave di prodotto e/o di cluster turistico, la rete possa costituire un fattore di grande attrattività ed intercettare la vasta domanda esistente sul mercato internazionale, potendo avvalersi dell'indubbio richiamo di alcuni attrattori fra i più noti a livello mondiale e del ruolo di volano costituito dalla rete di grandi eventi religiosi normalmente disponibili nel nostro Paese (canonizzazioni, beatificazioni, celebrazioni e ricorrenze di richiamo internazionale etc.).

**- "Orientamento al mercato"**

Allo stato attuale, la proposta della rete intercetta in modo debole e statico l'utenza riconducibile al turismo degli oriundi, legato alle tradizioni religiose e agli eventi della pietà popolare, peraltro su base individuale e in chiave nettamente regionalistica.

Deve pertanto essere sviluppato l'orientamento al mercato in chiave di prodotto e/o di cluster collocato su scala interregionale, riconoscibile a livello internazionale, fruibile su base individuale e collettiva.

Oltre che sul target del turismo religioso il prodotto/cluster dovrà essere attentamente focalizzato anche sulla domanda di turismo storico-artistico-archeologico, scolastico e congressuale, tenendo conto inoltre di una naturale contiguità con il turismo eco-ambientale e sociale/accessibile.

**- "Comunicabilità"**

Allo stato attuale, la rete candidata manifesta limiti di promovibilità come prodotto autonomo e autosufficiente sul mercato internazionale.

**Esiti e proposte:**

Pur con le criticità sopra riportate, la Rete proposta presenta profili di elevata significatività sul piano della relativa capacità di assurgere ad una dimensione di prodotto turistico internazionale.

Stante il ridotto numero di Regioni e di destinazioni coinvolte, si consiglia di valutare l'opportunità di collocare la rete nell'ambito del Programma PAIn, laddove è possibile l'integrazione con ulteriori elementi di attrazione coerenti con il tema oggetto di valorizzazione.

A tale proposito, si suggerisce anzitutto una integrazione ed una rimodulazione dell'offerta, con maggiore attenzione a caratterizzare e collegare i Poli candidati nella prospettiva del prodotto e/o cluster e della domanda di mercato internazionale (vedi Appendice 1).

**Composizione:**

La rete è proposta dalle 4 Regioni CONV e da 1 Regione CRO (Abruzzo) e comprende 12 Poli (8 candidati alle azioni del Programma POIn e 4 candidati alle azioni del Programma PAIn).

**Coerenza:****- “Prodotto turistico”**

La proposta raggruppa al suo interno una variegata offerta di siti archeologici tra di loro eterogenei (dai siti preistorici e indigeni compresi nei Poli candidati da Abruzzo, Calabria e Sicilia alle civiltà classiche della Magna Grecia e di Roma antica).

Essa si configura meglio, pertanto, come “cluster” di prodotti turistici diversificati.

All’interno della Rete presenta sicuramente maggiore riconoscibilità, attrattività ed autonomia di prodotto l’“itinerario della Magna Grecia e della civiltà romana”, potendo avvalersi di assolute eccellenze riconosciute a livello internazionale (4 i relativi siti del WHL UNESCO ricompresi nella rete).

**“Orientamento al mercato”**

L’offerta della rete intercetta in modo ampio ed efficace non solo la specifica domanda del mercato internazionale riconducibile al turismo storico-artistico-archeologico-museale, ma è in grado di rivolgersi con pari efficacia anche al segmento del turismo scolastico, al più vasto repertorio della domanda culturale (dall’urbs-turismo al congressuale) e perfino della domanda naturalistico-paesaggistica, poiché si avvale del prestigio e dell’effetto volano rappresentato dalle eccellenze di cui sopra, ma anche perché si contestualizza in territori dai molteplici ed elevati contenuti turistici.

**- “Comunicabilità”**

La visibilità internazionale del prodotto è particolarmente elevata. Essa può pertanto influenzare positivamente l’intero sistema interregionale di offerta del Mezzogiorno, attraverso la proposta di combinazioni innovative di scoperta del suo patrimonio.

La sua promovibilità ha ancora, comunque, ampi margini di miglioramento soprattutto nell’ambito del turismo incentive/congressuale e sociale/accessibile (che risulta particolarmente carente nell’offerta e in continua crescita nella domanda).

**Esiti e proposte:**

Alla luce delle considerazioni sopra riportate, si suggerisce di articolare adeguatamente e rendere meglio riconoscibile l’ampia offerta della Rete interregionale, rappresentabile con il richiamo al tema storico-culturale del *Grand Tour*. In particolare, merita adeguata focalizzazione il tema della Magna Grecia e della civiltà romana, che risulta dominante fra i Poli candidati e che è dotato di fortissima riconoscibilità ed attrattività sui mercati turistici internazionali.

**Composizione:**

La rete è proposta solo in via subordinata (come rete “secondaria”) da 3 Regioni CONV e da 1 Regione CRO (Abruzzo) e comprende 11 Poli (7 candidati alle azioni del Programma POIn e 4 candidati alle azioni del Programma PAIn).

**Coerenza:****- “Prodotto turistico”**

La proposta si presenta come generica e troppo disomogenea, priva di una convincente e autonoma forma di integrazione tra gli elementi di attrazione di cui si dovrebbe comporre l’offerta turistica che si intende rappresentare.

Si ritiene pertanto che non abbia sufficienti caratteristiche di riconoscibilità, attrattività ed autonomia di prodotto sul mercato internazionale.

**- “Orientamento al mercato”**

L’offerta appare orientata ad un mercato accessorio e di carattere prevalentemente escursionistico. Tecnicamente essa si configura come sotto-prodotto nell’ambito di altre reti principali.

Mancano le necessarie condizioni di integrazione tematica, fisica o funzionale capaci di innescare in forma autosufficiente la dinamica dell’offerta e della domanda.

**- “Comunicabilità”**

Allo stato attuale, non si riscontrano margini per una autonoma promozione del prodotto sul mercato internazionale.

**Esiti e proposte:**

La rete risulta non coerente con il Programma.

La sua offerta può essere recuperata nell’ambito di una coerente rete di offerta principale come “le identità locali, i paesaggi storici e naturalistici”.

**Composizione:**

La rete è proposta solo in via subordinata (come rete "secondaria") da 2 Regioni CONV (Calabria e Sicilia) e da 1 Regione CRO (Abruzzo) e comprende 8 Poli (4 candidati alle azioni del Programma PAIn e 4 candidati alle azioni del Programma POIn).

**Coerenza:****- "Prodotto turistico"**

La rete si basa sull'integrazione tematica di alcuni attrattori (siti di archeologia industriale) localizzati all'interno dei Poli candidati che, sia pure interessanti per delineare l'identità di un territorio, risultano deboli e disomogenei, non valorizzati su scala interregionale e privi di una convincente e autonoma visibilità e riconoscibilità a livello internazionale.

Si ritiene pertanto che la rete non abbia sufficienti caratteristiche di riconoscibilità, attrattività ed autonomia di prodotto sul mercato internazionale.

**- "Orientamento al mercato"**

L'offerta appare orientata ad un mercato accessorio e di carattere escursionistico. Tecnicamente essa si configura come sotto-prodotto nell'ambito di altre reti di offerta principali.

Mancano le necessarie condizioni di integrazione tematica, fisica o funzionale capaci di innescare in forma autosufficiente la dinamica dell'offerta e della domanda.

**- "Comunicabilità"**

Allo stato attuale, la rete candidata manifesta evidenti limiti di promovibilità come prodotto autonomo e autosufficiente sul mercato internazionale.

**Esiti e proposte:**

La rete risulta non coerente con il Programma.

La sua offerta può essere recuperata nell'ambito di una coerente rete di offerta principale come "le identità locali, i paesaggi storici e naturalistici".

**Composizione:**

La rete è proposta dalle 4 Regioni CONV e da 1 Regione CRO (Abruzzo) e comprende 13 Poli (9 candidati alle azioni del Programma POIn e 4 candidati alle azioni del Programma PAIn).

**Coerenza:****- “Prodotto turistico”**

Pur presentando un'evidente focalizzazione tematica, la rete proposta non riesce ad esprimere in modo chiaro una visione di prodotto turistico orientato verso specifici segmenti della domanda di riferimento.

Ciononostante, essa presenta una sufficiente attrattività ed autonomia di prodotto potendo contare su significativi elementi di attrazione naturalistico-paesaggistici riconosciuti a livello internazionale.

Va considerato, tuttavia, che il contesto infrastrutturale e gli standard dell'offerta sono fortemente disomogenei sui territori interessati.

Anche in questo caso, essendo la rete capace di intercettare segmenti eterogenei del più ampio segmento del turismo naturalistico, essa potrebbe più propriamente configurarsi come “cluster” di prodotti turistici a dimensione interregionale.

**- “Orientamento al mercato”**

L'offerta di cui la rete è espressione intercetta differenti segmenti del turismo naturalistico con specifico riferimento ai seguenti: sport/avventura, ciclo/turismo, termalismo/benessere, diportismo, turismo scolastico e sociale/accessibile.

Alla fragilità strutturale dell'offerta suppliscono in parte il deciso appeal internazionale del turismo naturalistico, che negli anni recenti registra un trend in significativa crescita e la contiguità dei Poli candidati con territori di eccellenza o di alta valenza storico/culturale che fungono, in questo caso, da supporto estrinseco all'offerta.

**- “Comunicabilità”**

La visibilità internazionale della rete può essere migliorata con l'offerta strutturata nella forma di cluster di prodotti turistici definiti ed orientati agli specifici segmenti di riferimento.

La sua promozione può trovare un'occasione particolarmente favorevole nell'ambito del turismo incentive, sport/avventura e sociale/accessibile.

**Esiti e proposte:**

La rete risulta coerente con il Programma, ma deve essere meglio definito il suo riferimento ai segmenti della domanda internazionale.

Si suggerisce una parziale rimodulazione dell'attuale proposta, nella prospettiva di configurare la stessa rete come cluster di prodotti turistici ben definiti e riconoscibili a livello internazionale, capaci di rivolgersi ai differenti segmenti di cui si compone il turismo naturalistico.

L'estrema similitudine dell'offerta turistica espressa dai differenti poli candidati a ruolo di destinazioni della stessa rete, suggerisce di tener in debita considerazione azioni di efficace differenziazione della rispettiva offerta, onde evitare il rischio di competizione tra le medesime destinazioni con la conseguente vanificazione degli effetti positivi indotti dall'azione di relativa valorizzazione all'interno della Rete.

**Composizione:**

La rete è proposta da 2 Regioni CONV (Campania e Puglia) e comprende 4 Poli candidati alle azioni del Programma POIn.

**Coerenza:****- “Prodotto turistico”**

La rete si configura propriamente in un dimensione di autonomo prodotto turistico caratterizzato da un elevato profilo di visibilità e di riconoscibilità sui mercati internazionali. Essa beneficia, altresì, della crescita tendenziale dei flussi turistici riconducibili al segmento del turismo nautico, nonché delle esternalità positive indotte dalla presenza all'interno delle destinazioni selezionate di importanti riferimenti storico/culturali e paesaggistici in grado di rafforzarne la competitività rispetto ad altre possibili destinazioni concorrenti. A ciò, tuttavia, si contrappone un contesto infrastrutturale e di servizio disomogeneo ed in taluni casi non adeguato a corrispondere efficacemente ai fabbisogni della domanda turistica di riferimento.

**- “Orientamento al mercato”**

L'offerta di cui la rete è espressione si rivolge in via prioritaria al segmento del turismo nautico (diportismo), pur intercettando in forma indiretta anche quello del turismo naturalistico e storico/culturale.

Pur rilevando l'esistenza di positivi presupposti per la creazione e la valorizzazione di una simile tipologia di offerta, si ribadisce l'esigenza di provvedere attraverso le azioni del programma ad una significativa qualificazione delle infrastrutture e dei servizi offerti al turista.

**- “Comunicabilità”**

La visibilità internazionale del prodotto è molto buona. Essa può influenzare positivamente di riflesso l'intero sistema interregionale di offerta del Mezzogiorno, attraverso la proposta di combinazioni innovative di scoperta del suo patrimonio.

La sua promovibilità ha ancora, comunque, margini di miglioramento, in particolare nella prospettiva della promozione di itinerari interregionali di fruizione.

**Esiti e proposte:**

La rete risulta coerente con il Programma. Sul fronte della comunicazione, si raccomanda un più evidente richiamo al turismo nautico.

**Composizione:**

La rete è proposta da 2 Regioni CONV (Campania e Puglia) e comprende 6 Poli (4 candidati alle azioni del Programma POIn e 2 candidati alle azioni del Programma PAIn).

**Coerenza:****- “Prodotto turistico”**

L’attuale formulazione dell’offerta turistica di cui la rete vuol essere espressione appare debole e limitata ad una mera sommatoria di luoghi su cui insistono produzioni artigianali e/o agro-alimentari tipiche, che spesso poco o niente hanno di turistico.

Essa risulta, pertanto, lontana dall’assurgere ad una dimensione di prodotto turistico partendo dal presupposto che la presenza sui territori selezionati di produzioni tipiche e/o artigianali, sia di per sé sufficiente a promuovere gli stessi territori quali destinazioni turistiche, prescindendo dalla loro effettiva vocazione ed infrastrutturazione.

Carente è altresì la dimensione dell’integrazione e della complementarità dell’offerta rappresentata.

Allo stato attuale essa si configura meglio come prodotto “complementare”, orientato ad un mercato accessorio e di carattere escursionistico, nell’ambito di una rete di offerta principale.

**- “Orientamento al mercato”**

Alle condizioni di una adeguata infrastrutturazione ed integrazione su scala interregionale, la rete può configurarsi quale prodotto turistico innovativo, se e nella misura in cui riesce a contemperare l’appeal dei luoghi di produzione con le esigenze ed i fabbisogni dei visitatori in termini di servizi di ricettività e di accoglienza.

In questa prospettiva, la rete ha buone possibilità di posizionarsi su segmenti di mercato differenziati che vanno dal culturale al naturalistico, con una connotazione di fascia medio-alta. Possono rientrare in queste categorie anche segmenti indirettamente interessati da questa tipologia di offerta, come ad esempio quelli riconducibili al turismo rurale, al cicloturismo, al turismo accessibile, allo charme & benessere, all’eco-turismo, al turismo equestre ed all’urbs-turismo.

**- “Comunicabilità”**

Alle stesse condizioni, non si esclude la possibilità di una positiva azione di comunicazione e promozione sui mercati internazionali.

**Esiti e proposte:**

Nella sua attuale formulazione, la rete risulta non coerente con il Programma.

La sua offerta può essere recuperata e fortemente valorizzata nell’ambito della rete di offerta principale “Identità locali, i paesaggi storici e naturalistici” e la rete di “offerta ambientale”.

Essa può, altresì, ambire a configurarsi quale prodotto turistico autonomo a condizione di una sua differente proposizione in coerenza con quanto sopra rilevato.

**Composizione:**

La rete è proposta da 2 Regioni CONV (Puglia e Sicilia) e comprende 2 Poli candidati alle azioni del Programma POIn.

**Coerenza:****- “Prodotto turistico”**

L’offerta interregionale, sia pure costituita da poli di eccellenza storico-artistica come il Val di Noto (riconosciuto nel WHL dell’Unesco) e la provincia di Lecce, si configura tuttavia come un prodotto turistico specializzato, che non sembra intercettare in forma “immediata” ed “autosufficiente” la domanda del mercato internazionale (concentrata in prevalenza nell’ambito del turismo culturale / scolastico).

Allo stato attuale esso esprime notevole attrattività come “offerta complementare” nell’ambito di una rete di offerta principale.

**- “Orientamento al mercato”**

La rete intercetta prevalentemente e autonomamente il segmento di mercato costituito dal turismo culturale / scolastico, peraltro suscettibile di forte espansione a condizione di una adeguata valorizzazione e promozione internazionale.

Fuori di questo ambito l’offerta si rivolge ad una fascia di utenza di estrazione culturale medio-alta, soprattutto europea. Essa può intercettare segmenti più ampi di mercato turistico culturale (storico-artistico-museale ed urbs-turismo) soprattutto nell’ambito di una rete di offerta principale.

**- “Comunicabilità”**

Allo stato attuale, all’infuori dell’ambito culturale scolastico e specialistico, l’autonoma promovibilità del prodotto risulta debole.

**Esiti e proposte:**

La rete risulta non pienamente coerente con il Programma.

La sua offerta deve essere valorizzata come elemento di pregio e di complementarietà nell’ambito di una rete di offerta principale, come ad esempio quella dei “Siti Unesco”.

**Composizione:**

La rete è proposta da 3 Regioni CONV (Campania, Puglia e Sicilia) e comprende 5 Poli candidati alle azioni del Programma POIn.

**Coerenza:****- “Prodotto turistico”**

La rete, che per definizione riunisce al suo interno le eccellenze culturali, naturalistiche e paesaggistiche del Mezzogiorno, anche con riferimento ai siti Unesco, presenta paradossalmente caratteristiche di bassa riconoscibilità ed attrattività come prodotto turistico, a causa di un’offerta eterogenea e generalista.

Essa può trovare una più coerente dimensione di prodotto turistico solo nell’omogenea declinazione delle sue diverse componenti di eccellenza. In tal modo, peraltro, essa coinciderebbe con l’offerta già qui rappresentata da alcune Reti interregionali (ad es. “la rete dei siti Unesco” e/o “la rete archeologica della Magna Grecia” e/o la “rete di offerta ambientale”).

**- “Orientamento al mercato”**

L’eccellenza e l’eterogeneità degli attrattori sopra richiamata vorrebbero orientare l’offerta verso un variegato bacino d’utenza internazionale. In realtà, l’orientamento al mercato risulta carente perché indistinto e indifferenziato.

**- “Comunicabilità”**

Per gli stessi motivi sopra esposti si ritiene che il prodotto non sia adeguatamente promovibile sui mercati internazionali.

**Esiti e proposte:**

La rete risulta non coerente con il Programma.

Se ne suggerisce la scomposizione e la convergenza nell’ambito di reti di offerta più omogenee, come “la rete dei siti Unesco”, “la rete archeologica della Magna Grecia”, la “rete di offerta ambientale”.

**Composizione:**

La Rete è proposta da 3 Regioni di cui 2 CONV (Campania e Puglia) ed 1 CRO (la Sardegna) ed interseca 7 Poli di cui 3 nell'ambito delle Regioni CRO.

**Coerenza:****- "Prodotto turistico"**

L'offerta turistica di cui la Rete è espressione identifica nella fruizione del patrimonio culturale e naturale in modalità "lente e sostenibili" il proprio oggetto principale. Essa, coerentemente con quanto già segnalato dalle Regioni, coincide con quella tipologia di offerta turistica che nell'ultimo decennio ha preso forma dietro la definizione di "*Green ways*" (percorsi verdi). Tale offerta rientra nella più ampia categoria dei c.d. turismo *open-air* ovvero di quei segmenti della domanda turistica inclini a riconoscere nel relax e nel contatto con la natura la motivazione prevalente di viaggio e di soggiorno in una destinazione; essa tuttavia si rivolge ad un complesso differenziato di potenziali utenti, ciascuno caratterizzato da esigenze e fabbisogni specifici e non omogenei. Si ritiene pertanto che la rete debba più propriamente configurarsi come un cluster di prodotto al cui interno è possibile identificare differenti sottoprodotti ciascuno rivolto ad un segmento di mercato specifico.

**- "Orientamento al mercato"**

L'eterogeneità dell'offerta di attrattori e delle relative modalità di fruizione sopra richiamata, fa sì che il prodotto turistico di cui la Rete ambisce ad essere espressione possa rivolgersi verso differenti segmenti della domanda nazionale ed internazionale.

Tra i segmenti della domanda maggiormente sensibili a questa particolare tipologia di offerta si rilevano i seguenti: il turismo culturale con particolare riferimento a quello dei centri minori lontani dai grandi flussi di visitatori (es. *urbs-turismo*), quello naturalistico sia nell'accezione dell'eco-turismo, che di quella del ciclo-turismo, ricomprendendovi anche quello rurale ed enogastronomico.

Stante la focalizzazione su di un'offerta all'insegna del relax, il prodotto turistico di cui la Rete vuol essere espressione può efficacemente rivolgersi anche al segmento del turismo sociale ed accessibile, arrivando a coprire anche quello del termalismo e del benessere laddove ne esistano i presupposti e le condizioni di opportuna infrastrutturazione dei servizi di ricettività e di accoglienza.

**- "Comunicabilità"**

Per le ragioni sopra riportate, la riconoscibilità / comunicabilità dell'offerta turistica di cui la rete è espressione risulta debole e sufficientemente efficace.

**Esiti e proposte:**

L'idea di prodotto turistico sottesa al concetto di Rete qui proposto non risulta pienamente coerente con quella adottata dal Programma: essa infatti mostra evidenti difficoltà nel definire una proposizione chiara e riconoscibile della relativa offerta, anche e soprattutto in termini di individuazione della specifica domanda da servire.

La Rete, infatti, identifica nelle modalità di fruizione del patrimonio culturale e naturalistico – le modalità lente ed ecosostenibili – un aggregato indistinto di sotto-prodotti rivolti ad altrettante tipologie di utenza.

Essa, inoltre, mostra evidenti similitudini con l'offerta prospettata all'interno della Rete delle identità locali, dei paesaggi storici e naturalistici, tali da suggerire una convergenza all'interno di quest'ultima.

**Composizione:**

La Rete è proposta da 2 Regioni CONV coincidenti con quelle nei cui territori insistono beni del patrimonio UNESCO ed interseca 3 Poli, pur potendo ricomprendere a pieno titolo anche il Polo della Baia di Napoli – dove insistono il *Centro storico di Napoli* e gli *Scavi di Ercolano, Pompei e Oplonti* – che nel formulario proposto dalla Regione Campania non è oggetto di candidatura all'interno di questa Rete.

**Coerenza:****- “Prodotto turistico”**

L'eterogeneità degli attrattori oggetto di riconoscimento all'interno della WHL UNESCO, che come noto ricomprende al suo interno eccellenze culturali e naturalistiche, assieme alla relativa dislocazione su contesti territoriali non necessariamente contigui e/o collegati rende difficoltosa la creazione di una dimensione turistica assimilabile a quella di itinerario, se non limitatamente ad alcune possibili integrazioni rinvenibili all'interno di aree fisicamente circoscritte (es. la Sicilia raccoglie all'interno del suo territorio ben 5 siti UNESCO la cui vicinanza ne rende possibile un'eventuale circuitazione all'interno di un unico itinerario di viaggio).

Stante quanto sopra, la Rete proposta può trovare una più propria e coerente dimensione di prodotto turistico solo nella prospettiva di rappresentare un bouquet di offerta omogenea, composto da destinazioni accomunate da standard di qualità omogenei dei servizi e delle infrastrutture di accoglienza per i visitatori.

L'unicità degli attrattori oggetto dei siti UNESCO costituisce essa stessa la motivazione prevalente di viaggio per l'utenza turistica potenziale (sia essa nazionale, che internazionale), cui è tuttavia possibile affiancare ulteriori elementi di motivazione atti a giustificare una maggiore permanenza all'interno delle stesse destinazioni.

A tale scopo, è auspicabile che le singole destinazioni oggetto della Rete si strutturino in modo da offrire al visitatore un'offerta diversificata di attività e/o di ulteriori elementi di attrazione fruibili nel corso di uno stesso soggiorno.

**- “Orientamento al mercato”**

L'eterogeneità dell'offerta di attrattori sopra richiamata, fa sì che il prodotto turistico di cui la Rete ambisce ad essere espressione possa rivolgersi verso differenti segmenti della domanda nazionale ed internazionale.

Particolarmente sensibili all'offerta turistica di cui la Rete è espressione, sono i segmenti di mercato riconducibili all'utenza del turismo sociale e accessibile e di quello scolastico, i cui flussi possono contribuire ad una più omogenea distribuzione di quelli complessivi nell'arco dell'anno.

**- “Comunicabilità”**

La visibilità internazionale del prodotto è massima. Essa può pertanto influenzare positivamente l'intero sistema interregionale di offerta del Mezzogiorno, attraverso la proposta di combinazioni innovative di scoperta del suo patrimonio.

La sua promovibilità ha ancora, comunque, ampi margini di miglioramento soprattutto nell'ambito del turismo incentive/congressuale e sociale/accessibile (che risulta particolarmente carente nell'offerta e in continua crescita nella domanda).

**Esiti e proposte:**

La rete risulta coerente con le finalità del Programma

Prescindendo dal perimetro dell'azione del POIn, la Rete proposta potrebbe auspicabilmente prefigurarsi come un unico sistema nazionale di offerta turistica composto da tutte le destinazioni nel cui territorio ricade uno o più siti UNESCO. Tali destinazioni potrebbero massimizzare la loro riconoscibilità e prestigio adottando standard omogenei di qualità dei servizi e delle infrastrutture di accoglienza e di ospitalità rivolte al turista, in modo da configurarsi quali possibili tessere di un mosaico che il visitatore può completare attraverso la loro visita nell'arco della propria vita.

# 5. Le Reti interregionali selezionate e proposte dal CTCA

## 5.1 Quadro di sintesi delle Reti interregionali di offerta selezionate

Il prospetto che segue, tenuto conto delle risultanze delle verifiche e delle valutazioni espletate nelle sezioni precedenti, riporta l'elenco delle Reti interregionali di offerta selezionate dal gruppo di lavoro e proposte all'approvazione del CTCA (righe in verde).

Alle cinque Reti principali selezionate sono ricondotte anche le ulteriori sette Reti interregionali originariamente proposte dalle Regioni (righe in giallo), per le quali – in sede di valutazione della relativa coerenza - è stato suggerito un reindirizzo o una differente configurazione dell'offerta.

Nella tabella sono ricompresi *senza variazioni e a puro titolo indicativo* i Poli candidati dalle Regioni all'interno delle Reti interregionali originariamente presentate (cfr. anche Figura 1/pag. 9 e Figura 2/pag. 11). Nella fase successiva dell'istruttoria, **il CTCA si riserva di espletare una specifica attività di verifica e valutazione in ordine alla selezione dei Poli da inserire e integrare all'interno delle Reti interregionali di offerta qui selezionate e proposte.**

Figura 3 – Quadro di sintesi delle Reti selezionate e proposte dal CTCA

N	Reti interregionali proposte dal CTCA	Abruzzo		Molise		Basilicata		Sardegna		Campania		Puglia		Calabria		Sicilia		Numero Poli interessati	Numero Regioni CNV interessate
		1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2		
1	Viaggio tra le identità culturali, le arti e le tradizioni popolari																	4	2
	<i>Gli itinerari della fede</i>																		
	<i>Le vie del vino e dei sapori</i>																		
	<i>I percorsi storici delle Rocche e dei Castelli</i>																		
	<i>Le grenways del Mezzogiorno</i>																		
	<i>I paesaggi dell'archeologia industriale</i>																		
2	R "Grand Tour": sulle orme delle civiltà antiche del Mediterraneo																	7	4
	<i>Le vie del Barocco</i>																		
3	In vacanza tra parchi e riserve naturali																	9	4
	<i>Le vie del vino e dei sapori</i>																		
	<i>Le grenways del Mezzogiorno</i>																		
4	Gli approdi turistici del Mediterraneo																	4	2
5	La rete dei siti Unesco																	4	3
	<i>Le vie del Barocco</i>																		
	<i>Le eccellenze del patrimonio culturale e ambientale</i>																		

Legenda

- candidature rappresentate nelle reti CTCA
- candidature come rete principale
- candidature come rete secondaria

## 5.2 Le schede informative

1	Viaggio tra le identità culturali, le arti e le tradizioni popolari
<p><b>Denominazione:</b></p> <p>La denominazione proposta dal CTCA focalizza le specificità forse meglio riconoscibili all'interno dell'ampio contenitore delle "identità locali e dei paesaggi storici e naturalistici". Nello stesso tempo, rende possibile intercettare e recuperare a pieno titolo, come prodotti complementari all'interno di un più ampio e articolato sistema di offerta (cluster), le reti secondarie sotto riportate e a loro volta ridenominate in chiave di prodotto:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- <i>Gli itinerari della fede</i></li><li>- <i>Le vie del vino e dei sapori</i></li><li>- <i>I percorsi storici delle Rocche e dei Castelli</i></li><li>- <i>Le greenways del Mezzogiorno (slow mobility)</i></li><li>- <i>I paesaggi dell'archeologia industriale</i></li></ul> <p><b>Composizione:</b></p> <p>Stanti le indicazioni presenti all'interno dei formulari esaminati, la composizione provvisoria della Rete prevede il coinvolgimento dei seguenti Poli:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Il Polo degli Alberi Bianchi – Da Sibari a Laos: storia, archeologia e tradizioni locali nel Parco del Pollino (Regione Calabria)</li><li>- Il Polo delle Montagne Blu – Il racconto del territorio fra archeologia, storia, letterario e fantastico nel Parco dell'Aspromonte (Regione Calabria)</li><li>- Il Polo dei Giganti e delle Fate – Da Isola Capo Rizzuto verso la Sila: sulle orme della Magna Grecia (Regione Calabria)</li><li>- La Sicilia dei Sicani e degli Elimi – Paesaggi e storia dei monti Sicani e dei monti di Palermo (Regione Sicilia)</li></ul> <p>A partire dal perimetro dei Poli che attualmente concorrono a costituire la rete di offerta, essa si presta – come anticipato nella sezione precedente – ad una più ampia e articolata integrazione su scala interregionale: sia con riferimento ad ulteriori Poli candidati nell'ambito del Programma POIn, che configurano numerose combinazioni di offerta (reti secondarie) opportunamente riconducibili al filone principale delle identità, delle arti e delle tradizioni; sia nella prospettiva di una rete interregionale attivabile nell'ambito del Programma PAIn, dove la designazione di questo stesso sistema di offerta raccoglie il consenso di tutte le Regioni CRO.</p> <p><b>Descrizione dell'offerta territoriale:</b></p> <p>Come già indicato nelle precedenti fasi di istruttoria, la Rete intercetta un rilevante e valido bacino di utenza in parte riconducibile anche al turismo delle comunità italiane all'estero (turismo degli oriundi). Sebbene tale componente sia fortemente abitudinaria e legata alla dimensione regionalistica, si ritiene che essa possa costituire un volano per l'attrattività internazionale dei territori e lo sviluppo della relativa domanda internazionale, in un'ottica di offerta propositiva e differenziata di prodotti ben definiti e riconoscibili, ancorché collocati su scala interregionale.</p> <p>Peraltro, la Rete esprime un'offerta attenta alla scoperta e alla fruizione di destinazioni lontane dai grandi flussi, nella prospettiva di una vacanza all'insegna del relax, in cui il tempo è scandito dal rapporto più naturale con l'ambiente, il paesaggio, le tradizioni e la cultura locali. In tale contesto, acquistano massimo risalto (tale da costituire autonoma e sufficiente motivazione di viaggio) le caratteristiche e le tipicità stesse dei territori: quelle storico-culturali e quelle religiose, quelle antropiche e quelle spiccatamente paesaggistiche.</p> <p>In questo senso, il viaggio tra le identità culturali, le arti e le tradizioni popolari si esprime meglio come un cluster di prodotti turistici, in grado di rivolgersi a un bacino di utenza abbastanza differenziato e rappresentato sia dal target culturale – che si riferisce prevalentemente a segmenti come l'urbs-turismo, il turismo etnografico e quello storico-artistico dei centri minori – che da quello eco-turistico, rurale ed eno-gastronomico.</p> <p>L'indiscutibile qualità ambientale ed umana di molti territori (Poli), compresi e/o riconducibili all'interno di questa rete interregionale, suggerisce di identificare e qualificare un'adeguata offerta infrastrutturale e di servizi rivolta anche al turismo sociale ed accessibile che, particolarmente a livello di gruppi organizzati, è molto attento alla scelta di tale connotazione di qualità.</p>	

**Denominazione:**

La denominazione proposta dal CTCA focalizza, attraverso la reminiscenza e il richiamo storico-culturale al "Grand Tour", l'offerta relativa alle eccellenze archeologiche delle civiltà antiche del Mediterraneo.

**Composizione:**

Stanti le indicazioni presenti all'interno dei formulari esaminati, la composizione provvisoria della Rete prevede il coinvolgimento dei seguenti Poli:

- La Baia di Napoli (Regione Campania)
- La Valle d'Itria (Regione Puglia)
- Il Polo degli Alberi Bianchi – Da Sibari a Laos: storia, archeologia e tradizioni locali nel Parco del Pollino (Regione Calabria)
- Il Polo delle Montagne Blu – Il racconto del territorio fra archeologia, storia, letterario e fantastico nel Parco dell'Aspromonte (Regione Calabria)
- Il Polo dei Giganti e delle Fate – Da Isola Capo Rizzuto verso la Sila: sulle orme della Magna Grecia (Regione Calabria)
- Dalla Valle dei Templi alla Villa romana – La stratificazione delle civiltà ed il paesaggio nella Sicilia Centro-meridionale (Regione Sicilia)
- La Sicilia greca – Paesaggi e storia dell'altopiano ibleo (Regione Sicilia)

**Descrizione dell'offerta territoriale:**

L'offerta di cui la Rete è espressione si configura quale prodotto di matrice prevalentemente culturale, rivolto in particolare ad un pubblico mediamente colto e interessato a visitare i luoghi e le testimonianze delle civiltà antiche del Mediterraneo allo scopo di conoscerne i fasti, la storia ed i costumi.

In quest'ambito, la rete può assumere più facilmente la configurazione di **cluster di prodotti turistici**, ovvero la combinazione di differenti tipologie di offerta, ciascuna delle quali coincidente con una diversa destinazione che, pur essendo caratterizzata da un elemento storico-culturale prevalente, integra la propria offerta con ulteriori elementi di attrazione ad esso complementari e sinergici, in modo da distinguersi e differenziarsi dalle altre destinazioni di cui la rete si compone.

Nella configurazione di cluster di prodotti turistici, le destinazioni (i Poli) coinvolte saranno accomunate dalla presenza nei rispettivi territori di servizi ed infrastrutture per la fruizione del patrimonio culturale caratterizzate da standard omogenei di qualità. Le stesse destinazioni dovranno, altresì, differenziarsi tra loro costruendo attorno al tema culturale caratterizzante un'offerta turistica in grado integrare al suo interno ulteriori elementi di attrazione complementari e sinergici tali da indurre il visitatore ad un soggiorno prolungato nel territorio.

La Rete può dunque rivolgersi ad un pubblico diversificato che, pur riconoscendo nell'elemento storico-culturale e archeologico la motivazione prevalente di viaggio e di soggiorno, è aperto e sensibile ad un'offerta turistica più ampia, non necessariamente focalizzata esclusivamente su tale tipologia di attrattori, tale da giustificare una maggiore permanenza all'interno di una stessa destinazione. Tenuto conto della differente tipologia di offerta espressa da ciascun Polo e della sua diversa contestualizzazione, la Rete potrà rivolgersi efficacemente ad uno o più dei seguenti segmenti della domanda turistica di riferimento: Eco-turismo, Termalismo e Benessere, Turismo congressuale, Turismo rurale ed enogastronomico, Turismo accessibile, Turismo scolastico.

**Denominazione:**

La denominazione proposta dal CTCA offre un chiaro richiamo al tema dominante della natura quale elemento caratterizzante l'offerta turistica di cui la rete vuole essere espressione. Essa, pertanto, è sintomatica di un'offerta costruita e strutturata in modo da offrire al turista la possibilità di rendere massimo il contatto con la natura nelle sue differenti espressioni e modalità di fruizione.

**Composizione:**

Stanti le indicazioni presenti all'interno dei formulari esaminati, la composizione provvisoria della Rete prevede il coinvolgimento dei seguenti Poli:

- La Baia di Napoli (Regione Campania)
- Il Salento (Regione Puglia)
- Il Parco del Gargano (Regione Puglia)
- Il Polo degli Alberi Bianchi – Da Sibari a Laos: storia, archeologia e tradizioni locali nel Parco del Pollino (Regione Calabria)
- Il Polo delle Montagne Blu – Il racconto del territorio fra archeologia, storia, letterario e fantastico nel Parco dell'Aspromonte (Regione Calabria)
- Il Polo dei Giganti e delle Fate – Da Isola Capo Rizzuto verso la Sila: sulle orme della Magna Grecia (Regione Calabria)
- La Sicilia dei Sicani e degli Elimi – Paesaggi e storia dei monti Sicani e dei monti di Palermo (Regione Sicilia)
- Dalla Valle dei Templi alla Villa romana – La stratificazione delle civiltà ed il paesaggio nella Sicilia Centro-meridionale (Regione Sicilia)
- La Sicilia greca – Paesaggi e storia dell'altopiano ibleo (Regione Sicilia)

Prescindendo dal perimetro operativo del Programma, la Rete si presta all'integrazione di ulteriori destinazioni regionali italiane – coerenti con il tema di riferimento - non necessariamente ricomprese tra quelle selezionate come Poli all'interno del POIn.

**Descrizione dell'offerta territoriale:**

L'offerta di cui la Rete è espressione si configura quale prodotto di matrice prettamente naturalistica rivolto in particolare ad un pubblico di utenti - sufficientemente ampio e diversificato – che identifica quale motivazione principale di viaggio e soggiorno il contatto con la natura all'interno di contesti di elevato pregio ambientale e naturalistico.

In quest'ambito risultano, altresì, coerenti anche i target legati al turismo rurale ed eno-gastronomico e alla slow mobility. Sono pertanto da recuperare a pieno titolo, come prodotti complementari all'interno di un più ampio e articolato sistema di offerta rappresentato (cluster), le reti secondarie sotto riportate e a loro volta ridenominate in chiave di prodotto:

- *Le vie del vino e dei sapori*
- *Le greenways del Mezzogiorno (slow mobility)*

Nella configurazione di cluster di prodotti turistici le destinazioni (i Poli) coinvolte saranno caratterizzate anche da un'offerta differenziata di strutture e servizi, in grado di integrare diversi elementi di attrazione nell'ambito dell'offerta naturalistico/paesaggistica e rispondendo in tal modo in forma specializzata alle esigenze dei diversi segmenti di mercato (come ad es. il cicloturismo, il turismo sportivo e d'avventura, il termalismo e il wellness ecc.).

L'eccellenza dei contesti ambientali e paesaggistici suggerisce, soprattutto in territori dotati di adeguata infrastrutturazione, un più deciso e diffuso orientamento al turismo congressuale e a quello scolastico (in chiave didattico-scientifica).

Il connubio tra la qualità ambientale ed umana di molti territori, compresi e/o riconducibili all'interno di questa rete interregionale, suggerisce inoltre di identificare e qualificare un'adeguata offerta infrastrutturale e di servizi rivolta al turismo sociale ed accessibile che, particolarmente a livello di gruppi organizzati, è molto attento alla scelta di tale connotazione di qualità.

**Denominazione:**

La denominazione proposta dal CTCA focalizza l'attenzione sulla risorsa infrastrutturale ed i servizi messi a disposizione del turismo nautico per qualificarla come autonoma motivazione di viaggio, in relazione alla fruizione di un patrimonio paesaggistico e ambientale di pregio come il Mediterraneo, ma anche come accesso alla fruizione della vasta offerta culturale e/o naturalistica dei territori dell'entroterra.

**Composizione:**

Stanti le indicazioni presenti all'interno dei formulari esaminati, la composizione provvisoria della Rete prevede il coinvolgimento dei seguenti Poli:

- La Baia di Napoli (Regione Campania)
- La Valle d'Itria (Regione Puglia)
- Il Salento (Regione Puglia)
- Il Parco Nazionale del Gargano (Regione Puglia)

A partire dal perimetro dei Poli che attualmente concorrono a costituire la rete di offerta e in considerazione della spiccata vocazione dei territori costieri del Mezzogiorno, essa si presta ad una più ampia e articolata integrazione su scala interregionale: sia con riferimento ad ulteriori Poli candidati nell'ambito del Programma POIn (come ad es. la Sicilia dei Sicani e degli Elimi, la Sicilia Greca e il Polo dei Giganti e delle Fate) sia nella prospettiva di una rete interregionale attivabile nell'ambito del Programma PAIn,

**Descrizione dell'offerta territoriale:**

L'offerta di cui la Rete è espressione si configura quale cluster di prodotti turistici accomunati dal tema dominante della nautica e del diportismo quale motivazione principale di viaggio e di soggiorno.

In quest'ambito, la Rete proposta pone al centro della propria offerta il Mediterraneo quale elemento di unione e modalità innovativa per l'accesso e la fruizione del patrimonio culturale, naturale e paesaggistico delle principali destinazioni in esso ricomprese.

Il cluster di prodotti turistici proposto, pertanto, si configura come il complesso dei possibili itinerari nautici attivabili attraverso la diversa combinazione delle destinazioni regionali coinvolte (gli Approdi), tenuto conto dei seguenti aspetti:

- della collocazione geografica delle stesse destinazioni;
- della possibile durata della vacanza;
- della tipologia di offerta espressa dalle differenti destinazioni in termini di elementi di attrazione culturale, naturale e/o paesaggistica.

A seconda delle differenti caratteristiche degli itinerari proposti, l'offerta turistica di cui la Rete è espressione può efficacemente rivolgersi ai seguenti segmenti della domanda:

- Turismo nautico;
- Eco-turismo *(con particolare riferimento alla fruizione delle aree marine protette)*.

I principali bacini di utenza dei flussi turistici sono rinvenibili nel segmento nazionale e in quello internazionale con particolare riferimento agli utenti residenti all'interno dei Paesi del Mediterraneo.

**Denominazione:**

La denominazione accoglie sostanzialmente le proposte formulate dalle Regioni.

**Composizione:**

La Rete è composta attualmente dall'offerta turistica dei seguenti Poli candidati:

- La Baia di Napoli (Regione Campania)
- La Valle d'Itria (Regione Puglia)
- La Valle dei Templi (Regione Sicilia)
- La Sicilia greca – Paesaggi e storia dell'altopiano ibleo (Regione Sicilia)

Prescindendo dal perimetro operativo del Programma, la Rete si presta all'integrazione di ulteriori destinazioni regionali italiane – coerenti con il tema di riferimento – non necessariamente ricomprese tra quelle selezionate come Poli all'interno del POIn.

**Descrizione dell'offerta territoriale:**

L'offerta di cui la Rete è espressione si configura quale prodotto turistico di matrice prettamente culturale, rivolto in particolare ad un pubblico di livello culturale medio-elevato, riferito al target internazionale europeo ed extra-europeo, interessato a visitare le eccellenze storico-artistico-culturali – altamente concentrate nel nostro Mezzogiorno – costituite dai luoghi e dalle opere, dai contesti antropologici e/o paesaggistici riconosciuti come patrimonio mondiale dell'umanità (Siti Unesco).

In questa prospettiva la rete può assumere le seguenti configurazioni:

- quella di **itinerario**, nel qual caso il prodotto turistico ha ad oggetto la fruizione itinerante dei principali siti riconducibili al patrimonio mondiale dell'Unesco attraverso la costruzione e l'organizzazione di specifici itinerari di viaggio;
- quella di **cluster di prodotti turistici**, ovvero la combinazione di differenti tipologie di offerta stanziali, ciascuna delle quali coincidente con una diversa destinazione che, pur essendo caratterizzata da un elemento storico-culturale prevalente, integra la propria offerta con ulteriori elementi di attrazione complementari e sinergici, in modo da distinguersi e differenziarsi dalle altre destinazioni di cui la rete si compone. In quest'ambito, è opportuno recuperare a pieno titolo, come prodotti qualificati e complementari all'interno del più ampio e articolato sistema di offerta, le reti sotto riportate e ridenominate in chiave di prodotto:
  - *Le vie del Barocco*
  - *Le eccellenze del patrimonio culturale e ambientale*

Nella configurazione di cluster la Rete può efficacemente rivolgersi ad un pubblico che, pur riconoscendo nell'elemento storico-culturale la motivazione prevalente di viaggio e di soggiorno, è aperta e sensibile ad un'offerta turistica più ampia e diversificata, non necessariamente focalizzata esclusivamente su tale tipologia di attrattori, tale da giustificare una maggiore permanenza all'interno di una stessa destinazione. In questa seconda accezione – tenuto conto della differente tipologia di offerta espressa da ciascun Polo – essa si interseca facilmente anche con diversi segmenti della domanda turistica: dall'eco-turismo al termalismo, dal turismo religioso e sociale al turismo rurale ed enogastronomico.

L'eccellenza e la visibilità internazionale dei siti Unesco, peraltro collocati spesso in contesti paesaggistici di pregio e con un buon livello di infrastrutturazione e servizi, suggeriscono un più deciso e diffuso orientamento al turismo congressuale e a quello scolastico.