Progetto cofinanziato ai sensi della l.135/01, art. 5, comma 5

Via Francigena

una nuova offerta turistica Italiana

PROGETTO INTERREGIONALE

Regione Autonoma Valle d'Aosta

REGIONE PIEMONTE

RegioneLombardia

RegioneEmiliaRomagna

REGIONE LIGURIA

Regione Toscana

REGIONE LAZIO

INTRODUZIONE

Il presente lavoro nasce nell'ambito del progetto interregionale (Progetto cofinanziato ai sensi dell'art. 5 comma 5 L. 135/2001) con l'obiettivo di fornire indicazioni e linee guida per la progettazione, realizzazione, comunicazione, commercializzazione e gestione di un prodotto turistico integrato incentrato sui bisogni, i credi e le aspettative del viaggiatore/turista/pellegrino lungo la Via Francigena. Per la stesura di questo manuale è stato realizzato un lavoro di ricognizione delle esperienze effettuate nelle Regioni italiane coinvolte dal tracciato. Esso ha costituito uno strumento conoscitivo propedeutico alla redazione del presente testo.
Tra gli obiettivi:

- creare un prodotto turistico che trasformi il viaggiatore/turista/pellegrino in "ospite cittadino", ovvero in un soggetto titolare di diritti e doveri garantiti da strumenti di rispetto della qualità dei servizi offerti. Particolare attenzione è stata rivolta agli ospiti portatori di bisogni "speciali";
- valorizzare le best practices già sperimentate e replicabili;
- incentivare la sinergia tra i diversi soggetti coinvolti (Enti locali, Istituzioni nazionali ed internazionali, Associazioni….);
- pianificare azioni per l'integrazione tra i servizi (comunicazione, informazione, assistenza, prenotazione, controllo del territorio …..);
- favorire la sussidiarietà tra tutti i livelli (interregionale, regionale, provinciale e locale) quale principio regolatore nell'esercizio delle competenze, nella suddivisione dei compiti, nella ripartizione degli incarichi;
- dare indicazioni in merito all'orientamento degli assi di finanziamento futuri per supportare e garantire i servizi di base per l'accoglienza.

Il manuale è suddiviso in Azioni, ognuna di esse affronta un particolare aspetto del prodotto turistico Via Francigena in modo da offrire uno strumento, semplice e dettagliato, per supportare le Regioni coinvolte nel progetto. L'obiettivo è permettere loro di attuare Azioni sinergiche e coordinate all'interno di un comune quadro di riferimento per un risultato che sia il più possibile omogeneo ed integrato.

Il viaggiatore...

Il viaggiatore come figura racchiude in sé tante variabili:
le motivazioni, i valori, le attitudini individuali, la memoria.
Non sono solo le motivazioni del viaggio a determinare
la scelta di una meta, è anche una ricerca
che parte dalla memoria individuale dei luoghi.
E' la mappa dei luoghi che rimane nella nostra memoria
e che riappare determinante nel momento
nel quale stiamo pensando a come preparare il nostro viaggio.
Sono i luoghi e la loro capacità di parlare
a risvegliare la nostra memoria.
Laddove un luogo riesce ad esprimere al meglio la propria anima
il viaggiatore prova emozioni ed aspettative,
anche al solo ricordo, all'interno della propria immaginazione.

La Francigena è un percorso che permette di legare tra loro
più luoghi in grado di penetrare le nostre mappe mentali,
perché è immediato il rapporto tra spazi fisici, la loro storia
e il vivere delle comunità locali.
Solo un viaggiatore può comprendere tutto ciò
e sentirsi a proprio agio quale pellegrino di un percorso.

Paolo Cocchi
Assessore alla Cultura e al Turismo - Regione Toscana

Pag. 05 **AZIONE 1**
Metodologia, criteri e parametri per la definizione dei percorsi

Pag. 21 **AZIONE 2**
Proposta di segnaletica di percorso della Via Francigena

Pag. 28 **AZIONE 3**
Individuazione di standard comuni nell'erogazione dei servizi di accoglienza e informazione

Pag. 36 **AZIONE 4**
I criteri generali per garantire l'informazione e accoglienza locale lungo il percorso

Pag. 40 **AZIONE 5**
Individuazione di standard strutturali degli uffici pubblici di informazione e accoglienza turistica

Pag. 43 **AZIONE 6**
Individuazione delle caratteristiche che dovrebbe avere l'offerta del prodotto turistico Via Francigena

Pag. 49 **AZIONE 7**
I criteri per l'adozione di un disciplinare per imprese ricettive, di ristorazione e dei servizi che fanno parte del prodotto

Pag. 69 **AZIONE 8**
Una proposta per la costruzione di un data base in grado di censire, selezionare, aggiornare e mettere in rete l'offerta

Pag. 93 **AZIONE 9**
Una proposta riguardante una "Carta dei servizi del turista e pellegrino"

Pag. 97 **AZIONE 10**
Una proposta di linea di comunicazione, comprensiva di individuazione dei mezzi di informazione e comunicazione idonei a veicolare il prodotto a seconda delle diverse specificità

Pag. 111 **AZIONE 11**
Una proposta di modalità di commercializzazione

Pag. 117 **GLOSSARIO**

Pag. 119 **BIBLIOGRAFIA**

AZIONE 1

Metodologia, criteri e parametri per la definizione dei percorsi

1.1 La Via Francigena ieri e oggi

1.2 Gli itinerari minori e "Vie Romee"

1.3 Criteri e parametri per definire il corridoio di percorso

1.4 Criteri e parametri per definire i bacini

1.5 Percorsi e punti tappa

1.5.1 Percorso stradale automobilistico
1.5.2 Percorso ciclistico
1.5.3 Percorso a piedi
1.5.4 Percorsi a cavallo

1.6 Percorsi accessibili

1.7 Caratteristiche comuni degli itinerari a piedi, in bicicletta, a cavallo

1.8 Metodologia rilevamento percorsi

1.8.1 Esecuzione di un rilievo cartografico
1.8.2 Cartografia

1.9 Individuazione criticità

1.9.1 Verifica proprietà pubbliche e proprietà private

1.10 Relazioni e coinvolgimento di Associazioni, organizzazioni, gruppi sportivi

1.11 Best Practices

1.1 La Via Francigena ieri e oggi

In questa prima parte saranno forniti elementi generali di caratterizzazione di quest'antica via di pellegrinaggio dal nord Europa verso Roma. Il percorso di riferimento è quello stabilito dalla delibera del 21 aprile 1994 dalla Direzione educazione, cultura e sport del Consiglio d'Europa, verificato e tracciato dall'Associazione Europea delle Vie Francigene nel 2005/2006.

L'origine di questa strada si deve ai Longobardi i quali, durante il loro regno in Italia (568-774) si trovarono nella necessità di collegare due zone che facevano parte del loro territorio: la Tuscia e la Padania. La scelta, dettata da ragioni strategiche, cadde sulla strada romana che collegava Lucca a Parma immettendosi nella via Emilia, attraverso l'attuale passo della Cisa. Questo tratto della fascia appenninica veniva denominato *Mons Longobardorum*, di conseguenza la via tracciata dai Longobardi prese il nome di Strada di Monte Bardone, che da Lucca si sviluppava poi verso sud, attraverso la Val d'Elsa fino a Siena per inoltrarsi poi per la Val d'Arbia e la Val d'Orcia. Con il passare del tempo e con la dominazione dei Franchi, succeduti ai Longobardi, la strada andò assumendo grande importanza. Nel IX secolo prese il nome di Francisca o Francigena.

Una delle più importanti testimonianze sull'itinerario e sulla caratteristiche delle località attraversate e dei luoghi di ristoro lungo il percorso, ci è offerta dalla testimonianza dell'arcivescovo Sigerico che, nel 990, la percorse nel suo viaggio di ritorno da Roma verso la natale Canterbury. La Via Francigena, nel corso dei secoli, fu usata sia dai pellegrini che, anche dal nord Europa, andavano verso Roma e poi, proseguendo attraverso il sud Italia fino ai porti pugliesi, si imbarcavano per Gersalemme, sia dai pellegrini che, percorrendola verso nord, avevano come meta Santiago di Compostella.

1.2 Gli itinerari minori e "Vie Romee"

Vi sono molte zone del territorio italiano che, anche se non toccate direttamente dal tracciato della Via Francigena secondo l'itinerario di Sigerico, costituiscono itinerari di pellegrinaggio. Sono formati da importanti strade di collegamento al tracciato di Sigerico o da altre strade che erano percorse per raggiungere Roma. Per questo essi sono identificabili come Vie Francigene o Romee. Vi sono poi antiche vie caratterizzate da luoghi di rilievo per il culto che, nei secoli, sono state percorse dai pellegrini. Anche questi tracciati, definiti minori, che si affiancarono alle più importanti direttrici a livello europeo, contribuirono a dare vita, nel territorio italiano, ad un ampio sistema di strade di pellegrinaggio, vivo e percorribile ancora oggi.

1.3 Criteri e parametri per definire il corridoio di percorso

Per corridoio di percorso si intende un segmento di territorio che, estendendosi lungo tutto il tracciato della Via Francigena, comprenda al suo interno tutti e quattro i percorsi.
In prossimità dei confini regionali sarà competenza delle Regioni e delle Province confinanti concertare la linearità e la percorribilità del tracciato nel passaggio da un territorio all'altro, garantendone la precisa connettività. Le pagine seguenti illustrano in cartografia la proposta di corridoio.

Attraversamento fiume Po – Il fiume Po è attraversabile, a piedi ed in bicicletta, in località Corte Sant'Andrea nel Comune di Calendasco (PC) con servizio di barche a motore utilizzabile tramite prenotazione telefonica. Da lì il percorso riprende in riva destra in direzione di Piacenza. Per gli utenti del percorso automobilistico ed equestre, il Po è attraversabile grazie al ponte sulla S.S. 9 – Via Emilia. Particolare attenzione deve essere fatta da parte dei cavalieri: il ponte è fortemente trafficato ed il suo attraversamento può creare problemi agli animali. Gli utenti a piedi che non intendano servirsi delle imbarcazioni, possono anch'essi utilizzare il ponte per proseguire in direzione di Piacenza.

1.4 Criteri e parametri per definire i bacini

Per bacino si intende un'area territoriale che, attraversata o toccata dalla Via Francigena, sia caratterizzata da un particolare paesaggio o un rilevante aspetto naturalistico, da una peculiarità di rilievo in ambito storico e/o artistico, da una particolare tipologia di produzione agricola e artigianale. In particolare si distinguono tre tipologie di area:

area a vocazione naturalistica: una zona con particolare valenza naturalistica e/o paesaggistica riconosciuta (aree protette, parchi naturali, oasi…);
area a vocazione culturale: zona nella quale sorgono monumenti di grande prestigio (edifici civili e religiosi, musei…) o sistemi di beni artistici e/o architettonici che caratterizzano una parte del territorio (pievi, castelli, aree archeologiche, sistemi museali…);
area a vocazione di tipicità: zona con particolare valore nell'ambito della produzione artigianale e delle specialità enogastronomiche.

Tali intersezioni al corridoio francigeno permettono la congiunta valorizzazione dei due territori e delle loro caratterizzazioni (ad es. la Via Francigena e l'archeologia; la Via Francigena e la musica; la Via Francigena nelle terre del vino…). Nella definizione dei bacini occorre scegliere aree che abbiano una omogeneità territoriale, che manifestino relazionalità e prossimità alla Via Francigena.

1.5 Percorsi e punti tappa

Nella parte che segue il manuale fornisce elementi per permettere l'identificazione e la sistemazione delle diverse tipologie di percorso: dalle caratteristiche per la sua definizione (territoriali, culturali, storiche, naturalistiche); al target di riferimento; agli obiettivi che la tipologia di percorso si propone in rapporto ai target di riferimento. Una parte è dedicata alle tappe, una alle soste e ai punti di ristoro per i quali si danno alcuni parametri per ubicazione e realizzazione. Si trovano poi elencati alcuni criteri generali per la scelta dei percorsi, per la verifica periodica e la messa in sicurezza, per la mappatura e rilevazione. Particolare attenzione si è voluta poi riservare alle esigenze specifiche dei portatori di bisogni speciali.

Per quanto riguarda l'individuazione dei punti tappa, partendo dell'analisi storica delle *submansiones* che l'arcivescovo Sigerico, durante il suo viaggio da Roma verso Canterbury aveva segnato sul suo diario, è stato elaborato un quadro comparativo con le tappe individuate dall'Associazione Europea delle Via Francigene. Si riporta di seguito la tabella sinottica.

Submansiones di Sigerico		Tappe attuali
I Urbs Roma.	Roma	Roma
II Johannis VIIII.	La Storta	La Storta
III Bacane.	Baccano	Campagnano Romano
IV Suteria.	Sutri	Sutri
V Furcari.	Vetralla	Vetralla
VI Sce Valentine.	Viterbo	Viterbo
VII Sce Flaviane.	Montefiascone	Montefiascone
VIII Sca Cristina.	Bolsena	Bolsena
IX Aquapendente.	Acquapendente	Acquapendente
X Sce Petir in Pail.	San Pietro in Paglia	
XI Abricula.	Le Briccole	
		Radicofani
XII Sce Quiric.	S. Quirico d'Orcia	San Quirico d'Orcia
XIII Turreiner.	Torrenieri	Torrenieri
XIV Arbia.	Ponte d'Arbia	
		Buonconvento
		Monteroni d'Arbia
XV Seocine.	Siena	Siena
XVI Burgenove.	Abbadia a isola	Monteriggioni
XVII Aelse.	Gracciano	Gracciano
XVIII Sce Martin in Fosse.	Ponte di Aiano	
XIX Sce Gemiane.	San Gimignano	San Gimignano
XX Sce Maria Glan.	Santa Maria a Chianni	Gambassi Terme
XXI Sce Peter Currant.	Coiano	
XXII Sce Dionisii.	Borgo San Genesio	
XXIII Arne Blanca.	Fucecchio	
XXIII Aqua Nigra.	Ponte a Cappiano	
		San Miniato
		Altopascio
XXV Forcri.	Porcari	
XXVI Luca.	Lucca	Lucca
XXVII Campmaior.	Camaiore	Camaiore
XXVIII –Luna.	Luni	
XXIX Sce Stephane.	San Stefano di Magra	
		Pietrasanta
		Massa
		Sarzana

Submansiones di Sigerico		Tappe attuali
XXX Aguilla.	Aulla	Aulla
		Villafranca
XXXI Puntremel.	Pontremoli	Pontremoli
XXXII Sce Benedicte.	Montelungo	
XXXIII Sce Moderanne.	Berceto	Berceto
XXXIV Phi¬lemangenur.	Felegara	
XXXV Metane.	Medesano	
		Cassio
		Fornovo
		Costamezzana
XXXVI Sce Domnine.	Fidenza	Fidenza
XXXVII Floricum.	Fiorenzuola d'Arda	Fiorenzuola
		Chiaravalle della Colomba
XXXVIII Placentia.	Piacenza	Piacenza
XXXIX Sce Andrea.	Corte San Andrea	Corte Sant'Andrea(via terra)
XL Sce Cristine.	Santa Cristina	
		Lambrinia
		Corteolona
XLI Pamphica.	Pavia	Pavia
XLII Tremel.	Tromello	
		Garlasco
		Mortara
		Robbio
XLIII Vercel.	Vercelli	Vercelli
XLIV Sca Agath.	Santhià	Santhià
		Viverone
XLV Everi.	Ivrea	Ivrea
XLVI Publei.	Pontey	Pont Saint Martin
		Verres
		Chambave
XLVII Agusta.	Aosta	Aosta
		Etroubles
		Colle del Gran San Bernardo
XLVIII Sce Remei.	Saint-Rhémy-en-Bosses	

1.5.1 Percorso stradale automobilistico

Criteri e parametri per definire il percorso

Il percorso non seguirà necessariamente quello pedonale, ma offrirà al viaggiatore/turista/pellegrino un itinerario ricco di opportunità di visita godendo di eccellenze di carattere naturalistico, religioso, storico-artistico, enogastronomico attraverso strade di alto valore paesaggistico/panoramico. Esso infatti permette di conoscere un territorio più ampio rispetto a quello che si può raggiungere scegliendo le altre modalità di percorrenza e visitare località che non sono intercettabili dagli altri percorsi. La realizzazione di un percorso automobilistico può essere utile poi per realizzare il cammino in intermodalità, cioè l'uso combinato di diverse modalità, di diversi vettori di trasporto.

Obiettivi

Permettere anche a coloro che scelgono l'auto di vivere l'esperienza della Via Francigena, di toccare località-tappa di rilievo, di visitarle, di conoscere le caratteristiche del territorio attraversato e di entrare in contatto con esso, con le persone che lo abitano, con le tradizioni che lo caratterizzano.

Target

Ideato per i pellegrini/viaggiatori/turisti che hanno a disposizione poco tempo, ma che desiderano vivere un'esperienza di turismo itinerante in auto. Adatto anche ai portatori di bisogni speciali, che, per vari motivi, non possano percorrere la Via Francigena seguendo una delle altre tipologie di itinerario.

Caratteristiche
L'itinerario automobilistico deve essere tracciato seguendo la viabilità ordinaria, escludendo autostrade e superstrade, e rientrando all'interno del corridoio sopra indicato. Il percorso automobilistico privilegerà dunque la viabilità minore (facendo attenzione che tale itinerario non si sovrapponga al percorso ciclistico). In particolare si farà attenzione che chi percorre il tratto in auto possa vivere un viaggio suggestivo: per questo si privilegeranno le strade panoramiche e quelle con caratteristiche paesaggistiche di rilievo. Sarà dato spazio, nella definizione dei percorsi, anche a tutti gli itinerari minori e alle Vie Romee presenti sul territorio.

Definizione tappe
La definizione delle località-tappa sarà realizzata in modo che gli automobilisti possano personalizzare il percorso attraverso l'aggregazione o la frazione del percorso-tappa fissato. Ogni percorso tappa dovrà avere una lunghezza variabile tra i 70 ed i 100km, a seconda delle località, dei servizi e della tipologia di strade da percorrere. Oltre a tali località saranno segnalati i punti di interesse ubicati lungo il percorso in modo che sia possibile, per chi sceglie questa modalità di percorrenza, toccare i più importanti monumenti, le località di maggiore rilievo, le eccellenze in ambito storico ed architettonico.

1.5.2 Percorso ciclistico

Criteri e parametri per definire il percorso
Il percorso ciclistico deve essere lo stesso, per quanto possibile, di quello pedestre. Nel tracciare il percorso occorre che si tenga conto di aree ciclistiche particolarmente interessanti escludendo o cercando varianti per quelle poco interessanti o monotone. Le tappe devono essere le stesse di quello pedestre. Ogni ciclista potrà poi personalizzare il tragitto attraverso l'aggregazione o la frazione del percorso-tappa fissato. Ogni percorso-tappa dovrà avere una lunghezza variabile tra 30 e 50km, variabile a seconda delle difficoltà presenti sul tracciato.

Obiettivi
Permettere a coloro che scelgono la Via Francigena in bicicletta di poter percorrere, attraverso quest'antica via, il territorio italiano dal San Bernardo fino a Roma in piena sicurezza, attraverso itinerari segnalati e garantendo nei punti tappa servizi di assistenza e accoglienza.

Target
Persone che si accingono a fare il percorso per:
- turismo sportivo/cicloturistico
- turismo religioso
- turismo naturalistico
- turismo enogastronomico

Caratteristiche
Il percorso ciclistico dovrebbe transitare su strade con meno di 1000 veicoli al giorno e mai più di 3000 su di una pista condivisa. Si devono preferire per i percorsi le strade senza auto (per convenzione rientrano nella categoria quelle con un massimo di 50 macchine al giorno). Le strade inserite nel percorso dovrebbero avere un'ampiezza tale da consentire a due ciclisti di pedalare fianco a fianco per la maggior parte del tempo. La superficie dovrebbe essere massicciata o comunque di buona qualità. Il rivestimento dovrebbe essere omogeneo (strade asfaltate, strade sterrate, sentieri, tratturi…) evitando, per esempio, bruschi passaggi da asfalto a ghiaia.

Il percorso deve essere adatto per bici ibride (city-bike) e mountain-bike. In base alle caratteristiche del tracciato per ogni tratta deve essere identificato e segnalato il livello di difficoltà (molto facile, facile, difficile, molto difficile/impegnativa). Inoltre occorre segnalare ai ciclisti: il dislivello presente; la pendenza e l'inclinazione del versante; la lunghezza e la larghezza; la presenza di guadi. Nei punti tappa è necessario segnalare dove si trovino i servizi di assistenza, riparazione e rivendita accessori.

Nella definizione e scelta del percorso si terrà conto anche di altri itinerari cicloturistcici presenti sul territorio e dei punti di intersezione tra la Via Francigena e le sue varianti. In particolare si terrà conto del

circuito Eurovelo, il gruppo di itinerari ciclistici che attraversano tutta l'Europa, da esso infatti giungono nel nostro Paese molti turisti/viaggiatori/pellegrini da varie nazioni del nostro continente.

Definizione tappe
Dovrebbero avere una segnaletica adeguata a guidare i ciclisti. Lungo il percorso dovrebbero essere a disposizione dei ciclisti negozi di generi alimentari ed accessori, servizi di assistenza tecnica e di riparazione ogni 15km circa. Devono essere presenti possibilità di alloggio almeno ogni 50km.

Verifiche periodiche e manutenzione
I percorsi devono essere mantenuti nelle condizioni di percorribilità. A tale fine occorre prevedere verifiche periodiche per garantire la sicurezza dei fruitori.

1.5.3 Percorso a piedi

Criteri e parametri per definire il percorso
Nella definizione dei percorsi sono sempre da privilegiare le strade con scarso traffico veicolare, strade chiuse al traffico e, soprattutto, strade campestri.
In base alle caratteristiche del tracciato per ogni tratta deve essere identificato e segnalato il livello di difficoltà (molto facile, facile, difficile, molto difficile/impegnativa).

Obiettivi
Permettere ai pellegrini/turisti/viaggiatori di percorrere in sicurezza l'intero percorso della Via Francigena sul suolo italiano. Fare in modo, attraverso azioni di valorizzazione e promozione, che il percorso a piedi sia occasione di contatto con il territorio, di conoscenza delle sue eccellenze e delle sue peculiarità in ambito naturalistico, storico-artistico, enogastronomico.

Target
Persone che si accingono a fare il percorso per:
- turismo religioso
- turismo familiare
- turismo culturale
- turismo sportivo
- turismo naturalistico
- turismo enogastronomico
- turismo scolastico
- turismo accessibile a persone portatrici di bisogno speciali

Caratteristiche
Si suggerisce di dividere tutto il percorso in tappe che prevedano una percorrenza giornaliera di circa 25Km. Il tracciato va fissato in modo che ogni tappa sia realizzata in maniera modulare: si può percorrere nella sua interezza oppure percorrere in parte (10-15 km) lasciando tempo per visite ad altre località sul percorso. Nella definizione del tracciato occorre tenere conto e segnalare: il dislivello presente; la lunghezza; la presenza di guadi. Le tratte devono essere calcolate in modo che i pellegrini dispongano di luoghi di ristoro ed accoglienza nelle varie tappe e di luoghi dove poter bere e risposare in vari punti lungo il percorso.

Verifiche periodiche e manutenzione
I percorsi devono essere mantenuti nelle condizioni di percorribilità. A tale fine occorre prevedere verifiche periodiche per garantire la sicurezza dei fruitori.

1.5.4 Percorsi a cavallo

Criteri e parametri per definire il percorso
Il percorso equestre deve essere lo stesso, per quanto possibile, di quello pedestre. Nel tracciare il percorso occorre tenere conto che l'itinerario equestre non può mai passare su strade asfaltate. Le tappe devono essere le stesse di quello pedestre. Nella scelta delle strade per il percorso è necessario preferire le

strade non trafficate. Il tracciato equestre è un tracciato da compiersi a cavallo in più giorni (minimo tre). I punti tappa devono avere la possibilità di accoglienza cavalli in strutture apposite (poste/box o paddock) ed offrire punti di sosta e ristoro per cavalli e cavalieri.
In base alle caratteristiche del tracciato per ogni tratta deve essere identificato e segnalato il livello di difficoltà (molto facile, facile, difficile, molto difficile/impegnativa).

Obiettivi
Offrire a coloro che vogliano vivere la Via Francigena a cavallo la possibilità di scegliere itinerari che permettano di godere delle bellezze paesaggistiche, storiche, artistiche, culturali ed enogastronomiche del territorio percorrendo in piena sicurezza il tracciato e potendo usufruire dei servizi necessari di ristoro e sosta sia per i cavalli che per i cavalieri.

Target
Persone che si accingono a fare il percorso per:
- turismo equestre
- turismo religioso
- turismo naturalistico
- turismo enogastronomico

Caratteristiche
Nella definizione del tracciato occorre tenere conto e segnalare ai cavalieri: il dislivello presente; la pendenza e l'inclinazione del versante; la lunghezza e la larghezza; la presenza di guadi. Nei punti tappa è necessario che vi sia possibilità di alloggio per il cavallo e, nelle vicinanze, una rete di assistenza con un maniscalco e studio veterinario dotato di ambulanza per cavalli.

Verifiche periodiche e manutenzione
I percorsi devono essere mantenuti nelle condizioni di percorribilità. A tale fine occorre prevedere verifiche periodiche per garantire la sicurezza dei fruitori.

1.6 Percorsi accessibili [1]

Per quanto possibile occorre realizzare percorsi, o adeguare parte di quelli esistenti, in modo realmente accessibile per tutti, con particolare attenzione alle esigenze delle persone portatrici di bisogni speciali. Per la realizzazione di un percorso, o parte di esso, realmente accessibile dovranno essere considerati alcuni aspetti fondamentali:

Caratteristiche geomorfologiche - Il tracciato dovrà essere pianeggiante o con lievissima pendenza e facilmente raccordabile con l'accesso o l'eventuale parcheggio.

Pavimentazione - Dovrà essere priva di sconnessioni o in caso di ostacoli deve almeno prevedere una deviazione del percorso con un'alternativa o un allargamento dello stesso che consenta di aggirare l'ostacolo. Deve essere il più possibile naturale e opportunamente drenante.

Larghezza - La larghezza minima è di 120cm. Eventuali panchine, cestini od altri elementi di arredo devono essere posti appena fuori dal percorso per non creare intralci agli utenti.
Pendenza:
Longitudinale: è considerato ottimale il percorso con pendenza del 2%, anche se con brevi tratti al 5 – 6%. Per tratti con pendenze maggiori è auspicabile prevedere un maggior numero di aree di sosta e la presenza di un corrimano ai lati.
Trasversale: per essere accessibile deve essere pari al 1 – 2%.

Corrimano - Oltre ad offrire sostegno, questo elemento lungo il percorso ha funzione di guida a livello direzionale e come supporto per la comunicazione di informazioni.

Misure: diametro: 40mm per adulti – 30mm per bambini e persone di bassa statura;
altezza: 90 / 100cm per adulti – 60 / 75cm per bambini e persone in carrozzina;
distanza minima da eventuali pareti: 4cm.

Cordoli di contenimento - Ai lati del percorso è necessario un cordolo di contenimento, preferibilmente in legno. Può essere utile per trattenere la ruota della carrozzina ed è un segnale di confine per i non vedenti.

[1] Per questo ed il successivo paragrafo le norme di riferimento sono le seguenti:
D. L. n. 4, 10 gennaio 2006 - D.P.R. n. 380, 6 giugno 2001 - L. n. 67, 1 marzo 2006 - D.P.R n. 75, 1 Marzo 2005, L. n. 4, 9 Gennaio 2004 - D. L. n. 42, 22 Gennaio 2004 - D.P.R. n. 554, 21 Dicembre 1999 - D.P.R. n. 503, 24 Luglio 1996 - L. n. 109, 11 Febbraio 1994 - L. n. 104, 5 Febbraio 1992 - L. n. 285, 30 Aprile 1992 - D.P.R. n.495, 16 Dicembre 1992 - L. n. 394, 6 Dicembre 1991 - D.Min. Lavori Pubblici n. 236, 14 Giugno 1989 - L. n. 13, 9 Gennaio 1989 - L. n. 41, 28 Febbraio 1986 - Circolare Min. Lavori Pubblici n. 1030, 13 Giugno 1983 - Norme DIN 7926; UNI EN 71; UNI EN 1176; UNI EN 1177 ; Norma UNI 8207.

1.7 Caratteristiche comuni degli itinerari a piedi, in bicicletta, a cavallo

Nella definizione dei percorsi occorre scegliere strade ed itinerari che siano aperti tutto l'anno. Per fare in modo che i percorsi siano veramente accessibili a tutti, comprese le persone portatrici di bisogni speciali, elenchiamo qui di seguito alcune caratteristiche che riguardano aree di sosta, panchine, cestini per i rifiuti, fontanelle, tavole, servizi igienici, piani per barbecue, scale, rampe, ponti e passerelle, parcheggi.

Aree per la sosta - Più lungo sarà il percorso, più aree di sosta dovranno essere presenti. In funzione del tipo di area di sosta dovranno essere presenti vari elementi come sedute (panche/panchine, sedili, appoggi ischiatici), cestini per rifiuti, tavoli, fontanelle d'acqua potabile, servizi igienici, segnaletiche per l'informazione, tettoie di riparo e piani cottura per barbecue.

Panchine - Il numero delle sedute deve essere proporzionale alla frequenza dei visitatori presunta. Lungo il percorso è opportuno prevedere delle sedute ogni 200 – 500m. Tali elementi dovranno essere posizionati in aree di sosta oppure lungo il percorso, ad una distanza di almeno 60 – 70 cm a lato per non creare intralcio. Devono essere di struttura robusta e collocate in zone pianeggianti, in posizioni che consentano agli utenti di poter scegliere se stare al sole o all'ombra.
Caratteristiche:
altezza: 45cm
profondità: 45 – 50cm
braccioli: 70cm da terra (circa 25 cm sopra il livello della seduta)
schienale: 105° rispetto al piano di seduta (0 – 5°)
carico: almeno 120kg a persona

Cestini per rifiuti - La tipologia di cestino dovrà essere funzionale non solo all'utilizzo ma anche alle operazioni connesse all'asporto dei rifiuti. Per questo deve essere previsto ed organizzato un funzionale servizio di raccolta e di manutenzione del terreno in prossimità dei cestini. I cestini esistono di varie forme e misure, con o senza coperture (preferibile in primo tipo) e fori di diverso tipo. Altezza delle aperture: 80cm per adulti – 60cm per bambini e persone di bassa statura.

Fontanelle - Potranno essere di tipo tradizionale o a zampillo. Per quelle tradizionali è preferibile il rubinetto a rilascio temporizzato, per evitare sprechi d'acqua potabile. Quelle a zampillo rilasciano l'acqua tramite un comando a manopola erogando un piccolo getto in verticale e presentano una vaschetta sottostante per la raccolta dell'acqua inutilizzata.
Caratteristiche:
1) Tradizionale:
- altezza da terra rubinetto: tra i 90 ed i 100cm
- il punto di sgorgo dell'acqua sufficientemente aggettante dal corpo della fontana per consentire l'avvicinamento anche ad utenti su carrozzina

2) A zampillo:
- altezza da terra rubinetto: tra i 70 ed i 90cm
- sotto la vaschetta di raccolta deve essere presente uno spazio libero e senza gradini, per una profondità non inferiore a 45cm.

Tavoli - Dovranno essere posizionati in terreni pianeggianti e su pavimentazione accessibile. Preferibilmente dovranno essere in legno.
Caratteristiche:
larghezza: 75 – 80cm
lunghezza: 150cm
altezza sotto il bordo: non inferiore a 70cm
altezza sopra il bordo: 78 – 80cm
spazio libero sottostante lato corto: 45 – 50cm
spazio libero attorno a panche e tavoli: non inferiore a 120cm

Servizi igienici – I servizi igienici dovranno essere sempre presenti nei punti tappa ed in prossimità dei parcheggi. In adeguamento alle disposizioni legislative saranno allestiti servizi per diversamente abili intervenendo per sostituire eventuali dislivelli con rampe di pendenza in modo da garantire l'uso dei servizi da parte di persone diversamente abili. In particolare il D.M. 236/89 prevede, a livello tecnico, che debba essere riservato uno spazio laterale alla tazza w.c. e/o al bidè per il trasferimento dell'utente dalla carrozzina al sanitario. Per facilitare questo spostamento dovrà essere presente un maniglione posto parallelamente alla tazza (due maniglioni, uno per lato, sarebbe ottimale).
Caratteristiche:
altezza maniglione da terra: 80cm
altezza da terra della tazza: 45 – 50cm (oppure 40 – 42cm utilizzando appositi ausili di rialzo in materiale plastico)

I sanitari sospesi al muro sono da preferirsi a quelli fissati al pavimento perché non costituiscono ostacolo all'avvicinamento e permettono una migliore pulizia dell'ambiente.
Il lavabo è preferibile con il bordo anteriore rivolto verso l'interno, con una profondità di 50cm ed il sifone dovrebbe essere incassato o presentare una sporgenza minima per un maggiore avvicinamento.
I rubinetti consigliati sono quelli a miscelazione meccanica con comando a leva o anche quelli azionabili tramite fotocellula.
Lo specchio dovrà avere un'altezza minima da terra non superiore ai 90cm e dovrà essere inclinabile tramite automatismo manuale.

In caso di presenza di mensole portaoggetti e/o appendiabiti, le misure massime di altezza da terra dovranno essere rispettivamente di 80 e 140cm.
Carta igienica, pulsante dello sciacquone e quello di allarme devono essere facilmente raggiungibili dalla persona seduta senza bisogno di eccessive torsioni.
La porta dovrà avere l'apertura verso l'esterno ed una larghezza minima di 90cm.
Il pavimento dovrà essere di tipo antisdrucciolevole.

Piani per barbecue - Dovranno garantire un utilizzo agevole, autonomo e sicuro. Potranno essere di tipo prefabbricato o realizzati in pietra locale.
Caratteristiche:
altezza piano cottura: 75 – 80cm
profondità piano cottura: 40 – 50cm
presenza di piani di appoggio laterali rispetto al piano di cottura per facilitare le operazioni correlate all'utilizzo.

Scale - Larghezza minima:
80cm – per scale ad uso individuale e non pubblico;
120cm – per scale ad uso pubblico;
180cm – per l'utilizzo contemporaneo di almeno tre persone.
I gradini isolati dovrebbero essere evitati o quantomeno segnalati per tempo con differenziazione di colore e materiale.
Profondità della pedata: minimo 30cm.
Alzata: 16 – 17cm
Profilo del gradino con spigoli arrotondati.

Rampe - Larghezza minima:
90cm – per transito di una persona con sedia a ruote;
150 cm – per consentire l'incrocio di due persone.
Ogni 10m di lunghezza ed in presenza di interruzioni mediante porte la rampa deve prevedere un piano orizzontale minimo di 150x150cm (oltre all'ingombro di apertura di eventuali porte).
La pendenza massima non dovrebbe superare l'8%.

Ponti e passerelle - La larghezza minima per il passaggio pedonale dovrà essere di 120cm. Eventuali dislivelli con il sentiero devono essere raccordati tramite rampe, la cui pendenza non deve superare il 5% e, in presenza di gradini, questi non devono superare 1,5cm di altezza.
I parapetti devono essere progettati in modo da garantire sicurezza ed al tempo stesso consentire una visuale libera. La pavimentazione deve essere di tipo antisdrucciolevole.
Per le persone non vedenti è buona norma prevedere segnalazioni in prossimità del ponte a circa 150/200 cm su entrambi i lati.

Parcheggi - I posti auto riservati alle persone portatrici di bisogni speciali sono 1 ogni 50 (o frazione), con il minimo di 1.
Misure: 320x500cm
Caratteristiche:

- il percorso di raccordo tra parcheggio e sentiero o struttura deve essere accessibile;
- se il raccordo avviene tramite rampa, la pendenza massima di quest'ultima dovrà essere del 15% (meglio 12%) con lunghezza massima di 30cm;
- la distanza massima tra il parcheggio ed il sentiero o la struttura è di 10m;
- l'area deve essere situata su un terreno pianeggiante e privo di sconnessioni con una pendenza massima ammissibile pari al 1%;
- l'area deve essere facilmente individuabile e dotata di un'adeguata segnaletica verticale (altezza minima 210cm da terra) ed orizzontale;
- il modello di segnale stradale deve avere le caratteristiche previste dalla Circolare n. 1270 del 20/06/79 del Ministero dei Lavori Pubblici.

Copertura segnale telefonico – È stato verificato che il percorso attraversato dalla Via Francigena in territorio italiano è quasi interamente coperto da segnale di telefonia mobile. Alcune zone, specialmente nelle valli strette e in aree montane dell'Appennino non sono totalmente coperte.
Sarebbe auspicabile che le Province rilevassero le aree non coperte e si attivassero con gli operatori di telefonia mobile per il completamento della rete. Tale copertura infatti è molto importante e permette ai pellegrini/turisti/viaggiatori di usufruire di servizi che forniscono assistenza e favoriscono la sicurezza lungo l'itinerario.

1.8 Metodologia rilevamento percorsi

1.8.1 Esecuzione di un rilievo cartografico

Il rilievo cartografico di itinerari storici antichi, come la Via Francigena, le Vie Romee ed altre strade di pellegrinaggio, comporta, in una prima fase, una valutazione attenta delle fonti storiografiche e bibliografiche presenti, per un approccio filologico rispetto all'individuazione di un percorso. Tale esame consente l'individuazione primaria di un tracciato (corridoio con le quattro tipologie di percorso: a piedi, in bicicletta, a cavallo, in auto con varianti; Vie Romee, itinerari minori) e la verifica di percorsi già delineati ed esistenti allo scopo di evidenziarne le possibili migliorie attuabili o di indicare eventuali varianti. Il tracciato primario verrà poi individuato sulla cartografia ufficiale allo scopo di sovrapporre la geografia storica delle fonti alla geografia attuale, per garantire la completa coesione tra itinerario storico antico e la sua percorrenza moderna.

Fondamentale in questa fase è la garanzia dell'individuazione di un tracciato che rispetti le indicazioni segnalate rispetto alla definizione del corridoio (e/o alle caratteristiche delle Vie Romee e degli itinerari minori) e che garantisca la fruizione totale e in completa sicurezza per gli utilizzatori.
La realizzazione del rilievo cartografico necessita di una fase preliminare nella quale occorre:

- esaminare le fonti storiche e bibliografiche con riferimento al tratto individuato (Via Francigena secondo l'itinerario di Sigerico, varianti, Vie Romee o itinerari minori) evidenziando e definendo uno (o più) percorsi antichi sulla base dei documenti;
- analizzare eventuali percorsi moderni già esistenti e utilizzati al fine di inserirli nella tracciatura del percorso finale siano essi tratti del percorso principale o costituiscano possibili varianti o itinerari minori.

Forniamo di seguito anche alcuni suggerimenti che può essere utile adottare nella fase preliminare, per una migliore individuazione del percorso:

- esame del percorso su carta a scala 1:25.000 (carta escursionistica oppure foglio IGM, se disponibili);
- controllo del percorso anche su carte a scala più dettagliata (1:10.000 oppure 1:5.000, se disponibili);
- inserimento della cartografia disponibile su apparecchio GPS escursionistico.

Dopo le ricerche preliminari, si passa alle fasi operative sul campo

- procedura di rilievo di tutto il percorso direttamente sul campo
- rilievo e verifica del percorso individuato su carta;
- eventuali modifiche sulla base di eventuali anomalie riscontrate tra la cartografia e la geografia reale del territorio;
- rilievo criticità eventuali: guadi, attraversamenti stradali, frane o smottamenti, pericoli reali o eventuali, attraversamento di proprietà private e simili;
- documentazione fotografica percorso: criticità, strutture di sosta e/o accoglienza, emergenze naturalistiche e storico-artistiche.

Si passa poi alla fase della disamina dei dati che consiste in:

- esame dei dati rilevati dal navigatore satellitare;
- controllo tracce GPS rilevate sulla cartografia disponibile e sovrapposizione dei dati acquisiti;
- controllo tracce su visione panoramica satellitare Google Earth o da uno strumento similare;
- estrazione dati di georeferenziazione e creazione di tabelle Excel con i dati rilevati;
- creazione del grafico altimetrico;
- creazione tabelle distanze/tempi di percorrenza.

Si arriva poi alle fasi finali:

- stesura di una relazione finale contenente i dati su supporto elettronico CD o DVD: cartografia, rilievi fotografici e dati GPS, eventuali problematiche evidenziate, ipotesi di problem solving, informazioni aggiuntive sulle strutture ricettive, informazioni culturali;
- consegna della traccia del percorso definitivo su cartografia cartacea scala 1:25.000;
- su richiesta, consegna di un'ulteriore relazione specifica per la collocazione di un'eventuale segnaletica.

1.8.2 Cartografia

La cartografia dovrà essere realizzata in scala 1:10.000. I percorsi dovranno essere riportati nelle carte tecniche regionali. Tutto il percorso va georeferenziato e, in particolare, gli incroci e le varianti di percorso. Dovranno essere evidenziati i tratti del percorso con una linea continua (verde per quello a piedi; blu per quello ciclistico; marrone per quello equestre; azzurro per quello automobilistico). Dovranno essere indicati con linea gialla i tratti dei percorsi a piedi e ciclistico che passano sulle strade e che quindi devono essere percorsi con attenzione.
Devono essere indicati con linea rossa continua, in tutti gli itinerari, i tratti considerati a rischio per la sicurezza di chi li percorre e con linea rossa tratteggiata quelli che presentano un'alta pericolosità e sono, quindi, sconsigliati. Lungo i tratti che presentano linea rossa continua e tratteggiata si dovranno prevedere al più presto interventi di carattere strutturale per la risoluzione dello stato di rischio e pericolosità.

1.9 Individuazione criticità

Numerose sono le tipologie di criticità da prendere in considerazione (proprietà private, tratti a rischio o pericolosi….), i criteri di analisi di esse e le possibili soluzioni.
Per quanto riguarda la sicurezza poi, un punto di criticità, è rappresentato dagli attraversamenti pedonali: sono da evitare il più possibile soprattutto quando il percorso costringe a tagliare strade a traffico elevato o quelle nelle quali gli autoveicoli transitano a velocità elevata. In questi casi sono da predisporre attraver-

samenti o deviazioni pedonali segnalate.
Un altro punto ad elevata pericolosità sono i tratti del percorso pedonale che corrono lungo strade ordinarie. In questo caso se esse sono provviste di marciapiede, la criticità non esiste. Se ne sono sprovviste possono presentarsi diverse situazioni:

condizioni stradali	interventi
Esiste lo spazio sulla banchina per camminare	Delimitazione della banchina mediante striscia bianca; battere il sentiero e renderlo evidente (se possibile separare il percorso pedonale dalla sede stradale nella quale passano le automobili) pulizia periodica della banchina; indicazione ai pellegrini per il percorso; indicazioni per gli automobilisti che segnalino presenza di pellegrini lungo la banchina. Fare particolare attenzione in corrispondenza di strettoie del tratto automobilistico (curve, sottopassaggi…)
La strada è sprovvista di banchina	Se la strada è a basso traffico, segnalare la presenza di pellegrini agli automobilisti; se la strada prevede una elevata presenza di automobilisti, segnalare sulle carte il tratto come pericoloso e prevedere interventi strutturali o suggerire percorsi alternativi.

1.9.1 Verifica proprietà pubbliche e proprietà private

Nella tracciatura dei percorsi fare particolare attenzione affinché nessun tratto attraversi proprietà private e, se questo accadesse, provvedere a realizzare e segnalare un percorso alternativo. In casi in cui possa essere opportuno e non oneroso, si può procedere ad un accordo con i proprietari per la posa dei cartelli e per i diritti di passaggio.

1.10 Relazioni e coinvolgimento di Associazioni, organizzazioni, gruppi sportivi

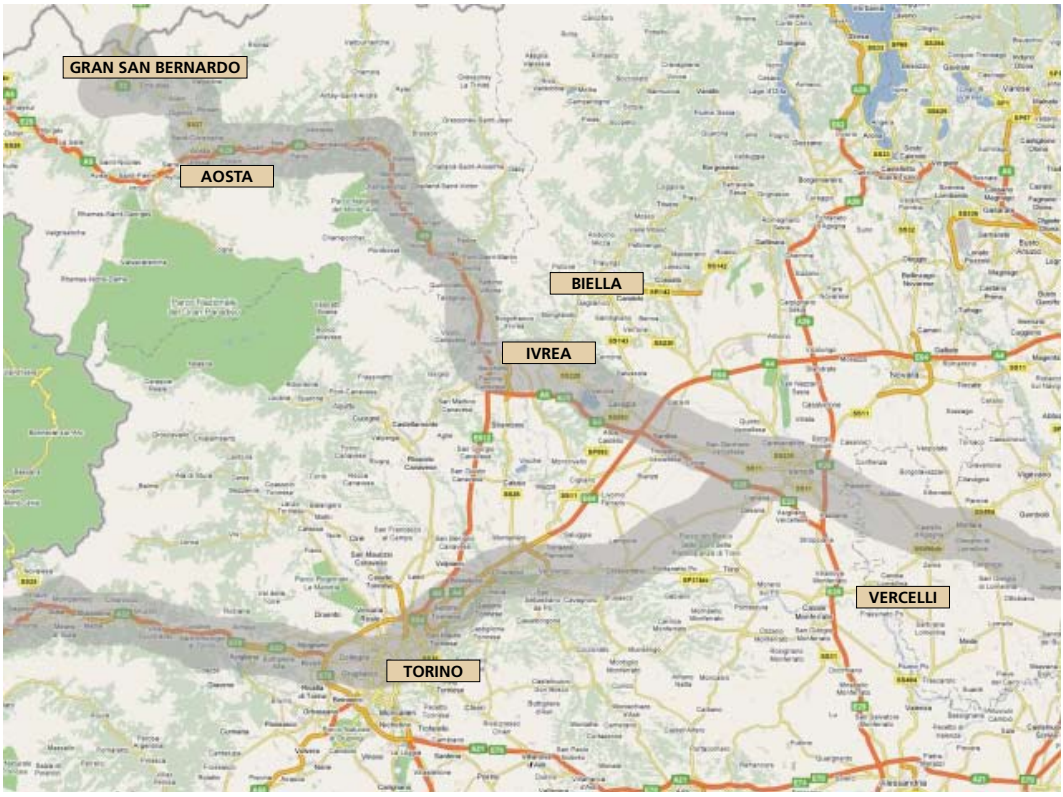
Sul territorio molti sono gli attori interessati alla realizzazione, sistemazione, valorizzazione dei percorsi. Tra di essi in particolare molte sono le associazioni, le organizzazioni ed i gruppi attivi in ambito sportivo (trekking, escursionismo, ciclismo, ciclo-turismo, mountain bike, sport equestre, turismo equestre, equitazione, ippovie…). Con essi, come con altre associazioni, organizzazioni e gruppi presenti sul territorio, sono da promuovere tutte quelle forme di collaborazione, di accordo e tutte le iniziative congiunte con Regioni ed Enti locali che portino alla definizione dei percorsi ed alla loro promozione.La presenza delle Associazioni permette di mantenere vivo il percorso, ne assicura la manutenzione ed il monitoraggio offrendo un importante contributo all'assistenza al pellegrino.

1.11 Best Practices

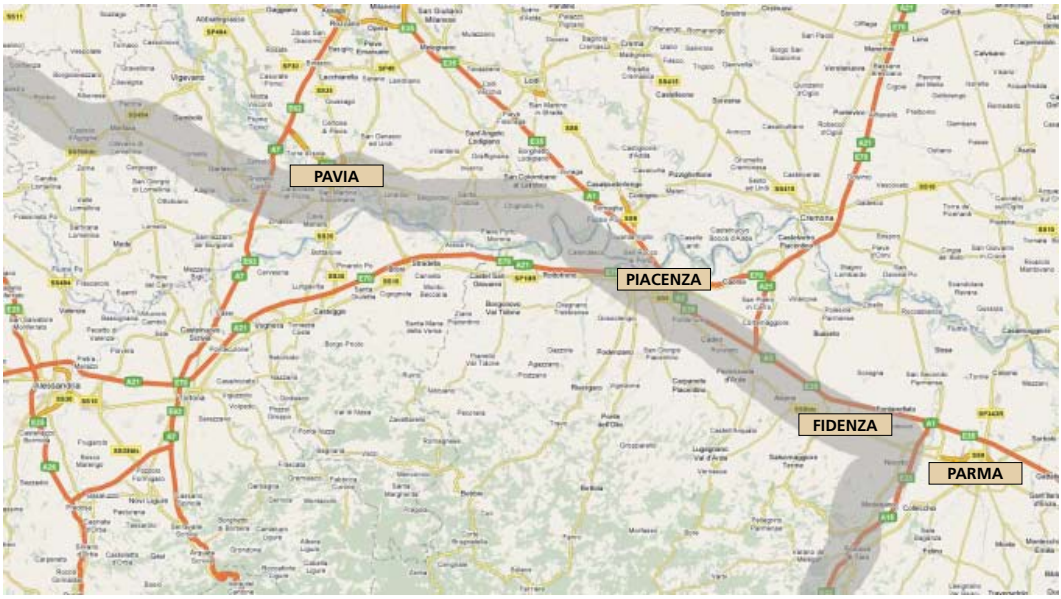
Le eccellenze relative all'individuazione dei percorsi sono state realizzate da:

- Regione Toscana (Comuni di: Castelfiorentino, Colle val d'Elsa, Gambassi Terme, Montaione, Monteriggioni, San Gimignano).
- Regione Piemonte (si veda dossier ricognitivo capitolo 2.1.3 - CD)
- Regione Lombardia (si veda dossier ricognitivo capitolo 3.2.1 - CD)
- Regione Lazio (si veda dossier ricognitivo capitolo 6.1.2 - CD)

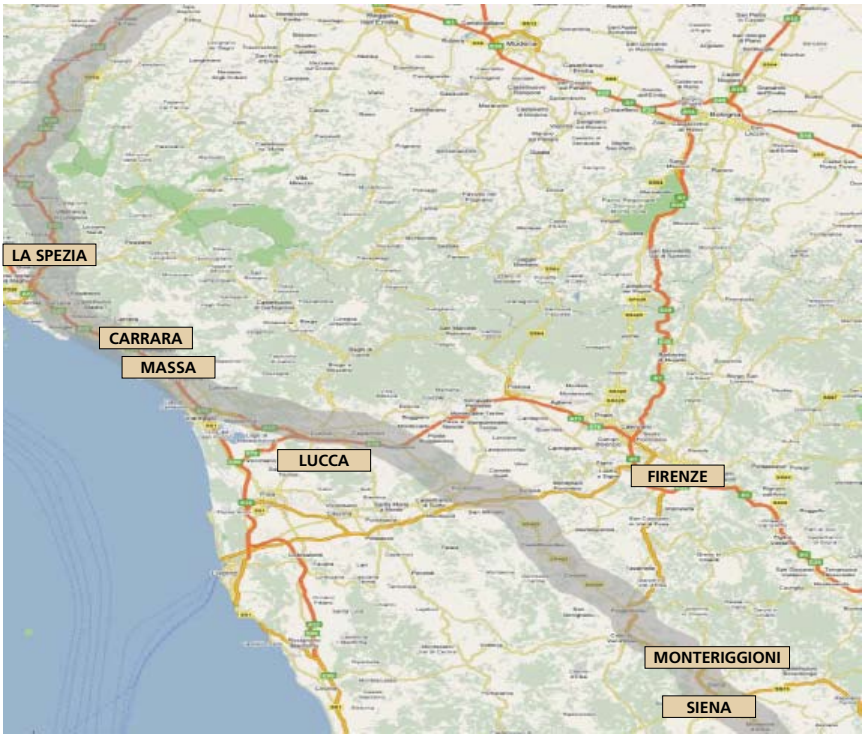
Via Francigena attraverso **Valle d'Aosta - Piemonte - Lombardia** (*mappa stradale*)



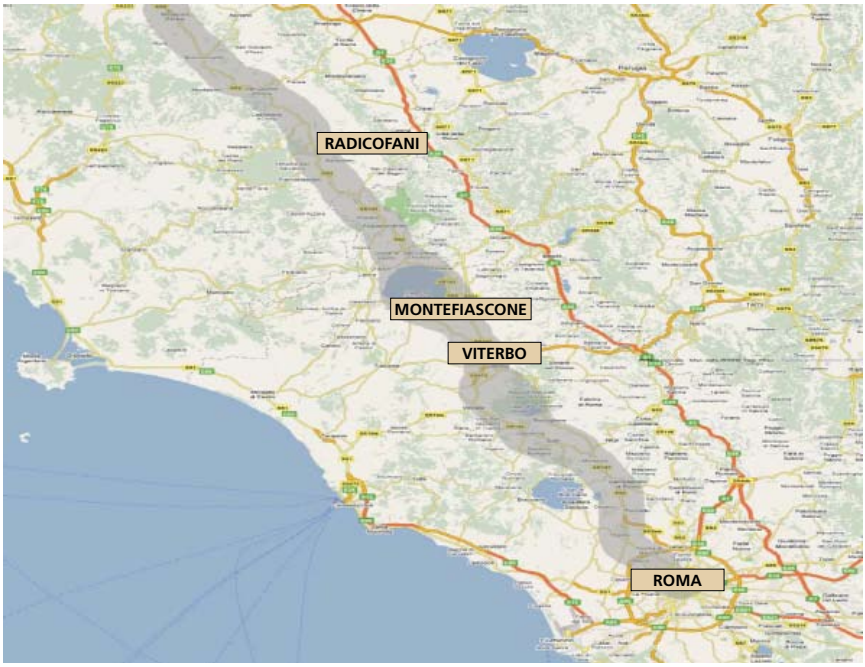
Via Francigena attraverso **Lombardia - Emilia Romagna** (*mappa stradale*)



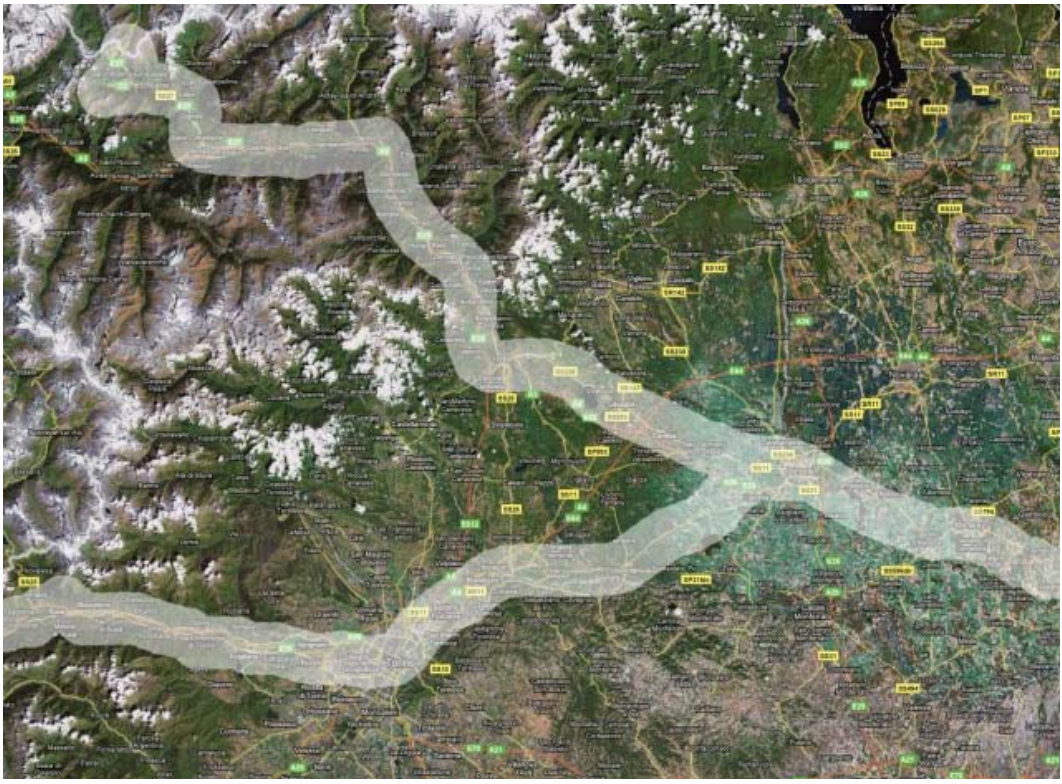
Via Francigena attraverso **Emilia Romagna - Liguria - Toscana** (*mappa stradale*)



Via Francigena attraverso **Toscana - Lazio** (*mappa stradale*)



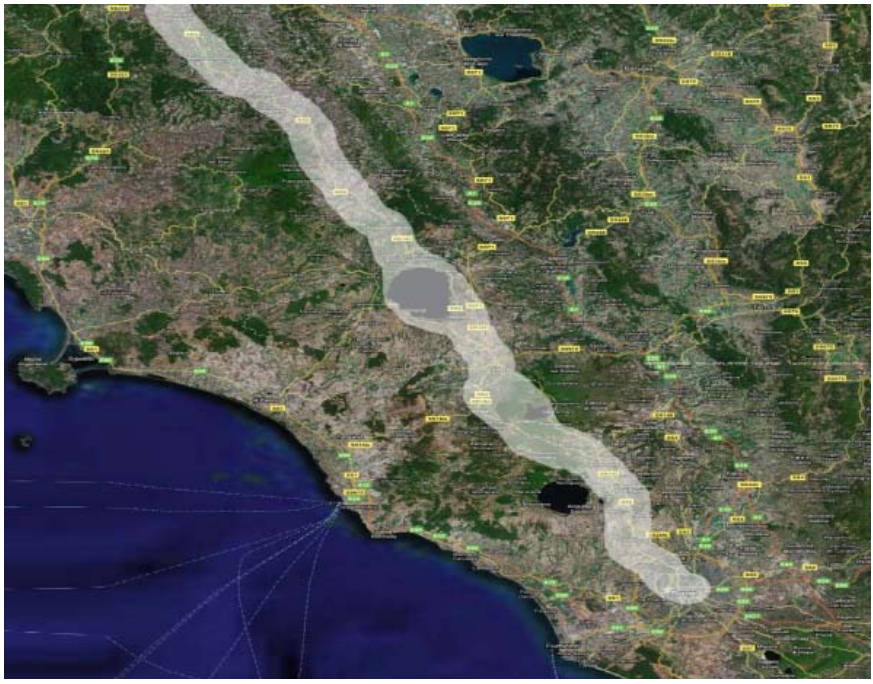
Via Francigena attraverso **Valle d'Aosta - Piemonte - Lombardia** (*mappa satellitare*)



Via Francigena attraverso **Lombardia - Emilia Romagna** ((*mappa satellitare*)

Via Francigena attraverso **Emilia Romagna - Liguria - Toscana** (*mappa satellitare*)

Via Francigena attraverso **Toscana - Lazio** (*mappa satellitare*)



I nomi indicati nelle carte sono scelti esclusivamente a titolo di orientamento.

AZIONE 2

Proposta di segnaletica di percorso della Via Francigena

2.1 Descrizione del sistema di segnaletica

2.2 Caratteristiche dei cartelli per utenza ampliata

2.3 Esempi di realizzazione

2.4 Best Practices

2.1 Descrizione del sistema di segnaletica

Il manuale della segnaletica elaborato tiene conto di quello realizzato dall'Associazione Europea delle Vie Francigenee fatto proprio dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali e dal Ministero delle Politiche Agricole che lo ha ulteriormente integrato e sta procedendo all'installazione della cartellonistica.
Tale elaborato è stato messo a disposizione per la realizzazione di un sistema unico coordinato ed omogeneo per tutto l'itinerario della Via Francigena.
Il manuale della segnaletica elaborato all'interno di questo progetto, tiene conto del manuale di cui sopra ed è stato integrato ed ampliato con la segnaletica ritenuta necessaria e arricchito con l'introduzione di cartelli turistici di approfondimento appositamente studiati (vedi immagini di: cartello settoriale regionale, provinciale, di località...).

Si auspica comunque un uso integrato dei cartelli segnaletici attraverso in protocollo da redigere tra l'Associazione Europea delle Vie Francigene, MiBAC e le Regioni per raggiungere l'uniformità nella segnalazione dell'itinerario.

Cartelli direzionali:
Questi segnali, integrati con il logo del pellegrino e il simbolo della Via Francigena stilizzato (si veda azione 10 - marchio 3), servono ad indicare oltre alla semplice direzione da seguire anche eventuali incroci con altri itinerari o aree monumentali ed i vari tipi di itinerario (pedonale, ciclistico, equestre e automobilistico).

Cartelli punti tappa:
Tali indicazioni sono integrate con il logo del pellegrino ed il simbolo della Via Francigena stilizzato.
Indicano i punti tappa presenti sui vari itinerari. In riferimento alla pannellistica da applicare nei punti tappa si consiglia di contestualizzare sempre la località nel più ampio percorso della Via Francigena segnalando, ad esempio, in quale posizione di essa ci si trovi e a quale distanza da Roma.

Cartelli CAI:
Segnaletica per il percorso pedonale. Oltre alle indicazioni del MiBAC rispetta le caratteristiche della cartellonistica utilizzata dal CAI (Club Alpino Italiano).

Cartelli settoriali / monumenti:
Segnali di informazione per Regioni, Province, Comuni, località e monumenti con il logo del pellegrino e quello della Via Francigena stilizzato.
Presentano informazioni di carattere storico, di percorso, turistico – ricettivo ed informativo.

Cartelli autostradali:
Due sono le tipologie: un cartello di indicazione in prossimità del casello; un cartello di promozione per indicare che, all'uscita successiva, la località è toccata dalla Via Francigena.
Per l'applicazione della cartellonistica autostradale, è necessario che le Regioni e le Province stipulino accordi con le varie società autostradali.

2.2 Caratteristiche dei cartelli per utenza ampliata

Collocazione della cartellonistica:
distanza dal bordo del sentiero: circa 30cm posizionata verso l'esterno
altezza da terra: compresa tra i 140 ed i 170cm
Se di tipo a bandiera (ossia sporgenti verso il percorso) l'altezza minima del bordo inferiore dovrà essere di 210cm.
Caratteristiche delle informazioni:

- le informazioni su tali supporti possono essere veicolate tramite testo e/o icone;
- le informazioni scritte devono essere precise e sintetiche;
- le icone devono essere di semplice ed immediata comprensione.

Caratteristiche realizzative:
Il carattere di testo dovrà essere di carattere simile ad "Helvetica" o "Verdana", in maiuscolo e sufficientemente grande per la lettura da parte di tutti gli utenti.
Il colore del fondo di supporto dovrà essere contrastante con quello delle scritte e icone.

Il colore del fondo di supporto dovrà essere contrastante anche con il colore dominante dell'ambiente in cui verrà inserito.

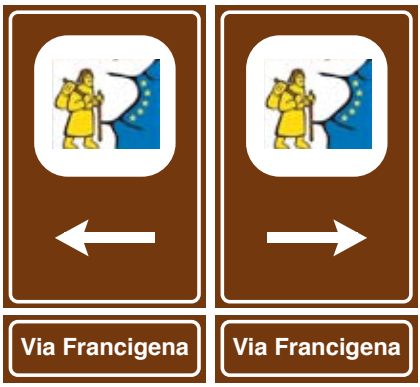
Nel caso di targhe o piccoli pannelli, per realizzare una soluzione fruibile per tutti gli utenti, il testo potrebbe essere in rilievo.
Caratteri a rilievo:
altezza: tra i 15 – 60mm
larghezza: non inferiore a 2mm
altezza rilievo: 4 – 6mm
Per ulteriori caratteristiche dimensionali è opportuno fare riferimento alla norma UNI 8207.

Mappe tattili a rilievo e plastici.
Tali strumenti, alloggiati su idonei supporti, dovranno essere collocati in punti significativi dei percorsi.
Caratteristiche:
altezza da terra: 90cm
inclinazione: 0 – 30° (preferibile 30°)
necessario spazio sottostante per l'avvicinamento di utenti in carrozzina
testo con caratteri a rilievo (per mappe tattili anche caratteri Braille)
informazioni precise e sintetiche.

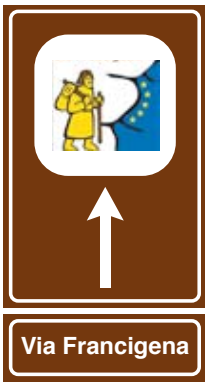
Formati e caratteristiche secondo norme della segnaletica stradale.

2.3 Esempi di cartelli

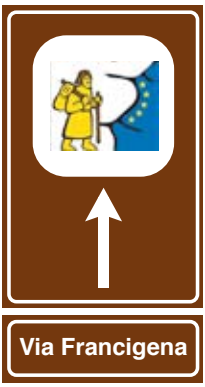
1) CARTELLO DIREZIONALE



2) CARTELLO DIREZIONALE AREE MONUMENTALI



3) CARTELLO DIREZIONALE INTERSEZIONE CON ALTRI PERCORSI



4) CARTELLO DIREZIONALE TERRITORIALE

5) CARTELLO PUNTO TAPPA

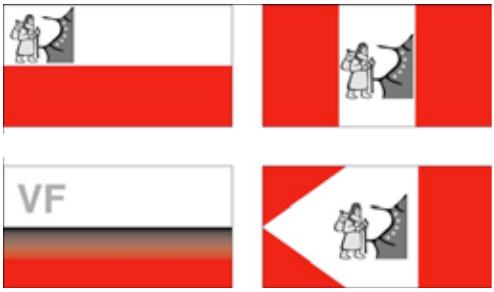
6) FRECCE DIREZIONALI

7) CARTELLO ESCURSIONISTICO

8) SEGNAVIA ESCURSIONISTICO

9) CARTELLI DIREZIONALI CAI

10) CARTELLI CONFERMA CAI



11) CIPPO STRADALE

12) CARTELLO SETTORIALE REGIONALE

13) CARTELLO SETTORIALE PROVINCIALE

14) CARTELLO SETTORIALE LOCALITA'

15) CARTELLO MONUMENTO

15) CARTELLI AUTOSTRADALI PROMOZIONALI

16) CARTELLO DIREZIONALE AUTOSTRADALE

2.4 Best Practices

Le eccellenze relative alla segnaletica sono state realizzate da:

- Ministero per i Beni e le Attività Culturali
- Ministero delle Politiche Agricole
- Associazione Europea delle Vie Francigene (si veda dossier ricognitivo capitolo 4.2.2)
- Regione Val D'Aosta (si veda dossier ricognitivo capitolo 1.1.1 - CD)

a cura di: **OPENUP**

AZIONE 3

Individuazione di standard comuni nell'erogazione dei servizi di accoglienza e informazione

3.1 Premessa

3.2 Definizione di accoglienza turistica

3.3 Definizione di informazione turistica

3.4 Sviluppo del territorio: fare sistema di "reti" locali

3.5 Standard di qualità nei servizi di accoglienza turistica

3.6 Standard di qualità nei servizi di informazione turistica

3.6.1 Organizzazione turistica
3.6.2 Uffici di informazione e accoglienza turistica
3.6.3 Il personale addetto

3.7 Call center

3.7.1 Il servizio fornirà
3.7.2 Il servizio sarà strutturato su due livelli

3.8 Apertura info point

3.9 Reti internet per le info su rete

3.10 Copertura delle informazioni servizio intranet

3.11 Distribuzione di materiale informativo

3.12 Produzione e distribuzione di guide sui servizi e percorsi di mobilità locale

3.13 La comunicazione attraverso luoghi non tradizionalmete deputati al servizio

3.14 Partecipazione dei cittadini e gestione dei reclami

3.15 Il ruolo delle Associazioni e del volontariato

3.1 Premessa

I servizi di accoglienza e prima informazione rappresentano un'attività essenziale nell'ambito degli uffici addetti all'assistenza del turista.
Al fine di garantire al pellegrino che percorre le località lungo l'itinerario della Via Francigena una qualità standard dei servizi informativi, è necessario individuare criteri comuni per l'erogazione dei servizi di accoglienza ed informazione che siano conformi e coerenti in termini di qualità e contenuti.
Il principio fondamentale da assumere nel processo di individuazione di criteri comuni è quello della soddisfazione delle esigenze e delle richieste del turista, per il quale i servizi di informazione, accoglienza ed assistenza turistica devono essere finalizzati a soddisfare i bisogni degli utenti nel rispetto dei principi di cortesia, uguaglianza, imparzialità, continuità, partecipazione, efficienza ed efficacia, chiarezza e com-

prensibilità del linguaggio, poiché sono di fatto la vetrina del territorio e la sua carta d'ingresso.
L'attività di informazione ed accoglienza turistica persegue l'obiettivo del progressivo miglioramento dei servizi resi attraverso la gestione ottimale delle risorse a disposizione, l'erogazione di un servizio chiaro, aggiornato, pertinente e rispondente alle attese dell'utente. Occorre dunque individuare fattori di qualità del servizio di informazione ed accoglienza a cui associare standard di qualità, ovvero i valori che gli indicatori di qualità devono assumere affinché la qualità sia soddisfacente. I fattori di qualità costituiscono gli aspetti percepibili e valutabili sia da chi programma e gestisce il servizio (qualità erogata) che dagli utenti (qualità percepita): vengono infatti attribuiti ad essi misure di carattere qualitativo e/o quantitativo e gli utenti esprimono in merito il loro livello di soddisfazione. L'adozione di standard comuni nell'erogazione dei servizi informativi non solo apporta benefici agli utenti, ma anche agli uffici preposti, in termini di:

- aumento dell'efficienza nell'erogazione dei servizi agli ospiti;
- diminuzione del lavoro interno all'Ente grazie alla reingegnerizzazione dei processi di back office;
- sviluppo di procedure di e-government in grado di snellire e velocizzare le procedure interne;
- creazione di un modello cooperativo tra gli Enti;
- condivisione del patrimonio di esperienza degli Enti;
- aumento del grado di informatizzazione e della professionalità interna agli Enti.

In sintesi, obiettivo dell'azione è:

- erogare servizi al viaggiatore/turista/pellegrino in modo sempre più avanzato e innovativo;
- migliorare l'efficienza operativa interna consentendo l'accesso telematico ai servizi offerti, anche grazie alle nuove frontiere della tecnologia.

All'azione 10 del presente manuale, sono approfonditi gli aspetti relativi alla realizzazione di linee di immagine coordinata adeguandosi alle quali si potranno realizzare, lungo tutto il percorso della Via Francigena, sia nel tracciato principale e nelle varianti che nelle altre Vie Romee e negli itinerari minori, strumenti di comunicazione. Le Regioni con gli Enti Locali coinvolti dovranno occuparsi di tutti gli strumenti legati all'informazione e promozione del percorso, mentre agli operatori sono demandati tutti gli strumenti di promozione e vendita.

3.2 Definizione di accoglienza turistica

L'accoglienza turistica è un fattore sempre più determinante per lo sviluppo turistico: il "quadro di accoglienza" di una città o di un'area turistica assume un'importanza strategica, quale principale strumento di promozione a disposizione degli operatori turistici, poiché elemento in grado di "far ritornare" viaggiatori/turisti/pellegrini in una località. La capacità di offrire servizi qualitativamente ineccepibili in termini di cordialità, capacità di comunicare, competenza e professionalità, ha ricadute positive nel flusso turistico e sullo sviluppo dell'economia del territorio. Si terranno presenti politiche e "buone pratiche" di accoglienza turistica già sperimentate nelle Regioni coinvolte, per incentivare negli operatori del settore – funzionari pubblici, tour operators, operatori della ristorazione e ricettività – una sensibilità ed una educazione centrate sulla "cultura dell'accoglienza e cura del turista".

3.3 Definizione di informazione turistica

Per informazione turistica si intende fornire al viaggiatore/turista/pellegrino l'insieme completo ed esaustivo delle informazioni necessarie per usufruire al meglio del proprio soggiorno. Una corretta comunicazione ed un efficace sistema relazionale sono alla base della qualità dei servizi erogati e costituiscono uno dei fattori fondamentali di creazione della percezione positiva del turista relativamente al servizio erogato.

3.4 Sviluppo del territorio: fare sistema di "reti" locali

Il concetto di "sistema" tra gli attori del territorio è legato alla volontà condivisa di strutturarsi, crescere, promuoversi. Agendo secondo regole e principi condivisi non solo si migliora l'immagine del territorio verso l'esterno valorizzandone i punti di forza e di attrattività, ma si possono ridurre sprechi semplificando le procedure burocratiche per l'erogazione dei servizi.
Fare sistema significa:

- essere capaci di costruire una rete di beni, servizi ed infrastrutture, materiali ed immateriali, tali da dare autorevolezza al territorio e alle sue istituzioni;
- affrontare la competizione, sia a livello nazionale che internazionale, unendo risorse e competenze del territorio.

Fare sistema è importante per:
- favorire la definizione di modelli di relazione e regole condivise;
- attivare scambio di know-how;
- condividere progetti per lo sviluppo turistico del territorio;
- promuovere il miglioramento e l'innovazione dell'azione degli uffici pubblici preposti all'erogazione delle informazioni turistiche;
- produrre integrazione delle politiche di accoglienza, snellimento dei processi, semplificazione amministrativa.

I concetti di "sistema" e di "rete" sono connessi sia con il tema dell'"informazione" che della "accoglienza" turistica. Si può "fare rete" dal punto di vista degli aspetti gestionali e concreti dell'accoglienza attraverso:
- sviluppo delle infrastrutture e dei collegamenti;
- implementazione delle reti telematiche, internet e della tecnologia dell'informazione presso tutti gli uffici addetti all'accoglienza e all'erogazione dei servizi turistici.

Si può "fare rete" anche attraverso un'*azione congiunta degli stakeholders del territorio*, favorendo la connessione tra i soggetti che tradizionalmente forniscono assistenza ai turisti, dagli uffici pubblici – IAT, APT, Proloco, Comuni etc. - alle associazioni di volontariato cattoliche e laiche che offrono un prezioso contributo operativo.
In questo quadro, sono fondamentali la collaborazione, la comunicazione e l'interscambio di informazioni tra soggetti pubblici e privati, lungo tutto il percorso nazionale interessato dalla Via Francigena. In ogni Regione coinvolta, il viaggiatore/turista/pellegrino dovrà trovare lo stesso standard qualitativo di accoglienza ed informazione, ed i soggetti preposti all'erogazione di informazioni dovranno essere dotati degli stessi strumenti operativi e dello stesso background formativo.
Per garantire il coordinamento tra gli attori del territorio, è necessario attuare strumenti di cooperazione quali:
- politiche di *governance territoriale. Governance territoriale* può essere definita come un processo di coordinamento dei soggetti territoriali (istituzionali e non, pubblici e privati) e delle relative iniziative, finalizzato a:
  - condividere la visione di sviluppo (sostenibile) del territorio;
  - promuovere l'elaborazione e la successiva attuazione di iniziative territoriali coerenti con tale visione di sviluppo.

La Governance territoriale rappresenta una modalità di governo del territorio orientata al perseguimento di obiettivi di:
- coesione socio-economico-territoriale;
- sostenibilità dello sviluppo
- competitività.

Un altro strumento di cooperazione territoriale è la *stipula di protocolli d'intesa* tra gli Enti locali e gli operatori economici per condividere progetti di sviluppo locale. Il protocollo d'intesa è un vero e proprio "Patto territoriale" con il quale le Istituzioni locali, le aziende, i consorzi, le associazioni (in generale, gli stakeholders del territorio) si impegnano, secondo un programma a medio e lungo termine, a mettere a disposizione dello sviluppo della comunità locale le loro risorse.
Un esempio di un output positivo della collaborazione tra gli stakeholders è la redazione di un disciplinare (vedi Azione 7) che individua una serie di standard ai quali gli operatori turistici presenti sul territorio devono adeguarsi per assicurare modalità comuni di accoglienza e qualità. Anche la card del pellegrino (vedi Azione 11) presume la cooperazione degli Enti pubblici e privati locali.

3.5 Standard di qualità nei servizi di accoglienza turistica

Gli attori che erogano servizi di accoglienza turistica sono di natura pubblica, quindi IAT, Apt, Proloco, e di natura privata, ovvero gli operatori economici del settore ricettivo presenti sul territorio.
Gli uffici pubblici forniscono al turista informazioni sulle strutture ricettive presenti e, in generale, l'offerta turistica: alberghi, ristoranti, iniziative, soluzioni per il soggiorno.
L' operatore della promozione ed accoglienza deve essere in grado di promuovere l'offerta turistica di un'area, di fornire informazioni e consigli per orientare la scelta dei turisti e di gestire la relazione con gli

ospiti di una struttura ricettiva.
Gli standard di qualità nei servizi di accoglienza si riferiscono alla possibilità di trovare sul territorio i servizi minimi relativi a transfer, ricettività e ristorazione.
Gli IAT e gli altri Enti pubblici dovranno garantire uno standard di qualità nell'erogazione di servizi quali:

- booking. Il personale addetto dove fornire assistenza al viaggiatore/turista/pellegrino nella ricerca di disponibilità ricettiva ed eventualmente effettuare la prenotazione di strutture ricettive, prenotazioni e vendita di visite guidate in conformita delle normative regionali vigenti.
- transfer. Il personale addetto deve fornire informazioni circa gli orari dei mezzi di trasporto, la rete del trasporto locale e le varie modalità per raggiungere le località distribuite lungo il percorso della Via Francigena e le altre località sul territorio.

3.6 Standard di qualità nei servizi di informazione turistica

3.6.1 Organizzazione turistica

Valorizzare le risorse turistiche locali, favorire la loro conoscenza mediante l'attività di informazione, migliorare il sistema di accoglienza e di assistenza per i viaggiatori/turisti/pellegrini è compito di Agenzie di accoglienza e promozione turistica (APT...), degli IAT, delle Pro Loco a seconda del modello di organizzazione turistica che ciascuna Regione si è dato.

3.6.2 Uffici di informazione e accoglienza turistica

Gli uffici di informazione e accoglienza turistica

- forniscono assistenza ai viaggiatori/turisti/pellegrini, compresa la prenotazione di servizi ricettivi, turistici, di intrattenimento e di svago e la tutela del consumatore turistico;
- raccolgono e diffondono le informazioni turistiche riferite all'ambito di competenza, organizzando e coordinando a tal fine gli Uffici di informazione e accoglienza turistica e raccordandosi in un'ottica di sistema all'Agenzia per la promozione turistica.

3.6.3 Il personale addetto

Caratteristiche e funzioni

Le funzioni degli addetti all'informazione sono molteplici e devono garantire un'offerta informativa diversificata, completa ed esauriente che possa soddisfare la richiesta del turista pellegrino.
A tal fine, il personale dovrà essere opportunamente selezionato in base a criteri di preparazione specifica sul prodotto turistico, conoscenza delle lingue, sul marketing dell'accoglienza e nozioni di cultura e storia del territorio. Le eventuali lacune formative dovranno essere opportunamente colmate con specifici corsi di formazione, vedi azione 4.
Il numero dei dipendenti dell'ufficio dovrà presumibilmente essere, nei periodi di alta stagione, di due addetti, mentre per il resto dell'anno sarà sufficiente la presenza di un funzionario.
In particolare i compiti del personale sono:

- fornire informazioni precise e dettagliate sui servizi turistici presenti nel territorio di riferimento, con l'indicazione dei prezzi praticati sui trasporti, sui pubblici esercizi, sulle strutture congressuali, sui servizi di pubblica utilità;
- dare informazioni esaurienti sulle risorse storico-artistiche e naturalistiche e sulla relativa accessibilità, itinerari turistici, manifestazioni ed eventi, tempo libero e sport, indicando orari e localizzazioni;
- fornire informazioni generali sulle risorse turistiche e sull'offerta turistica del territorio interessato dal percorso della Via Francigena;
- fornire assistenza al viaggiatore/turista/pellegrino nella ricerca di disponibilità ricettiva ed eventualmente effettuare la prenotazione di strutture ricettive.

Formazione del personale

Affinché l'offerta informativa sia di alta qualità, è necessario che il personale addetto s'impegni a:

- adottare stili e tecniche di comunicazione appropriate per l'erogazione di informazioni turistiche anche in lingua straniera;

- individuare modalità e strumenti di comunicazione idonei alla presentazione dei servizi delle strutture ricettive e dell'offerta turistica presente nel territorio;
- individuare attese e bisogni dell'ospite per attivare soluzioni di servizi all'interno e all'esterno della struttura ricettiva;
- interpretare informazioni e segnali relativi a problemi di soggiorno;
- adottare modalità e tecniche di allestimento degli spazi dedicati al ricevimento in modo da renderli gradevoli e accoglienti;
- valutare la disponibilità di soluzioni di soggiorno interrogando i programmi in uso per la gestione delle prenotazioni;
- applicare le procedure in uso per la registrazione delle prenotazioni, degli arrivi e delle partenze.

Modulo formativo
Per la natura delle informazioni divulgate e affinché il servizio sia realmente di alta qualità è necessario che il personale venga formato attraverso un corso predisposto appositamente che comprenda moduli di:
- comunicazione e relazione interpersonale;
- lingua inglese e un'altra lingua comunitaria;
- manuale d'uso del programma telematico in dotazione;
- nozioni storico – culturali sulla "Via Francigena" e sul territorio;
- marketing dell'accoglienza.

E' importante sottolineare che una politica di reale attenzione all'utente può essere realmente efficace solo se viene sostenuta all'interno degli Enti ed uffici preposti da azioni di supporto al lavoro degli operatori, dalla condivisione di obiettivi e principi organizzativi e dalla maturazione di una cultura della comunicazione diffusa e coerente in tutto l'Ente.
A questo scopo, la realizzazione di una Carta dei Servizi del turista e pellegrino (vedi azione 9) ha la finalità di garantire l'uniformità delle modalità di accesso alle informazioni e di risposta alle istanze avanzate dai viaggiatori/turisti/pellegrini, disciplinare le attività di comunicazione e relazione con i cittadini singoli ed associati al fine di promuovere e garantire la trasparenza dell'azione amministrativa e attivare forme di ascolto permanenti finalizzate all'individuazione dei bisogni ed al miglioramento dei servizi e delle prestazioni, promuovendo anche la comunicazione interna quale strumento di sviluppo organizzativo.

Tempo e orari di apertura
Gli uffici di informazione turistica e di prima accoglienza dovrebbero osservare auspicabilmente un orario standard di apertura minima al pubblico (ore 9-13 e 14-16) per garantire la copertura giornaliera accordandosi con gli altri uffici più vicini. È auspicabile dotarsi di un numero verde per poter consentire al viaggiatore/turista/pellegrino di reperire le informazioni necessarie, anche in caso di chiusura dello sportello addetto (vedi "Numero Verde Forestale").
Gli uffici devono essere in grado di garantire standard temporali di risposta alle richieste di informazioni. In questo senso, ogni Regione dovrebbe dotarsi di uffici con strutture back office che curino in maniera omogenea ed uniforme tutti i servizi rivolti al turista ospite.
Dovrà essere inoltre garantito in ogni momento il rispetto del principio di uguaglianza e imparzialità nella soddisfazione delle richieste del viaggiatore/turista/pellegrino.

3.7 Call center

È auspicabile attivare un call center, collegato con quelli già esistenti, es. il Corpo Forestale, che fornisca assistenza ed informazioni 24 ore su 24.

3.7.1 Il servizio fornirà
- informazioni su orari, sedi e servizi degli uffici IAT;
- trasferirà la chiamata agli uffici competenti per territorio;
- raccoglierà lamentele, segnalazioni e suggerimenti da parte dei turisti;
- fornirà informazioni in italiano e almeno in altre tre lingue europee.

3.7.2 Il servizio sarà strutturato su due livelli

- Primo livello: accoglienza con operatori telefonici opportunamente formati che rispondono a domande del tipo "chi, dove, quando, come";
- Secondo livello: informazioni di tipo specialistico.

3.8 Apertura info point

Apertura di info point nei punti nevralgici del percorso, che forniscano informazione ed assistenza al viaggiatore/turista/pellegrino. Gli uffici devono essere dotati di strumenti informatici in grado di fornire un'assistenza basilare e permettere al viaggiatore/turista/pellegrino di aggiornarsi su eventi e manifestazioni del momento. I suddetti info point, devono essere collegati con tutte le realtà turistiche informative (associazioni albergatori, Iat, Proloco e Comuni).

3.9 Reti internet per le info su rete

Creazione di un portale internet, che consenta di mettere in rete tutte le informazioni degli operatori turistici, presenti sul territorio e l'aggiornamento in tempo reale.

3.10 Copertura delle informazioni servizio intranet

Messa a punto di un sistema intranet che permetta agli uffici nella filiera turistica di essere interconnessi, in modo tale da poter scambiare informazioni in tempo reale, agevolando il turista nel suo percorso. (vedi azioni 8 e 10)

3.11 Distribuzione di materiale informativo

Gli sportelli devono fornire informazioni precise, dettagliate ed esaurienti in relazione ai seguenti contenuti:

- servizi turistici;
- risorse storico–artistiche;
- itinerari turistici;
- edifici e funzioni religiose;
- manifestazioni ed eventi;
- trasporti
- pubblici esercizi;
- tempo libero e sport;
- disponibilità ricettiva ed eventuale prenotazione;
- servizi di pubblica utilità;
- emergenze.
- orari e localizzazioni;

Le informazioni sopra citate vengono divulgate dagli stessi operatori ma sono reperibili anche attraverso la consultazione di materiale informativo presente in ogni ufficio IAT. Compito del personale è quello di assicurarsi il continuo aggiornamento dei contenuti e supporti.
In particolare, il materiale informativo, disposto in punti liberamente accessibili all'utenza, è costituito da:

- brochure;
- volantini;
- flyer;
- locandine;
- guide turistiche;
- cartine con il percorso della "Via Francigena";
- carta stradale delle regioni;
- annuari delle strutture turistico - ricettive del territorio;
- calendari delle manifestazioni locali.

Il materiale di comunicazione deve presentare caratteristiche di omogeneità ed uniformità dal punto di vista dell'immagine e del layout.

3.12 Produzione e distribuzione di guide sui servizi e percorsi di mobilità locale

Saranno previsti lungo il percorso della Via Francigena una serie di supporti telematici e cartacei in grado di fornire informazioni su "come muoversi". Queste informazioni, rivolte sia ai residenti che ai viaggiatori/turisti/pellegrini, riguardano il sistema viario locale, la raggiungibilità dei servizi principali generali e di quelli dedicati al viaggiatore/turista/pellegrino(dalle banche ai musei, dagli alberghi ai siti di interesse turistico-culturale), i percorsi consigliati, il sistema di segnaletica presente, la possibilità di fruire di mezzi speciali (scooter elettrici, biciclette, noleggio auto, cavalli), le reperibilità di servizi di accompagnamento, con particolare attenzione rivolta ai turisti diversamente abili. Tutto questo renderà possibile mettere a sistema i servizi e le strutture presenti sul territorio, sviluppando la mobilità locale che costituisce l'indispensabile tessuto connettivo.

3.13 La comunicazione attraverso luoghi non tradizionalmete deputati al servizio

Appare opportuno erogare informazioni, anche in luoghi non tradizionalmente deputati per questa funzione. A tale fine, potranno essere installati pannelli informativi e totem in luoghi quali centri salute, negozi specializzati, luoghi del trasporto ed ovunque si possa entrare in un rapporto diretto con la domanda potenziale.

3.14 Partecipazione dei cittadini e gestione dei reclami

La partecipazione dei cittadini e dei viaggiatori/turisti/pellegrini deve essere garantita, attraverso la possibilità di esprimere osservazioni e suggerimenti in merito al miglioramento del servizio. A questo proposito, il personale addetto deve offrire assistenza al viaggiatore/turista/pellegrino per l'inoltro all'autorità competente di reclami per disservizi mettendo a disposizione specifici modelli e aiutando nella relativa compilazione.
In particolare, si occuperà di:

- predisposizione di moduli prestampati in più lingue per la segnalazione di disservizi;
- raccolta e registrazione dei reclami che pervengono sia in forma scritta che in forma orale.

L'analisi dei reclami tenderà a migliorare la qualità del servizio, capitalizzando le informazioni pervenute. Questo strumento, potrà essere utilizzato come valido programma di pianificazione di futuri interventi nell'erogazione dei servizi.

3.15 Il ruolo delle Associazioni e del volontariato

Al fine di garantire un servizio di assistenza completo, è opportuno che gli Enti locali preposti collaborino e coinvolgano le associazioni e il volontariato. Il compito di questi è fornire assistenza al viaggiatore/turista/pellegrino completando il sistema di accoglienza istituzionale.
Le Associazioni e il volontariato – laico e cattolico - contribuiscono, di concerto con gli Enti locali, allo sviluppo della Via Francigena ed a fornire assistenza a chi intenda percorrerne gli itinerari.
Gli "Amici delle Vie Francigene" sono le associazioni pubbliche e private, senza fini di lucro e non a scopo commerciale, che pur non versando contributi economici svolgono attività in sostegno del progetto complessivo di valorizzazione delle Vie Francigene e che hanno sottoscritto con l'Associazione Europea delle Vie Francigene un protocollo di intesa. Collaborano con Istituzioni comunali, provinciali, regionali e con le comunità locali, per rendere possibile il percorso a chi cammini con intenti culturali, ambientali, spirituali e non solo turistici.
Le Associazioni promuovono ed organizzano convegni e incontri di studio, attività culturali nelle scuole, realizzano pubblicazioni sulla Via Francigena, sugli itinerari e sui pellegrinaggi. Organizzano altresì escursioni, viaggi itineranti ed attività outdoor lungo il percorso.
Alcune Associazioni mettono a disposizione dei viaggiatori/turisti/pellegrini un vero e proprio servizio informazioni, in collegamento con gli uffici turistici locali, disponibile sul web attraverso un apposito motore di ricerca.

Associazione Europea delle Vie Francigene
Nell'aprile 2001 è nata l'Associazione dei Comuni italiani sulla Via Francigena, divenuta Associazione Europea delle Vie Francigene, un'iniziativa a cui aderiscono numerosi Enti Locali, fra i quali la capitale Roma, la città di Canterbury e la Comunità francese Artois-Lys. Gli Enti pubblici italiani ed europei collocati sulla

Via Francigena secondo l'itinerario di Sigerico si sono costituiti in Associazione al fine di valorizzare gli antichi percorsi, coinvolgere nuovi soggetti e nuove risorse da investire nella promozione culturale e turistica dei territori attraversati. L'Associazione si prefigge lo scopo di fornire una base comune ai diversi livelli di governo territoriale, consentendo ai rappresentanti locali e regionali di collaborare effettuando scambi di idee e di esperienze. Si propone inoltre di collaborare con analoghe associazioni italiane ed europee aventi i medesimi scopi.

Case study
**A titolo esemplificativo:*
La Confraternita dei Romei della Via Francigena è una Associazione laica europea che ha come scopo; approfondire le conoscenze storiche, culturali e religiose legate agli Itinerari Europei di Pellegrinaggio e in particolare della Via Francigena. La Confraternita organizza la struttura degli itinerari finalizzati al recupero totale della Via Francigena, cataloga, organizza e promuove la localizzazione dei posti tappa, i cosiddetti "Rifugi dei Pellegrini", in collaborazione con le Autorità Ecclesiastiche e Civili competenti, presso parrocchie, Organizzazioni Religiose, Comuni e Associazioni, situati sul percorso o nelle immediate vicinanze, per garantire una minima e sufficiente ospitalità nell'autentico spirito di accoglienza del viaggiatore/turista/pellegrino.
Tra le associazioni che operano lungo l'itinerario della Via Francigena, da segnalare:

- Confraternita dei Romei della Via Francigena
- Giovane Montagna
- MASCI (Movimento Adulti Scout Cattolici Italiani)
- CAI
- I Pellegrini della Via Francigena
- Association Internationale Via Francigena
- Compagnia di Sigerico
- Iubilantes Onlus
- Coop. Turismonatura
- Associazione Sport, Ambiente e natura "Su e Giù"
- Fraternita di Misericordia di San Miniato Basso
- Associazione Provinciale Cavalieri Senesi
- Alia Musica
- Amici della Via Francigena (Vercelli)
- Comitato Civico Pro Via Francigena o Romea
- Gruppo Scout AGESCI Monteroni d'Arbia1
- Punti di Vista
- FIE (Federazione Italiana Escursionismo)
- Associazione Altair
- Serra Morena
- Associazione Eta Beta Onlus
- Circolo InCammino
- La Comunità Toscana "Il Pellegrino"
- Associazione storico-artistico-culturale "Ingegnere Carlo Cecchini"

La procedura di accreditamento delle Associazioni di volontariato
Affinché sia garantito il rispetto degli standard di qualità nell'esercizio delle funzioni di assistenza al viaggiatore/turista/pellegrino, è richiesto alle Associazioni di volontariato l'iscrizione nel registro regionale del Volontariato che permette, inoltre, di stipulare convenzioni con la Regione o con gli altri Enti pubblici, accedere a bandi di finanziamento per lo svolgimento di interventi o la gestione di servizi o strutture di carattere sociale.
I requisiti richiesti per accedere al procedimento di accreditamento sono divisi tra requisiti di idoneità formale, requisiti di efficacia/efficienza e requisiti di penetrazione e inclusione sociale.
I soggetti che aderiscono devono mantenere nel tempo gli standard di qualità richiesti e specializzazioni dichiarate a meno che non ne sia stata fatta motivata variazione.
Inoltre, per essere accreditati come associazioni "amiche" della Via Francigena è necessario che le loro attività siano attinenti al concetto di Via Francigena nella sua complessità, considerandolo come cammino di pellegrinaggio e/o come prodotto turistico, rispettando comunque nelle modalità di azione i principi di solidarietà, rispetto delle diversità, rispetto dell'ambiente, rispetto della storia e cultura del territorio. Gli organismi preposti al controllo di ciò saranno le Province di riferimento.

a cura di: **OPENUP**

AZIONE 4

I criteri generali per garantire l'informazione e accoglienza locale lungo il percorso

4.1 Premessa

4.2 I punti tappa

4.2.1 I punti tappa lungo il percorso automobilistico

4.3 Le Credenziali del Pellegrino

4.4 Aree Attrezzate

4.5 Come garantire l'accoglienza lungo il percorso

4.5.1 Le strutture ricettive
4.5.2 La ristorazione
4.5.3 La rete del trasporto locale
4.5.4 Assistenza tecnica

4.6 Come garantire l'informazione lungo il percorso

4.6.1 Info point e IAT
4.6.2 Diffusione del materiale informativo nel territorio locale

4.1 Premessa

Per assicurare una corretta assistenza e una capillare informazione dei servizi offerti e delle attività presenti nel territorio è necessario individuare criteri generali a cui si dovranno conformare gli Enti locali e le imprese ricettive dell'area. Al fine di agevolare la permanenza del viaggiatore/turista/pellegrino è auspicabile che si crei un servizio informativo di facile accesso e che copra tutto il territorio nelle diverse realtà.
Il percorso italiano della Via Francigena è ben definito secondo il percorso di Sigerico e interessa le seguenti Regioni e Province:
Valle d'Aosta (Aosta); Piemonte (Ivrea, Biella, Torino,Vercelli); Lombardia (Lodi, Pavia); Emilia Romagna (Piacenza, Parma); Liguria (La Spezia); Toscana (Massa Carrara, Lucca, Pisa, Firenze, Siena); Lazio (Viterbo; Roma).
E' dunque opportuno che lungo il cammino – ad ogni punto tappa – e lungo il percorso i turisti pellegrini possano individuare:

- punti di ristoro e assistenza;
- gli uffici preposti all'erogazione del servizio informazione e accoglienza;
- i luoghi (parrocchie, associazioni, municipi, uffici di informazione) presso cui possa essere apposto il timbro sulla Credenziale del Pellegrino.

I punti di ristoro e gli uffici di informazione e accoglienza turistica debbono rispettare standard qualitativi sia per quanto riguarda le caratteristiche strutturali, sia per quanto riguarda la qualità del servizio erogato (vedi Azione 3 e Azione 5).

4.2 I punti tappa

I punti tappa devono essere individuabili e immediatamente identificabili grazie ad una segnaletica chiara ed uniforme. Sarebbe opportuno associare ad ogni tappa un elemento identificativo e di valore simbolico che rappresenti la Via Francigena.Molti sono gli esempi come la colonna del Pellegrino a Soprarivo di Calendasco, antico porto della Via Francigena, o l'arco / porta lungo il cammino di Santiago De Compostela.

Per la Via Francigena potrebbe essere proposta simbolicamente una "Porta". Presente presso ogni punto tappa, sarebbe il simbolo dell'accoglienza e dell'ospitalità e rappresenterebbe il senso del viaggiare, della partenza e dell'arrivo. Per renderla sia simbolo della "Via Francigena" che del territorio percorso sarebbe opportuno farla realizzare da artisti locali in modo da valorizzare le risorse artistiche e umane del luogo seguendo delle linee guida uniformi per tutto il percorso (dovrà essere presente il marchio scelto e riconosciuto rappresentato nei colori, forma e dimensione prestabiliti). Inoltre sarà individuato per ogni tappa un luogo (inteso come monumento, museo, chiesa etc.) simbolo del territorio e significativo per valore storico, culturale o ambientale. Ad ogni tappa il viaggiatore/turista/pellegrino dovrà essere assistito nei suoi bisogni ed emergenze, pertanto in prossimità dovrebbero essere presenti:

- aree attrezzate;
- info point.

4.2.1 I punti tappa lungo il percorso automobilistico

Diversa invece dovrà essere la "vocazione" dei punti tappa lungo il percorso automobilistico, che, collocati ogni 70/100km, saranno deputati a:

- fornire informazioni;
- comunicare la Via Francigena;
- pubblicizzare e promuovere l'intero percorso segnalando la distanza da Roma e fornendo indicazioni quali: km di distanza dai luoghi di maggior interesse artistico, culturale, storico o con particolari tipicità.

Per segnalare il percorso "via Francigena" lungo il percorso automobilistico, dovranno essere presi accordi specifici con le Province ed i gestori delle reti stradali interessate per collocare ad ogni punto tappa cartellonistica, segnaletica totem e quant'altro con caratteristiche grafiche e layout coordinati con quanto previsto lungo il percorso pedonale originale (vedi azione 2 e azione 10).

4.3 Le Credenziali del Pellegrino

Le Credenziali del Pellegrino sono un pieghevole personale, una "carta d'identità" che il pellegrino compilerà durante il suo viaggio, a prova e ricordo del cammino compiuto. Presentandolo agli Enti che lo ospiteranno (parrocchie, municipi, altro), nelle tappe più significative del viaggio, è possibile riceverere un timbro da ciascuno di essi, fino al completamento del cammino. La Credenziale può essere ottenuta facendone richiesta all'Associazione Europea delle Vie Francigene oppure ritirandola personalmente presso l'Ufficio del Turismo del Comune di Fidenza. La Credenziale viene distribuita anche da altre associazioni: Iubilantes, Confraternita dei Romei, Association Via Francigena, Confraternita di San Jacopo di Compostela, Eurovia. Opera Romana Pellegrinaggi ha attivato presso il suo ufficio di piazza San Pietro (piazza Pio XII, 9) un nuovo servizio di accoglienza riservato a tutti i pellegrini in viaggio sui "Cammini d' Europa", sulle vie Francigene e sui Cammini di Santiago.I pellegrini che avranno percorso almeno gli ultimo 100 Km a piedi potranno ricevere, presentando la credenziale, il Testimonium. Presso l'ufficio di San Pietro dell' Opera Romana Pellegrinaggi, chiunque sia desideroso di affrontare l'avventura di ripercorrere a piedi, in autobus o in macchina le storiche vie della Fede, potrà ricevere tutte le informazioni utili ed una serie di cataloghi contenenti approfondimenti e proposte. Presso il punto d' accoglienza sarà possibile anche prenotare gli itinerari proposti dall' Opera Romana Pellegrinaggi all'interno del catalogo "I Cammini d' Europa".

4.4 Aree Attrezzate

La funzione delle aree attrezzate è quella di accogliere il turista e fornire servizi minimi di accoglienza.
In particolare, dovrebbe essere garantita la presenza di:

- toilette, nursery;
- acqua potabile;
- servizio di primo soccorso;
- parcheggio mezzi privati (auto, camper, pullman);
- indicazioni della posizione geografica e dei percorsi per raggiungere info-point, ed altri uffici di prima necessità;
- possibilità di accedere ai mezzi pubblici per raggiungere località vicine al percorso Via Francigena.

Queste aree non devono avere barriere architettoniche e rispettare le esigenze del turista con bisogni speciali.

4.5 Come garantire l'accoglienza lungo il percorso

4.5.1 Le strutture ricettive

Il servizio di accoglienza in strutture ricettive deve essere garantito ad ogni tappa, pertanto il compito degli Enti locali preposti è quello di verificare le strutture presenti ed eventualmente indicare potenziali edifici (permanenti o temporanei) da ristrutturare o creare *ex novo* al fine di assicurare la presenza di strutture ricettive che accolgano il pellegrino durante tutto il corso dell'anno.
E' necessario che lungo il percorso sia garantita la presenza di:

- alberghi;
- affitta camere, B&B;
- ostelli;
- campeggi.

4.5.2 La ristorazione

E' necessario che gli Enti locali preposti effettuino una mappatura delle strutture adibite alla ristorazione presenti sul territorio.
Ad ogni tappa dovrebbero essere garantiti:

- dispenser di alimenti e bevande;
- ristoranti, osterie, trattorie;
- bar;
- negozi del settore alimentare con tipicità locali.

4.5.3 La rete del trasporto locale

E' auspicabile che grazie ad una collaborazione tra gli Enti locali preposti e società di trasporti pubblici il territorio possa essere coperto nella sua completezza in modo da agevolare la mobilità del turista pellegrino nei luoghi attraversati dalla Via Francigena. Particolare attenzione va poi rivolta alla reperibilità di servizi di accompagnamento per i turisti con bisogni speciali. Inoltre, dovrebbe essere censite anche le attività di noleggio di auto, cicli, motocicli etc. al fine di favorire il trasporto privato.
Gli uffici di informazione turistica devono garantire:

- informazioni sulla rete dei trasporti locali;
- informazioni su prenotazioni e-booking;
- informazioni su eventuali agevolazioni e facilities.

4.5.4 Assistenza tecnica

E' opportuno che sia garantita l'assistenza tecnica per i pellegrini biker e per chi viaggia a cavallo.
Gli Enti locali preposti devono censire le strutture che erogano tali servizi nel territorio al fine di poter informare il viaggiatore/turista/pellegrino che necessita di tale assistenza ed evitare l'esercizio di attività a chi non rispetti principi etici di rispetto degli animali. Deve essere garantita la copertura del segnale "GPRS" e "UMTS" in tutto il percorso, per motivi di sicurezza. I pellegrini non devono mai sentirsi in situazioni di abbandono o di scarsa sicurezza.

4.6 Come garantire l'informazione lungo il percorso

4.6.1 Info point e IAT

È necessario che in prossimità dei "punti tappa" vengano individuate le strutture atte a fornire al pellegrino il servizio di informazione e assistenza.
Si ritiene necessario che gli Enti locali preposti realizzino una mappatura delle strutture presenti sul territorio, in particolare:

- di strutture utilizzabili;
- di edifici da ristrutturare;
- nel caso di assenza di questi, procedere alla loro costruzione con l'utilizzo di prefabbricati.

Gli edifici individuati dovranno rispondere a standard qualitativi strutturali previsti nell'Azione 5.
La funzione informativa svolta dagli Info Point e dagli IAT è molto importante in quanto questi rappresentano il primo contatto tra il viaggiatore/turista/pellegrino e il territorio ospitante.
Gli uffici devono dare informazioni su:

- strutture ricettive (alberghi, ostelli, affitta camere, B&B, campeggi);
- ristorazione (ristoranti, bar, alimentari);
- manifestazioni ed eventi;
- musei;
- funzioni religiose;
- servizi (banche, poste);
- servizi di primo soccorso;
- servizi di sicurezza;
- negozi e aree shopping;
- aree di interesse turistico (spiagge, laghi, parchi);
- trasporti;
- altri servizi turistici (guide turistiche, noleggi vari).

Per un servizio di informazione efficace ed efficiente è necessario che il personale impiegato negli uffici di informazione sia competente, ciò grazie ad una preselezione del personale e ad una preparazione mirata attuata attraverso un modulo formativo *ad hoc*. La diffusione di informazioni deve essere soddisfatta attraverso supporti cartacei aggiornati e coordinati dal punto di vista grafico e contenutistico (vedi Azione 3). L'informazione va progettata in funzione della diversa tipologia di utente e divulgata in modo integrato. Dovranno essere previsti contenuti informativi capaci di soddisfare le diverse esigenze dei target di pellegrino:

- famiglia con bambini;
- giovani;
- anziani;
- turista singolo;
- turista organizzato;
- turista diversamente abile.

Deve realizzarsi una diffusione integrata del materiale informativo attraverso vari canali di comunicazione (stampa, internet). Al fine di agevolare l'accesso all'informazione è necessario tener conto delle esigenze delle persone con bisogni speciali, e pensare a tipologie di format utilizzabili per sostenere la diffusione dell'informazione in questi casi specifici. Ciò che è importante sottolineare è che una diffusione del materiale informativo è tanto più capillare quanto più coinvolge i vari soggetti presenti sul territorio (vedi Azione 3). Per migliorare l'efficienza, gli uffici potrebbero essere dotati di video terminali collegati con tutte le realtà turistiche informative (Ass. Albergatori, Iat, Proloco, Comuni) presenti nel territorio per consentire al turista di aggiornarsi su eventi e manifestazioni della giornata/serata o della settimana. E' importante l'apporto di sistemi telematici utilizzando reti intranet (per creare una rete tra gli uffici pubblici e aziende turistiche) e reti internet (per consentire la messa in rete delle informazioni turistiche rendendole facilmente accessibili all'utenza). La creazione di reti informative, infatti, consente una lettura più articolata su come effettivamente si presenta una località nel suo insieme ed assume sempre più valore la possibilità di reperire informazioni in tempo reale attraverso l'accesso ad una rete di banche dati gestita, coordinata, aggiornata e certificata.

4.6.2 Diffusione del materiale informativo nel territorio locale

Come già sottolineato, una mappatura del territorio svolta dalla Provincia permette di individuare quei soggetti presenti che rappresentano l'offerta turistica locale. Gli stessi soggetti, però, divengono potenzialmente anche luoghi di distribuzione dell'informazione creando una rete realmente distribuita su tutto il territorio coinvolto. Sarebbe, quindi, opportuno procedere alla distribuzione di guide e materiali informativi aggiornati ed attendibili nelle agenzie di viaggio, nelle strutture ricettive e nei centri di distribuzione dell'informazione, ma anche nei luoghi non tradizionalmente deputati al servizio (shopping, centri benessere, servizi generali, stazioni). Divengono così luoghi dell'informazione i centri benessere, i negozi specializzati, i luoghi del trasporto, e in generale ovunque si pensi di poter avere un rapporto diretto con la domanda potenziale. I servizi in loco direttamente rivolti al turista, rispondono a specifiche motivazioni di vacanza (cultura, enogastronomia, shopping, sport, eventi, manifestazioni, natura, balneare). Ciascuno di essi presuppone da parte dell'offerta un'azione informativa forte, spesso in grado di innescare il processo di decisione da parte della domanda. La collocazione di queste informazioni nei luoghi non tradizionalmente considerati di "informazione turistica" assume sempre più rilevanza nella gestione delle azioni di marketing.

a cura di: **OPENUP**

AZIONE 5

Individuazione di standard strutturali degli uffici pubblici di informazione e accoglienza turistica

5.1 Premessa

5.2 Principi

5.2.1 Customer Satisfaction
5.2.2 Fattori di accessibilità

5.3 Raggiungere l'ufficio IAT

5.4 Assenza di barriere architettoniche

5.5 Fattori di qualità strutturale

5.5.1 Servizio di accoglienza
5.5.2 Servizio di informazione

5.6 Promozione

5.1 Premessa

Gli uffici IAT svolgono funzioni d'accoglienza ed informazione su ogni aspetto che possa agevolare la permanenza del viaggiatore/turista/pellegrino sul territorio.
Al fine di soddisfare le attese dell'utenza in fatto di informazione e accoglienza turistica è necessario individuare standard comuni a cui gli uffici Iat dovranno attenersi nella gestione degli spazi e nell'espletamento dei compiti loro assegnati. Queste norme saranno pensate per essere garanzia di qualità per il viaggiatore/turista/pellegrino e al tempo stesso un modello di gestione per gli addetti agli uffici in modo da rendere l'erogazione del servizio più efficace ed efficiente.

5.2 Principi

5.2.1 Customer Satisfaction

Gli standard individuati (fattori di accessibilità e fattori strutturali) sono stati concepiti per la soddisfazione del viaggiatore/turista/pellegrino, soggetto attento alla qualità dei servizi offerti e sempre più esigente nella richiesta di un'offerta turistica personalizzata.
Così, gli uffici di informazione e accoglienza turistica diventano il "luogo" a disposizione del viaggiatore/turista/pellegrino - dove recepire informazioni per creare la propria esperienza turistica nel territorio.
Gli uffici vengono, quindi, concepiti intorno al turista stesso al fine di agevolare il soddisfacimento delle proprie esigenze in termini di:

- accoglienza;
- informazione;
- booking.

5.2.2 Fattori di accessibilità

L'accessibilità in questo contesto è concepita nel significato più ampio del termine cioè come possibilità di raggiungere e accedere alla struttura e ai servizi erogati senza difficoltà o ostacoli.

5.3 Raggiungere l'ufficio IAT

La collocazione dell'ufficio è concepita strategicamente nel territorio in modo da essere facilmente raggiungibile con mezzi pubblici o privati e quanto più possibile vicina alla Via Francigena.
Pertanto verrà ridefinita e ampliata la segnaletica stradale di avvicinamento alla rete IAT e a ogni singolo ufficio.
È necessaria la presenza di una segnaletica esterna all'ufficio:

- chiara (esposizione di un cartello di riconoscimento e del marchio approvato dalla Regione), per orientare e rendere visibile l'ufficio all'utenza;
- uniforme per tutti gli uffici dislocati lungo il percorso della Via Francigena, in modo da garantire un' immediata identificazione.

È opportuno che fuori dell'edificio vengano affissi:

- una cartina del luogo e del percorso della Via Francigena in modo da orientare il turista pellegrino;
- il calendario e gli orari di apertura dell' ufficio.

5.4 Assenza di barriere architettoniche

In base alla normativa esistente[1], la struttura dell'edificio IAT deve permettere alle persone con bisogni speciali il libero accesso all'ufficio, alla toilette ed ai vani interni e la naturale permanenza. Inoltre è tutelato il libero accesso alle postazioni internet – con video per ipovedenti - e al materiale informativo (cartaceo e multimediale).
E' necessario che gli accessi, se presentano ostacoli (scale), dispongano di rampe, servoscala o montacarichi che permettano l'accesso alle persone in carrozzina, ma anche bambini in passeggino, agli anziani e a persone con mobilità ridotta.
Per quanto riguarda l'accessibilità al materiale informativo, si rimanda a quanto illustrato nell'azione 10.

[1] Barriere architettoniche: D. P. R. 24/07/1996 n. 503,
Accessibilità agli strumenti informatici: L. 09/01/2004 n. 4.

5.5 Fattori di qualità strutturale

L' ufficio IAT diviene il luogo in cui il viaggiatore/turista/pellegrino viene accolto e le proprie necessità possono essere soddisfatte sia autonomamente che con l'aiuto del personale addetto. Un luogo in cui sia facilmente comprensibile la suddivisione degli spazi in relazione alle funzioni svolte.

5.5.1 Servizio di accoglienza

Ogni ufficio IAT deve munirsi di una seduta comoda che comunichi senso di accoglienza e cura per il viaggiatore/turista/pellegrino appena arrivato e che permetta un' attesa confortevole per gli utenti che devono interagire con l'operatore. Un ambiente dotato di comfort semplici ed essenziali, come la possibilità di accedere ad erogatori dell'acqua potabile.

5.5.2 Servizio di informazione

Interno

Il back-office viene pensato secondo una concezione innovativa volta a superare la sensazione di divisione tra operatore e utente. Per questo motivo, si indicherà la rimozione del vetro divisorio laddove è presente e la riduzione delle dimensioni del bancone anche per agevolare l'approccio del viaggiatore/turista/pellegrino con bisogni speciali.
La postazione internet è un elemento caratterizzante la struttura dell' ufficio IAT. Il viaggiatore/turista/pellegrino dovrebbe poter accedere gratuitamente alla connessione Internet e ad un portale dei servizi della "Via Francigena".

Gli uffici turistici si doteranno di:

- due o più terminali per accedere alla "rete";
- accesso wireless per permettere al turista di "navigare" con il proprio PC o Laptop;
- strumenti di supporto (stampante, prese di ricarica, altro).

Esterno
Le pareti esterne devono fornire materiale informativo per chi raggiunge l'ufficio negli orari di non apertura, tramite locandine e una bacheca.
Ovviamente è necessario che siano ben visibili il calendario e gli orari di apertura dell'ufficio, il recapito telefonico, il numero verde, l'indirizzo e–mail ed un eventuale altro numero di un ufficio URP o ATP a cui far riferimento.
L'arredamento dell'ufficio deve essere confortevole, dare una sensazione di accoglienza e allo stesso tempo essere funzionale.
Si prospetta come obiettivo di miglioramento l'impiego, per la costruzione o ristrutturazione e per l'arredamento dell'edificio, di materiali conformi ai principi dell'architettura sostenibile e l'impiego di impianti energetici a basso consumo.
Sarà predisposto un "set di ricarica" dove il viaggiatore/turista/pellegrino potrà ricaricare palmari, cellulari e altre apparecchiature elettroniche. Inoltre, dove possibile, colonnine di ricarica per mezzi di trasporto a basso impatto ambientale.

5.6 Promozione

L'ufficio rappresenta la connessione tra il viaggiatore/turista/pellegrino ed il territorio.
Deve promuovere l'offerta turistica locale e pertanto deve dotarsi di materiale cartaceo da distribuire per ogni esigenza del viaggiatore/turista/pellegrino, garantire il costante aggiornamento del sito Internet ed offrire servizi centralizzati per operatori turistici, della comunicazione ed enti.

Il materiale informativo (dépliant, brochure, flyer, locandine) deve essere alla portata dell'utenza e ubicato nelle zone di accesso, sulle pareti e sul desk per attrarre l'attenzione del viaggiatore/turista/pellegrino, per permettere l'autoconsultazione e favorire l'utilità dei tempi di attesa.
Ogni tappa del percorso, individuata da un ufficio turistico, metterà a disposizione del viaggiatore/turista/pellegrino un kit che presenterà tutti gli aspetti caratteristici del territorio da un punto di vista eno-gastronomico, culturale e ambientale. È uno strumento in grado di dare visibilità alle peculiarità che quella precisa zona offre in termini turistici ma può essere utilizzato anche dal viaggiatore/turista/pellegrino per orientarsi in quanto fornisce anche indicazioni utili per "vivere" il territorio, come percorsi ambientali e culturali, accomodation, mappa dei trasporti, ecc.

AZIONE 6

Individuazione delle caratteristiche che dovrebbe avere l'offerta del prodotto turistico Via Francigena

6.1 Premessa

6.2 Il prodotto turistico nelle sue componenti

6.2.1 Il prodotto turistico Via Francigena
6.2.2 Prodotto essenziale
6.2.3 Prodotti di agevolazione
6.2.4 Prodotti di supporto
6.2.5 Servizi aggiuntivi e facilities (prodotto ampliato)

6.3 Target di riferimento

6.4 Tipologie di target

6.4.1 Il turista pellegrino "trekking" e il turista escursionista "trekking"
6.4.2 Il pellegrino "biker" e l'escursionista "biker"
6.4.3 Il pellegrino a cavallo e l'escursionista a cavallo
6.4.4 Il pellegrino "leisure" e il turista "leisure"

6.5 Ospitalità

6.6 Ristorazione

6.7 Ospitalità "diffusa"

6.8 Strumenti per supportare la diffusione del prodotto turistico

6.1 Premessa

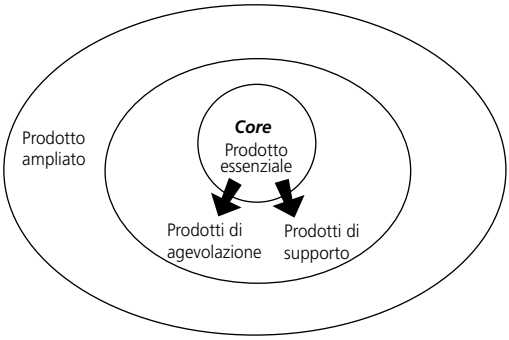
Le caratteristiche dell'esperienza Via Francigena devono essere sufficientemente standardizzate tra le diverse tappe, al fine di dare una percezione di continuità della fruizione di servizi. I servizi "satellite", intorno al prodotto core "accoglienza povera", devono assumere una coerenza di fondo con l'ambiente. Le diverse tipologie di servizi offerti, permetteranno di identificare diversi target. A titolo esemplificativo, verranno presentate delle proposte di offerte turistiche che hanno lo scopo di porre l'attenzione sulle diverse parti che compongono il "prodotto turistico". L'elemento "core" in comune in tutte le diverse tipologie di target di riferimento rimarrà il percorso della Via Francigena, mentre a variare saranno i servizi satelliti denominati "prodotti di supporto" che definiranno le diverse classi di offerta. In questa sede il prodotto "Via Francigena" viene analizzato con una concezione "allargata" di offerta, che comprende tutti i diversi servizi che possono creare valore aggiunto all'esperienza. L'intento è quello di dare maggior rilievo alla soddisfazione del viaggiatore/turista/pellegrino (*customer satisfaction*).
Il prodotto turistico Via francigena ha come principali soggetti di riferimento:

- coloro che si approcciano all'esperienza "Francigena" per vivere il percorso partendo da una motivazione religiosa (il turista pellegrino);
- coloro che si approcciano all'esperienza "Francigena" per vivere il percorso partendo da una motivazione laica (escursionismo, contatto con la natura);
- coloro che si approcciano all'esperienza "Francigena" per vivere il percorso partendo da una motivazione culturale. Partendo da una segmentazione del target di tipo orizzontale, possiamo affermare che la motivazione di carattere culturale è trasversale e comune a tutte le tipologie di viaggiatori/turisti/pellegrini, in quanto la Via Francigena è di per sè un itinerario storico-culturale.

6.2 Il prodotto turistico nelle sue componenti

6.2.1 Il prodotto turistico Via Francigena

Offerta globale o prodotto allargato come sistema di servizi integrati che permette al viaggiatore/turista/pellegrino di trovare facilmente tutto ciò di cui ha bisogno.
Il grafico sottostante permette di evidenziare il concetto di "offerta allargata". Questa nuova concezione di prodotto turistico, sottolinea il carattere di "varietà" di cui si compone lo stesso. Il fine è quello di creare valore aggiunto intorno al cliente. Come si può vedere, accanto al "core" che è il prodotto/servizio centrale, possono essere sviluppati, una serie di servizi "satellite", che vanno ad integrarsi con l'offerta totale.



6.2.2 Prodotto essenziale

In termini generali, con il prodotto "Via Francigena" si intende ciò che il viaggiatore/turista/pellegrino vuole realmente acquistare. In questo caso, il prodotto essenziale "Via Francigena" è una esperienza incentrata sul concetto di "accoglienza povera" che può differire in tutto o in parte a seconda che si tratti di un "turista pellegrino" o di un "turista escursionista"
Il turista pellegrino privilegia:

- accomodation: ostelli, accoglienza povera;
- transfer in pullman;
- modalità di prenotazione attraverso chiese, parrocchie etcc.;
- viaggiare in gruppo.

Il turista escursionista privilegia:

- accomodation in agriturismi;
- transfer in treno, aereo;
- modalità di prenotazione on-line;
- spostarsi da solo o in piccoli gruppi.

6.2.3 Prodotti di agevolazione

Sono tutti quei servizi che devono essere offerti per fruire al meglio il prodotto essenziale, come ad esempio i trasporti. A questo proposito sarà opportuno:

- verificare la possibilità di collegamenti in autobus e bus navette tra le varie tappe;
- offrire una rete di noleggi di auto, moto, biciclette che consentano la possibilità di viaggiare lungo il percorso in maniera autonoma;
- segnalare officine meccaniche presenti lungo tutto il percorso;
- permettere di percorrere l'itinerario a cavallo attraverso la predisposizione di una rete di maneggi collegati tra loro;
- fare in modo che ogni struttura sia accessibile a persone portatrici di bisogni speciali.

6.2.4 Prodotti di supporto

I prodotti di supporto, al contrario di quelli di agevolazione, servono per aggiungere valore al prodotto "core". Questi servizi permettono di spostare l'analisi dell'offerta sotto un punto di vista competitivo.

Nello specifico, la comparazione con altri prodotti simili alla Via Francigena (Santiago di Compostela), permetterà un'analisi competitiva dei prodotti concorrenti.
A titolo esemplificativo/indicativo, per ogni area territoriale lungo il percorso "Via Francigena" si può ipotizzare una fascia di prezzo, tipologie di accomodation, e così via.

6.2.5 Servizi aggiuntivi e facilities (prodotto ampliato)

Possono essere previsti una serie di servizi accessori e di prodotti di supporto, una card del pellegrino che permetta di accedere ai servizi culturali a prezzi agevolati. Le caratteristiche di questa carta sono atte a fidelizzare la clientela, attraverso politiche commerciali coordinate fra loro.
Nello specifico saranno praticate politiche di discounting sia per i servizi ricettivi che per la ristorazione;

- accesso agevolato ed integrato a cinema, teatri, musei;
- servizio prenotazione;
- servizio pagamento diretto via cellulare;
- servizio informativo;
- sconti per acquisto prodotti tipici, artigianato e gadget.

6.3 Target di riferimento

In questa sede, appare opportuno identificare i due target di riferimento, dai quali iniziare una segmentazione: il turista "*pellegrino*" con una spiccata sensibilità religiosa e il turista "*escursionista*" di ispirazione laica e più orientato all'aspetto naturalistico della Via Francigena, senza però rinunciare alla spiritualità dell'esperienza stessa. Per la definizione dei target di riferimento, oltre ad una segmentazione di tipo "verticale" (per caratteristiche psicografiche):

- turista individuale;
- turista in gruppo;
- turista con bisogni speciali;
- turista giovane;
- turista anziano;
- turista famiglia.

E' sempre più utile considerare anche una segmentazione di tipo "orizzontale", che ci consente di tener conto del tipo di comportamenti e bisogni del viaggiatore/turista/pellegrino.

6.4 Tipologie di target

Il **pellegrino "puro"** è un tipo di turista fortemente concentrato sulla motivazione religiosa che lo spinge ad intraprendere il percorso. Desidera vivere in pieno la spiritualità dell'esperienza, accontentandosi di una accomodation semplice e di una ristorazione low cost, senza richiesta di servizi aggiuntivi. Il prezzo totale del pacchetto dovrebbe aggirarsi tra i 15/25 € al gg (a titolo esemplificativo/indicativo).

In sintesi

- accomodation in conventi, chiese, ostelli, strutture in legno prefabbricate, strutture dismesse ed appositamente ristrutturate;
- formula b&b;
- pranzi in ristoranti convenzionati;
- no transfer.

6.4.1 Il turista pellegrino "trekking" e il turista escursionista "trekking"

Il "core" delle due tipologie di turista rimane il percorso, ma cambia l'approccio alla fruizione dell'esperienza "Via Francigena".
Il **pellegrino "trekking"** rappresenta un turista sportivo ed incentrato su una esperienza sia spirituale

che legata all'ambiente. Accanto ad un'accomodation in agriturismi o alberghi 3 stelle, gradisce una ristorazione semplice e legata alle tipicità locali. Il prezzo totale del pacchetto dovrebbe aggirarsi tra i 50€ al giorno in bassa stagione e 65€ in alta stagione

In sintesi
- accomodation in agriturismi o alberghi;
- 1° colazione e pranzo;
- transfer da/per;
- informazioni su percorsi alternativi.

6.4.2 Il pellegrino "biker" e l'escursionista "biker"

Sono due tipologie turisti molto simili, ma spinti da motivazioni differenti, che necessitano della difusione di servizi satelliti declinati su bisogni/interessi diversi, che gli operatori privati della filiera turistica potranno scegliere a supporto della commercializzazione.
L'escursionista "biker" è sicuramente meno vincolato al percorso, inteso come tappe per il riconoscimento dell'esperienza "Via Francigena", rispetto al pellegrino "biker" che trova invece nell'ufficialità del percorso (credenziali del pellegrino), il suo punto di maggior attrattività.

Il **"biker"** è un turista del tutto simile al trekking, ma con esigenze maggiori relativamente ai servizi di assistenza. Non necessita di servizi di trasporto, è estremamente indipendente e può indirizzarsi a differenti livelli di offerta, sia nella ristorazione che nell'accomodation. Il prezzo totale del pacchetto può orientarsi su 45€, escluso assistenza bicicletta in bassa stagione e 60€ in alta stagione.

In sintesi
- accomodation in agriturismi o alberghi (1-2 stelle);
- 1° colazione;
- ristorazione, salutare e leggera;
- punti assistenza per le bici.

6.4.3 Il pellegrino a cavallo e l'escursionista a cavallo

L'escursionista a cavallo rappresenta un viaggiatore/turista/pellegrino che vuole vivere a contatto con la natura, amante degli animali. Necessita di una serie di servizi di assistenza sia per se stesso che per il cavallo. Si indirizzerà presso strutture in grado di poter dare assistenza al cavallo o in aree in cui siano previsti maneggi ove poterlo lasciare. Il prezzo può avere forti oscillazioni che vanno da un minimo di 100€ ad un massimo di 350€ a notte (compreso il servizio di assistenza al cavallo). La scarsa offerta turistica con queste caratteristiche pone i pochi agriturismi attrezzati per l'ospitalità dei cavalli in posizioni monopolistiche e difficili da vincolare in una predefinita fascia di prezzo.

In sintesi
- agriturismi attrezzati;
- maneggi;
- assistenza per il cavallo;
- trasporto cavallo.

Il turista escursionista (trekking, in bici e a cavallo), è particolarmente sensibile ad un'offerta che si arricchisce di visite guidate al patrimonio artistico/architettonico, alla conoscenza e degustazione dei prodotti tipici del territorio, e alla visita di parchi e musei.

6.4.4 Il pellegrino "leisure" e il turista "leisure"

Il **"leisure"** è un tipo di turista che non vuole rinunciare ad una gamma di servizi di alto livello. Esce dagli schemi di accomodation e ristorazione semplice e spartana, a favore di una serie di servizi più completi ed anche non convenzionati. Il prezzo totale del pacchetto può orientarsi tra i 200€ al giorno in bassa stagione e 280€ in alta stagione.

In sintesi
- formula all inclusive;
- relax;
- comodità;
- albergo medio alto (4 stelle);
- transfer da/per;
- servizi accessori.

Nella definizione dell'offerta si dovrà inoltre tener conto del fatto che il viaggiatore/turista/pellegrino si muove prevalentemente:
- in gruppo
- in famiglia
- con la classe scolastica

e che la modalità d'acquisto preferita è:
- agenzia
- parrocchie e/o diocesi
- scuole
- Enti e associazioni

mentre il turista escursionista, si muove prevalentemente:
- da solo
- in piccoli gruppi

e che la modalità d'acquisto è:
- fai da te on-line
- organizzato/agenzia.

Come già illustrato nella premessa, la motivazione culturale è trasversale e presente in tutte le tipologie di target di viaggiatore/turista/pellegrino.
Tuttavia, quando l'interesse culturale è prevalente, potrebbe essere interessante offrire l'opportunità per coloro che generalmente viaggiano per scoprire ed ammirare il patrimonio storico-culturale, le città d'arte, i musei, le tradizione e l'identità del territorio, di sperimentare il percorso Francigeno secondo le modalità sopra elencate. Proprio per la trasversalità di questo tipo di target, occorre prevedere pacchetti da "low cost" a "leisure".

6.5 Ospitalità

L'ospitalità nelle strutture che accolgono il viaggiatore/turista/pellegrino deve caratterizzarsi con:
- personale qualificato in grado di esprimersi correttamente in inglese e in almeno un'altra lingua dell'Unione Europea, adeguatamente formato;
- adeguamento degli orari di somministrazione dei pasti alle abitudini dei pellegrini (per esempio colazione disponibile sin dalle prime ore del giorno);
- strutturazione di pacchetti che prevedano il pernottamento anche solo per una notte nelle varie tappe consecutive del percorso;
- accessibilità delle strutture a persone con bisogni speciali;
- ogni punto di alloggio e di ristoro deve mettere a disposizione del turista materiale informativo in varie lingue relativo all'itinerario in generale e alle attrattive della singola località.

Devono essere previsti diversi menù in risposta a diverse esigenze alimentari, orientati per target, e conseguentemente diverse categorie di prezzo. Ciò permette di standardizzare l'offerta nel senso di definire parametri unici di qualità, in linea con il concept dell'esperienza "Via Francigena".

6.6 Ristorazione

La ristrutturazione lungo il cammino deve prevedere:

- locali per la ristorazione presenti lungo tutto il percorso (1 o 2 per ogni punto tappa, o nelle immediate vicinanze);
- ideazione di un "Menù del Pellegrino", contenente piatti tipici locali, in modo da valorizzare la Via Francigena anche dal punto di vista eno-gastronomico e in termini di attuazione della filiera corta, che rappresenta la somministrazione dei prodotti tipici fatti direttamente nell'area interessata, passando dal produttore al consumatore in modo istantaneo;
- predisposizione di una rete di fontanelle di acqua potabile lungo il percorso;
- strutturazione di un piano degli esercizi commerciali e della ristorazione che garantisca, per ogni tappa del percorso, l'apertura di almeno due ristoranti ogni giorno della settimana.

In alternativa:

- installazione di distributori automatici di bevande e snack in ogni tappa.

6.7 Ospitalità "diffusa"

La definizione del prodotto turistico "Via Francigena" consente di cogliere l'opportunità di sviluppare il concetto di "diffusa", ovvero di un luogo dove è tutta la comunità locale che si fa carico dell'accoglienza attraverso:

- chiese
- conventi
- ostelli

ma anche:

- case vacanze
- b&b

e forme di ospitalità in case private.

Tali scelte hanno l'obiettivo di recuperare e valorizzare la tradizione storica dell'accoglienza dei pellegrini così come presente dal Medioevo in avanti:

- accoglienza "dentro le mura";
- accoglienza "fuori le mura";
- accoglienza nel "borgo"

Ugualmente, la ristorazione e l'opportunità di acquisto di prodotti locali e artigianato dovrà essere garantita attraverso le forme del commercio tradizionale e nuovi luoghi di vendita da prevedere lungo i punti tappa del percorso.

6.8 Strumenti per supportare la diffusione del prodotto turistico

- protocollo d'intesa;
- menù predefiniti che valorizzino le tipicità e sostengano la "filiera corta";
- segnalazione di buone pratiche.

AZIONE 7

I criteri per l'adozione di un disciplinare per imprese ricettive, di ristorazione e dei servizi che fanno parte del prodotto turistico Via Francigena

7.1 Premessa

7.2 Metodologia

7.3 Struttura del disciplinare

7.3.1 Norme per le imprese ricettive riguardanti

7.3.2 Norme per le imprese operanti nel campo della ristorazione

7.3.2.1 La filiera corta come strumento di sostenibilità della "Via Francigena"

7.3.3 Norme per le imprese operanti nel settore dei servizi

7.4 Creazione di un marchio di qualità che identifichi l'offerta turistica Via Francigena e che sia riconoscibile in termini di standard qualitativi

7.5 Best practice

7.6 Analisi comparata delle normative regionali in materia di ricezione turistica alberghiera, extra alberghiera, agriturismi e campeggi delle Regioni Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Emilia-Romagna, Toscana, Liguria e Lazio.

7.1 Premessa

Il disciplinare lo strumento che individua una serie di standard ai quali gli operatori turistici presenti sul territorio si adeguano spontaneamente per assicurare modalità comuni di accoglienza e qualità. Obiettivo di questo strumento è garantire al viaggiatore/turista/pellegrino la piena soddisfazione nella fruizione del servizio d'accoglienza. Le strutture ricettive che aderiranno a tale iniziativa dovranno soddisfare i requisiti individuati per poter usare il "Marchio di Qualità" che identifichi l'offerta turistica Via Francigena.

7.2 Metodologia

Per l'elaborazione e l'adozione di un disciplinare per le imprese ricettive è necessario delineare l'identikit del turista/viaggiatore/pellegrino della Via Francigena e interpretare le esigenze e le aspettative delle varie tipologie sulla base di una segmentazione a partire dai bisogni e dai comportamenti.
I principali gruppi turistici individuati sono:

- famiglia con bambini;
- giovani;
- anziani;
- turista singolo;
- turista organizzato;
- turista con bisogni speciali.

Per ogni tipologia è necessario individuare una serie di standard ed indicatori *ad hoc* per soddisfare le varie esigenze che il viaggiatore/turista/pellegrino incontra durante la sua permanenza sul percorso francigeno. Si procederà alla costruzione di standard ed indicatori relativi ad ogni esperienza presente nel pacchetto turistico.

7.3 Struttura del disciplinare

Il disciplinare è uno strumento fondamentale per garantire al viaggiatore/turista/pellegrino le qualità del servizio. Il disciplinare deve includere, oltre alle norme di carattere generale, che seguono, anche elementi specifici rapportati alle esigenze particolari dei viaggiatori/turisti/pellegrini che viaggino a piedi, a cavallo, in bicicletta; i singoli disciplinari prevederanno per esempio l'esistenza di locali idonei per il ricovero di mezzi e animali, convenzioni con riparatori, maniscalchi, locali o strumenti idonei per asciugare gli abiti, pasti studiati appositamente per la dieta del pellegrino.

7.3.1 Norme per le imprese ricettive

accessibilità e aspetto della struttura

- la struttura è ben segnalata da insegne sulle vie d'accesso;
- tutte le informazioni pubblicitarie sulla struttura sono veritiere e riscontrabili nella realtà;
- assenza di barriere architettoniche;
- la struttura accetta le principali modalità di pagamento;
- la struttura offre ambienti accoglienti e confortevoli.

parcheggio

- occorre segnalare la presenza di un parcheggio appartenente alla struttura;
- occorre mettere a disposizione posti auto per i viaggiatori/turisti/pellegrini in maniera proporzionata agli stessi;
- qualora la struttura sia sprovvista di tale servizio, bisogna indicare a quanto dista un parcheggio utile, pubblico o a pagamento.

reception

- tale luogo è facilmente individuabile;
- rispetta tempi e modi di apertura che incontrino le esigenze del viaggiatore/turista/pellegrino;
- gli addetti all'accoglienza conoscono almeno due lingue europee.

hall e aree comuni

- le aree comuni hanno spazi e servizi adeguati per i viaggiatori/turisti/pellegrini;
- le strumentazioni presenti devono essere sempre funzionanti (lavanderia, cucina, altro).

camera

- le camere/appartamenti sono puliti e in ordine;
- tutti gli arredi sono in ottimo stato e funzionanti;
- sono affisse schede con le norme di sicurezza.

bagno

- i bagni hanno dimensioni adeguate;
- presenza di sanitari per diversamente abili;
- accessori e suppellettili per il bagno funzionanti.

bar e ristorante

- tali servizi, qualora presenti devono rispettare le normative vigenti che regolano questi settori;
- presenza di menù con piatti tipici del territorio;
- allegato al menù, è presente l'elenco delle materie prime utilizzate, e specificata la provenienza;
- adeguamento del menù ad esigenze alimentari specifiche (es. menù vegetariano).

prima colazione (b&b)

- gli orari della colazione sono flessibili e comunicati in anticipo i viaggiatori/turisti/pellegrini;
- non comporta alcun prezzo aggiuntivo;
- presenza di piatti tipici.

offerta ricreativa

- tutte le strutture per l'offerta ricreativa e culturale sono ben tenute e curate;
- i viaggiatori/turisti/pellegrini vengono opportunamente informati sulle iniziative offerte dalla struttura;
- l'azienda è munita di assicurazione per eventuali infortuni dei viaggiatori/turisti/pellegrini.

approccio eco-compatibile

- la struttura pone attenzione ai consumi idrici ed energetici;
- il trattamento dei rifiuti speciali è fatto nel rispetto dell'ambiente;
- la struttura attua la raccolta differenziata.

7.3.2 Norme per le imprese operanti nel campo della ristorazione

Accessibilità

- la struttura è ben segnalata da insegne sulle vie d'accesso;
- tutte le informazioni pubblicitarie sulla struttura sono veritiere e riscontrabili nella realtà;
- assenza di barriere architettoniche;
- la struttura accetta le principali modalità di pagamento;
- la struttura offrirà ambienti accoglienti e confortevoli.

Menù

- il menu è esposto all'esterno del ristorante in posizione ben visibile e riportare le offerte del locale con chiara comunicazione dei prezzi;
- il menu e la carte dei vini devono essere presentati separatamente, devono essere scritti anche nella lingua della clientela principale e senza cancellature;
- la carta dei vini e il menù devono indicare le provenienza dei prodotti;
- l'autenticità dell'origine dei prodotti inseriti nel menu è garantita;
- deve essere ideato un "Menù del Pellegrino", contenente piatti tipici locali, in modo da valorizzare la Via Francigena anche dal punto di vista eno-gastronomico (vedi Azione 6 paragrafo 6.6)

Personale

- il personale è cordiale e sorridente;
- il numero del personale è proporzionale al numero dei coperti;
- il personale è in grado di descrivere i piatti della casa anche in altre lingue.

Proposta eno-gastronomica

- i prodotti utilizzati sono di origine locale e sono indicati nel menu. La loro origine territoriale è certificata, garantita e verificabile;
- il menu e la carta contengono almeno il 50% di proposte tipiche del territorio, la carta dei vini contiene almeno una etichetta per ogni d.o.c. riconosciuta sul territorio medesimo;
- sul menu generale il ristoratore evidenzia graficamente i piatti tipici locali;
- oltre al menu generale il ristorante offre un menu "tipico" a prezzo fisso, contenente una scelta di piatti della cucina tipica locale;
- il menu "tipico" a prezzo fisso è tradotto in una lingua straniera a scelta del ristoratore secondo la provenienza della sua clientela turistica.

Sala ristorante

- gli ambienti devono essere ben illuminati;
- i tavoli e le sedie devono essere puliti e in ottimo stato;
- la distanza dei tavoli deve permettere sufficienti movimenti;
- piatti, vasellame, posateria, mise en place devono essere sempre in ordine e puliti;
- deve esistere un'area fumatori con un adeguato sistema di aerazione;
- non devono esistere elementi acustici e visivi di disturbo.

Bagni

- tutte le aree devono essere perfettamente pulite e l'atmosfera deve essere piacevole;
- devono essere presenti fiori freschi o elementi di decoro;
- i servizi pubblici devono essere ben tenuti e differenziati tra uomini e donne, l'accesso deve essere protetto per impedirne la vista dalla sala ristorante;
- nella toilette devono essere presenti un appendiabiti, un cestino igienico, un distributore di sapone, un sistema automatico per asciugare le mani;
- nei lavabi deve esserci l'acqua calda.

Cucina
- l'ambiente deve essere ben curato e pulito;
- l'attrezzatura della cucina deve essere in buono stato;
- pavimenti e pareti devono essere perfettamente puliti;
- la cucina deve essere separata dalla sala ristorante.

Comfort
- gli ambienti devono essere confortevoli ed accoglienti.

Trasparenza
- il conto è articolato in voci di spesa facilmente comprensibili.

Attenzione all'ambiente
- il ristorante deve porre attenzione ai consumi energetici e idrici;
- il trattamento dei rifiuti speciali deve essere fatto nel rispetto dell'ambiente.

7.3.2.1 La filiera corta come strumento di sostenibilità della Via Francigena

Il recente sviluppo della "filiera corta", intesa come la nascita di forme di economie locali che permettono un sensibile abbassamento dei prezzi sui prodotti della terra e non solo, viene visto in questa ottica come volano di sviluppo di economie di scala. La nascita dei "farmer market", permette di dare un ruolo da protagonisti agli stessi agricoltori e allevatori, collocandoli in cima alla ridottissima catena di distribuzione. Questo sistema permette:
- l'abbassamento del prezzo del prodotto (grazie all'eliminazione di passaggi intermedi e alla vendita diretta al cliente/utente finale);
- lo sviluppo di aree di vendita locali;
- l'innalzamento del livello di qualità dei prodotti;
- la percezione da parte dell'ospite, della genuinità dell'area in cui si trova;
- la creazione di valore aggiunto per il prodotto turistico.

L'affermazione del prodotto turistico "Via Francigena" deve essere vista anche come un'opportunità di supporto allo sviluppo economico di più settori. La stretta connessione tra prodotti genuini della terra e una ristorazione caratteristica per i viaggiatori/turisti/pellegrini, deve diventare un punto di forza di questa esperienza.

7.3.3 Norme per le imprese operanti nel settore dei servizi

In questo caso, come imprese operanti nel settore dei servizi intendiamo le attività svolte dalle agenzie di viaggio e dagli esercizi di noleggio e riparazione di mezzi di trasporto (bici, scooter, auto, camper etc.)

Accessibilità
- la struttura è ben segnalata da insegne sulle vie d'accesso;
- tutte le informazioni pubblicitarie sulla struttura saranno veritiere e riscontrabili nella realtà;
- assenza di barriere architettoniche;
- la struttura accetta le principali modalità di pagamento.

Qualità del servizio
- la struttura deve rispettare gli orari di apertura segnalati;
- il personale deve essere cordiale e sorridente e conoscere almeno la lingua inglese.

7.4 Creazione di un marchio di qualità che identifichi l'offerta turistica Via Francigena e che sia riconoscibile in termini di standard qualitativi

La creazione del "marchio di qualità" è finalizzata ad offrire alle imprese ricettive uno strumento utile ad aumentare la loro competitività ed il loro potere contrattuale, rispondendo nel contempo alla crescente domanda di garanzia e trasparenza che proviene dai consumatori. Il marchio identifica gli operatori turistici che sono in grado di garantire determinati standard di qualità, ma svolge anche la funzione di vero e proprio Brand della Via Francigena capace di comunicare all'esterno le sue caratteristiche peculiari, supportando la commercializzazione di questo prodotto turistico. Esso, lavorando sinergicamente con gli altri marchi di qualità presenti sul territorio rappresenta, simbolicamente e fattivamente, un patto che tutti gli stakeholder presenti sul percorso (Enti istituzionali, operatori turistici, cittadini) stringono per lo sviluppo turistico.

Alla fase di definizione degli standard seguirà una fase di accreditamento, che consisterà nel mappare tutte le imprese ricettive e quelle operanti nel campo della ristorazione o dei servizi turistici presenti sul territorio e interessate all'iniziativa. L'accreditamento avverrà dopo aver verificato la conformità degli operatori turistici con gli standard adottati. I controlli per il rispetto delle norme del disciplinare avverranno con cadenza semestrale/annuale. La concessione del marchio "Via Francigena" sarà regolato da un disciplinare di erogazione del servizio, che verifica il rispetto delle norme e degli standard di qualità previsti.
Tutta questa rete nata intorno al Marchio di qualità sarà supportata da una campagna di comunicazione volta a far conoscere al pubblico i caratteri distintivi dell'iniziativa.
Sarà dunque necessaria la creazione di una rete di comunicazione tra gli operatori e gli utenti attraverso modalità dedicate (ad esempio, un sito internet).
Il marchio di qualità dovrà avere le seguenti caratteristiche:

- riconoscibilità immediata;
- capacità di far identificare il prodotto turistico con le sue caratteristiche e specificità;
- capacità distintiva, ovvero contraddistinguere i prodotti e i servizi differenziandoli dagli altri per qualità e caratteristiche.

7.5 Best Practices

Un eccellenza in questo ambito è rappresentata da "Vetrina Toscana", la rete che ha lo scopo di promuovere e valorizzare la ristorazione di qualità e le tradizioni enogastronomiche toscane, nel rispetto delle tipicità della nostra regione, delle tradizioni territoriali e della stagionalità delle produzioni, nonché le produzioni di qualità agroalimentare, artigianali e tipiche del territorio nel loro contesto culturale, ambientale, storico e sociale.

7.6 Analisi comparata delle normative regionali in materia di ricezione turistica alberghiera, extra alberghiera, agriturismi e campeggi delle Regioni Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Emilia-Romagna, Toscana, Liguria e Lazio.

Al fine di rendere omogenea l'offerta turistica lungo il percorso della Via Francigena, è stata svolta un'analisi delle normative delle Regioni interessate: Lazio, Liguria, Valle d'Aosta, Piemonte, Emilia Romagna e Lombardia. La Toscana è stata presa come punto di riferimento in questo studio comparativo,essendo la promotrice di questo progetto che mira ad armonizzare le varie legislazioni.
Nell'analisi sono state individuate quattro tipologie di ricezione: strutture alberghiere, strutture extra-alberghiere, agriturismi e campeggi.
Per ognuna di queste, sono stati scelti degli indicatori, valutati come essenziali per la definizione di un prodotto turistico competitivo e rispondente alle aspettative del turista francigeno.
L'evidenziare aspetti comuni, differenze e buone pratiche rappresenta il punto di partenza della definizione delle linee comuni che permettono di creare un disciplinare in grado di assicurare identici standard qualitativi lungo tutto il cammino francigeno.

7.6.1 Quadro sintetico delle normative regionali in materia di strutture alberghiere

	Toscana
	Testo unico delle leggi regionali in materia di turismo L.R.T 23/03/2000 n.42 Con modifiche apportate dalla L.R. 17/01/2005 n.14
Definizione di Azienda Alberghiera	Sono alberghi le strutture ricettive, a gestione unitaria, aperte al pubblico che, ubicate in uno o più stabili o parti di stabili, forniscono alloggio e possono disporre di ristorante, bar e altri servizi accessori. Negli alberghi è consentita la presenza di unità abitative, costituite da uno o più locali e dotate di servizio autonomo di cucina, nel limite di una capacità ricettiva non superiore al 40 per cento di quella complessiva dell'esercizio. Sono residenze turistico-alberghiere le strutture ricettive, a gestione unitaria, aperte al pubblico, ubicate in uno o più stabili o parti di stabili, che offrono alloggio in unità abitative arredate, costituite da uno o più locali e dotate di servizio autonomo di cucina. Le residenze turistico-alberghiere possono disporre di ristorante, bar e altri servizi accessori. Nelle residenze turistico-alberghiere i clienti possono essere alloggiati anche in camere, con o senza il vano soggiorno e senza il servizio autonomo di cucina. La capacità ricettiva di tali locali non deve risultare superiore al 40 per cento di quella complessiva dell'esercizio.

Standard strutturali minimi	a) superficie minima di 8 metri quadrati nelle camere con un posto letto; è consentita la sistemazione temporanea di un letto supplementare per l'alloggio di bambini di età non superiore a dodici anni; b) superficie minima di 14 metri quadrati nelle camere con due posti letto, con l'aggiunta di 6 metri quadrati per ogni ulteriore letto fino ad un massimo di due; è consentita la sistemazione temporanea di un letto supplementare per l'alloggio di bambini di età non superiore a dodici anni; c) altezza minima interna utile dei locali posti negli alberghi e nelle residenze turistico-alberghiere, compresi i rapporti areoilluminanti, prevista dalle norme e dai regolamenti igenico-edilizi comunali.
Distinzione delle Aziende Alberghiere	Possono assumere la denominazione di «motel» gli alberghi ubicati nelle vicinanze di grandi vie di comunicazione o di porti e approdi turistici, i quali risultino attrezzati per la sosta e l'assistenza delle autovetture e/o delle imbarcazioni. Nei motel sono altresì assicurati i servizi di autorimessa, rifornimento carburanti e riparazione. Possono assumere la denominazione di villaggio albergo gli alberghi caratterizzati dalla centralizzazione dei principali servizi in funzione di più stabili facenti parte di un unico complesso e inseriti in un'area attrezzata per il soggiorno e lo svago della clientela. Salva l'ipotesi del villaggio albergo venga svolta in più stabili o parte di stabili, viene definito casa madre lo stabile in cui, oltre ai locali destinati ad alloggio per i clienti, sono ubicati i servizi di ricevimento e portineria nonché gli altri servizi generali a disposizione della clientela. Gli altri stabili sono definiti dipendenze
Classificazione	1. In relazione alle caratteristiche delle strutture e dei servizi offerti, sono classificati:a) gli alberghi e le loro dipendenze con un numero di stelle variabile da uno a cinque; b) le residenze turistico-alberghiere, le loro dipendenze e i villaggi turistici con un numero di stelle variabile da due a quattro. 2. La classificazione della struttura e le relative variazioni sono determinate in base ad autocertificazione mediante modulo predisposto dell'interessato all'atto della denuncia di inizio attività. Rettifica della classificazione. 1. La provincia in ogni momento verifica d'ufficio la sussistenza dei requisiti della struttura ricettiva corrispondenti alla classificazione attribuita e, qualora accerti che la struttura ricettiva possieda i requisiti di una classificazione inferiore a quella in essere, con provvedimento motivato da notificare all'interessato procede alla rettifica della classificazione. Il provvedimento della provincia è trasmesso al comune. La classificazione ha durata quinquennale
Erogazione alimentare	regolamentato da norme vigenti in materia di sicurezza e igiene per la ristorazione
Pricing	Il presente capo disciplina la comunicazione e la pubblicità dei prezzi dei servizi e delle caratteristiche delle strutture turistiche ricettive ai fini della trasparenza dei prezzi e delle prestazioni, nonché della loro verificabilità da parte degli utenti.

	Regione Lazio Testo unico delle leggi regionali in materia di turismo	**Regione Liguria** L.R.07/02/2008 n.1; n. 2	**Regione Piemonte** L.R. 24/01/1995 n. 14	**Regione Valle d'Aosta** testo coordinato della L.R. 06/07/1984 n.33	**Regione Emilia Romagna** L.R. 16/07/2004 n. 16	**Regione Lombardia** L.R. 28/04/1997 n.12
Definizione di Azienda Alberghiera	OMOGENEA	OMOGENEA	OMOGENEA	OMOGENEA	OMOGENEA	OMOGENEA (Pernottamento in RTA non inferiore a 7 gg.)
Standard strutturali minimi	OMOGENEA	non meno di 7 unità abitative costituite da camere anche dotate di eventuali locali e servizi accessori, purché posseggano i requisiti tecnici ed igienico-sanitari e forniscano i servizi previsti dallo specifico regolamento. non sono presenti indicazioni più specifiche, ad esempio metratura minima	almeno 7 camere o appartamenti ulteriori standard richiesti sono relativi alle classi di alberghi non sono presenti indicazioni più specifiche, ad esempio metratura minima	OMOGENEA	Soggetti alle norme vigenti in materia di edilizia, urbanistica, igienico-sanitaria e pubblica sicurezza. non sono presenti indicazioni più specifiche, ad esempio metratura minima	Almeno 7 camere o appartamenti non sono presenti indicazioni più specifiche, ad esempio metratura minima
Distinzione delle Aziende Alberghiere	OMOGENEA	non e' presente la tipologia "motel" ma in più e' presente la tipologia dimora storica, locande	in più e' presente la tipologia meuble' o garni, alberghi dimora storica, alberghi centro benessere	non e' presente la tipologia "motel"	in piu' e' presente la tipologia meuble' o garni, alberghi dimora storica, albergi centro benessere, beauty farm, centro congressi	in piu' e' presente la tipologia meuble' o garni, alberghi dimora storica, albergi centro benessere

Classificazione	OMOGENEA	OMOGENEA L'ente preposto al controllo della classificazione è il COMUNE	OMOGENEA L'ente preposto al controllo della classificazione è il COMUNE	OMOGENEA L' ente preposto al controllo della classificazione è L' ASSESSORATO REGIONALE AL TURISMO	OMOGENEA L'ente preposto al controllo della classificazione è il COMUNE	OMOGENEA L'ente preposto alla certificazione della classe è la PROVINCIA che può avvalersi di una commissione di controllo formata anche da rappresentanti degli albergatori
Erogazione alimentare	OMOGENEA	OMOGENEA	OMOGENEA	OMOGENEA	OMOGENEA ma e' prevista un'autorizzazione per l'erogazione dI alimenti e bevande a un'utenza extra-alberghiera in occasione di eventi	OMOGENEA
Pricing	OMOGENEA	i prezzi massimi dei servizi offerti devono essere comunicati alla provincia competente e resi pubblici e ben visibili al pubblico	OMOGENEA	OMOGENEA	i prezzi massimi dei servizi offerti devono essere comunicati alla provincia competente e resi pubblici e ben visibili al pubblico	OMOGENEA

Note:
Dall'analisi comparativa delle normative in materia di ricezione alberghiera è emersa una sostanziale uniformità fra i testi legislativi ad eccezione di piccole differenze riscontrate sulla definizione delle tipologie alberghiere e sugli standard strutturali minimi da adottare. Inoltre è possibile evidenziare che i soggetti deputati alla certificazione della classificazione per queste strutture ricettive sono diversi nelle varie Regioni.

7.6.2 Quadro sintetico delle normative regionali in materia di strutture extra alberghiere

	Toscana
	Testo unico delle leggi regionali in materia di turismo L.R.T 23/03/2000 n.42
Definizione di azienda turistica extra alberghiera	L'art.45 della legge regionale disciplina le seguenti strutture ricettive gestire per la produzione e offerta al pubblico di servizi per l'ospitalità: a) strutture ricettive extra - alberghiere per la ospitalità collettiva: 1) case per ferie; 2) ostelli per la gioventù; 3) rifugi alpini; 4) bivacchi fissi; 5) rifugi escursionistici; b) strutture ricettive extra - alberghiere con le caratteristiche della civile abitazione: 1) esercizi di affittacamere, 2) case e appartamenti per vacanze; 3) residenze d'epoca; c) residence. 2. Con il regolamento di attuazione, la Regione stabilisce i requisiti delle strutture ricettive di cui al comma 1
Case per ferie e rifugi escursionistici	Sono case per ferie le strutture ricettive attrezzate per il soggiorno temporaneo, anche in forma autogestita, di persone o gruppi gestite al di fuori di normali canali commerciali, dai soggetti di cui all'articolo 51. Le strutture ricettive che possiedono i requisiti igienico - sanitari delle case per ferie, idonee a offrire ospitalità e ristoro ad escursionisti in luoghi collegati direttamente alla viabilità pubblica, anche in prossimità di centri abitati, possono assumere la denominazione di rifugi escursionistici
Ostelli per la gioventù	Sono ostelli per la gioventù le strutture ricettive attrezzate prevalentemente per il soggiorno ed il pernottamento dei giovani e dei loro accompagnatori

Rifugi alpini	Sono rifugi alpini i locali idonei ad offrire ospitalità e ristoro ad escursionisti in zone ubicate in luoghi favorevoli ad ascensioni raggiungibili a piedi e non collegate direttamente alla viabilità pubblica.
Bivacchi fissi	I locali di alta montagna e di difficile accesso, allestiti con un minimo di attrezzature per il riparo degli alpinisti sono denominati bivacchi fissi. I bivacchi fissi sono incustoditi e aperti in permanenza.
Affittacamere	Sono esercizi di affittacamere le strutture composte da non più di sei camere per clienti, con una capacità ricettiva non superiore a dodici posti letto, ubicate in non più di due appartamenti mmobiliati in uno stesso stabile, nelle quali sono forniti alloggio e, eventualmente, servizi complementari. Gli affittacamere possono somministrare, limitatamente alle persone alloggiate, alimenti e bevande. Coloro che esercitano, non professionalmente, l'attività di affittacamere nella casa ove hanno la propria residenza e domicilio sono esonerati, oltre che dall'iscrizione nella sezione speciale per gli esercenti l'attività ricettiva istituito dall'articolo 5 della legge217/1983, dalla presentazione della comunicazione dei prezzi di cui all'articolo 75.
Case e appartamenti per vacanze	Sono case e appartamenti per vacanze le unità abitative composte da uno o più locali arredati e dotate di servizi igienici e di cucina autonoma gestite unitariamente in forma imprenditoriale per l'affitto ai turisti, senza offerta di servizi centralizzati, nel corso di una o più stagioni con contratti aventi validità non superiore a tre mesi consecutivi. La gestione di case e appartamenti per vacanze non può comunque comprendere la somministrazione di cibi e bevande e l'offerta di altri servizi centralizzati caratteristici delle aziende alberghiere.
Residenze d'epoca	Sono residenze d'epoca le strutture ricettive ubicate in complessi immobiliari di particolare pregio storico – architettonico assoggettati ai vincoli previsti dal decreto legislativo 29 ottobre 1999, n. 490 Testo unico delle disposizioni legislative in materia di beni culturali e ambientali, anorma dell'articolo 1 della legge 8 ottobre 1997, n. 352, che offrono alloggio in camere e unità abitative, con o senza servizio autonomo di cucina, con il limite di venticinque posti letto. Nelle residenze d'epoca possono essere somministrati alimenti e bevande nel rispetto delle normative statali vigenti
Residence	Sono residence le strutture ricettive costituite da almeno sette unità abitative mono o plurilocali, aventi i requisiti igienico - edilizi previsti per le case di civile abitazione, ciascuna arredata, corredata e dotata di servizi igienici e di cucina, gestite unitariamente in forma imprenditoriale per fornire alloggio e servizi, anche centralizzati. I residence sono classificati dalla Provincia in tre categorie sulla base della tabella di classificazione ad essi relativa prevista nel regolamento di attuazione.
Bed&breakfast	La Regione Toscana non prevede ufficialmente la tipologia di strutture extra-alberghiere denominate "Bed & Breakfast". Tuttavia, le modificazioni all'articolo 55 della LEGGE REGIONALE del 23 marzo 2000, n. 43 relativo agli "Affittacamere" prevede che: Art. 55 - Affittacamere 1. Sono esercizi di affittacamere le strutture composte da non più di sei camere per clienti, con una capacità ricettiva non superiore a dodici posti letto, ubicate nello stesso appartamento, nelle quali sono forniti alloggio e, eventualmente, servizi complementari. 2. Gli affittacamere possono somministrare, limitatamente alle persone alloggiate, alimenti e bevande. Gli affittacamere che oltre all'alloggio somministrano la prima colazione possono assumere la denominazione di "bed & breakfast".
Locazioni ad uso turistico	Non sono soggette alle disposizioni della presente legge le locazioni concluse ai sensi dell'articolo 1, comma 2, lettera c) della legge 9 dicembre 1998, n. 431 "Disciplina delle locazioni e del rilascio degli immobili ad uso abitativo.
Uso occasionale di immobili a fini ricettivi	È consentito, previo nulla osta del Comune e per periodi non superiori a sessanta giorni complessivi nell'arco dell'anno solare, l'uso occasionale di immobili non destinati abitualmente a ricettività collettiva, da parte di soggetti pubblici o delle associazioni ed enti che operano senza scopo di lucro per il conseguimento di finalità sociali, culturali, assistenziali, religiose, sportive e ricreative.
Standard strutturali minimi	
Strutture ricettive extra - alberghiere con le caratteristiche della civile abitazione	I locali destinati alle attività ricettive di cui alla presente sezione devono possedere i requisiti strutturali ed igienico - edilizi previsti per le case di civile abitazione, nonché quelli previsti dal regolamento di attuazione del presente legge. I servizi minimi offerti dalle residenze d'epoca sono quelli degli affittacamere e delle case e appartamenti per vacanze
Case ed appartamenti per vacanza	Nella gestione delle case e appartamenti per vacanze devono essere assicurati i mservizi essenziali per il soggiorno degli ospiti come definiti nel regolamento di attuazione.
Residence	Requisiti igienico - edilizi previsti per le case di civile abitazione, ciascuna arredata, corredata e dotata di servizi igienici e di cucina
Rifugi escursionistici	Le strutture ricettive che possiedono i requisiti igienico - sanitari delle case per ferie, idonee a offrire ospitalità e ristoro ad escursionisti in luoghi collegati direttamente alla viabilità pubblica, anche in prossimità di centri abitati, possono assumere la denominazione di rifugi escursionistici.
Erogazione alimentare	
Strutture ricettive extra - alberghiere per l'ospitalità collettiva	L'autorizzazione all'esercizio può comprendere anche la somministrazione di alimenti e bevande, nel rispetto delle normative statali vigenti.

Affittacamere	Gli affittacamere possono somministrare, limitatamente alle persone alloggiate, alimenti e bevande.
Case ed appartamenti per vacanza	La gestione di case e appartamenti per vacanze non può comunque comprendere la somministrazione di cibi e bevande e l'offerta di altri servizi centralizzati caratteristici delle aziende alberghiere.
Residenze d'epoca	Nelle residenze d'epoca possono essere somministrati alimenti e bevande nel rispetto delle normative statali vigenti.
Residence	La gestione di residence può comprendere la sola somministrazione di bevande.
Pricing	
Disciplina dei prezzi delle strutture ricettive	I titolari o i gestori comunicano alla Provincia i prezzi dei servizi, nonché le informazioni relative alle caratteristiche delle strutture.
Pubblicità dei prezzi e informazioni all'interno dell'esercizio	In ogni camera o unità abitativa delle strutture ricettive deve essere esposto, in luogo ben visibile, un cartellino contenente le informazioni relative al prezzo massimo del pernottamento ed ai servizi offerti nell'anno in corso, redatto secondo il modello approvato dal dirigente del competente ufficio della Giunta regionale.
Osservatorio regionale dei prezzi e delle strutture ricettive	Al fine di disporre di un quadro completo e costante sull'andamento dei prezzi dell'offerta ricettiva è istituito l'Osservatorio regionale dei prezzi e delle strutture ricettive. La Regione istituisce l'Osservatorio previo coinvolgimento delle associazioni di categoria del settore, delle organizzazioni sindacali, delle associazioni per la tutela dei consumatori e con la partecipazione delle Province.

	Regione Lazio L.R.29/05/1997 n. 18 e L.R. 05/08/1998 n.33	**Regione Liguria** L.R. 25/05/1992 n. 13 e L.R.28/01/2000 n. 05	**Regione Piemonte** L.R. 24/01/1995 n. 14	**Regione Valle d'Aosta** L.R. 06/07/1984 n.33 e L.R. del 4/08/2000 n. 23	**Regione Emilia Romagna** L.R. 28 luglio 2004, n. 16	**Regione Lombardia** L.R.11/09/1989 n.45 e L.R. 28/01/2000 n.5
Definizione di Azienda extra alberghiera						
Case per ferie	OMOGENEA	OMOGENEA	OMOGENEA. Specifica che sono attrezzate per il sggiorno temporaneo di persone o gruppi non residenti nel Comune sede della casa per ferie	OMOGENEA	OMOGENEA	OMOGENEA
Ostelli per la gioventù	OMOGENEA	OMOGENEA Specifica che sono gestiti da enti pubblici, enti di carattere morale o religioso, e associazioni senza scopo di lucr	OMOGENEA	OMOGENEA. Specifica che sono gestiti da enti pubblici, enti di carattere morale o religioso, e associazioni senza scopo di lucro	OMOGENEA. Specifica che il periodo di ospitalità è limitato	OMOGENEA. Specifica che sono gestiti da enti pubblici, enti di carattere morale o religioso, e associazioni senza scopo di lucro
Rifugi alpini	NON PREVISTI DALLA LEGGE	OMOGENEA. Specifica che le zone isolate di montagna possono essere raggiungibili per periodi limitati anche con strade carrozzabili	OMOGENEA. Specifica che le zone isolate di montagna possono essere raggiungibili per periodi limitati anche con strade o altri mezzi di trasporto	OMOGENEA		OMOGENEA. Specifica che le zone di montagna devono trovarsi a quota non inferiore ai 1.000 mt
Rifugi escursionistici					OMOGENEA	Specifica che le zone montane devono essere a quote non inferiori ai 700 mt
Bivacchi fissi	NON PREVISTI DALLA LEGGE	NON PREVISTI DALLA LEGGE	OMOGENEA	OMOGENEA	NON PREVISTI DALLA LEGGE	OMOGENEA

Affittacamere	OMOGENEA	OMOGENE Specifica che l'attività può essere esercitata in modo complementare rispetto all'esercizio di ristorazione qualora sia svolta da uno stesso titolare in una struttura immobiliare unitaria	OMOGENEA. Specifica che l'attività può essere esercitata in modo complementare rispetto all'esercizio di ristorazione qualora sia svolta da uno stesso titolare in una struttura immobiliare unitaria	OMOGENEA. Specifica che le camere devono essere ubicate in un unico stabile o in una porzione di stabile	Non specifica capacità non superiore ai 12 posti letto	OMOGENEA
Case e appartamenti per vacanze	OMOGENEA	Sono altresì case ed appartamenti per vacanze le unità abitative a rotazione d'uso possedute da più comproprietari per differenti periodi dell'anno e affittate a turisti in caso di non completo utilizzo da parte dei proprietari stessi. Le quote poste a disposizione dei turisti devono raggiungere almeno il 30% del totale.	OMOGENEA	Specifica che le unità abitative possono essere ubicate anche in stabili diversi purchè situate nel medesimo territorio comunale. I contratti non devono avere validità superiore a 5 mesi consecutivi	Specifica che può essere previsto il servizio centralizzato di ricevimento e recapito. I contratti non possono avere validità superiore ai 3 mesi	Specifica che la gestione si considera imprenditoriale quando il soggetto abbia la disponibilità di un minimo di 3 appartamenti situati nel medesimo territorio comunale
Residenze d'epoca	NON PREVISTI DALLA LEGGE	NON PREVISTI DALLA LEGGE	NON PREVISTI DALLA LEGGE	NON PREVISTI DALLA LEGGE	NON PREVISTI DALLA LEGGE	NON PREVISTI DALLA LEGGE
Residence	NON PREVISTI DALLA LEGGE	NON PREVISTI DALLA LEGGE	NON PREVISTI DALLA LEGGE	NON PREVISTI DALLA LEGGE	NON PREVISTI DALLA LEGGE	NON PREVISTI DALLA LEGGE
Bed&breakfast	Attività a carattere saltuario, servizio a conduzione familiare di alloggio e prima colazione. L'attività può essere esercitata in non più di tre stanze con un massimo di sei posti letto	Attività a carattere saltuario, servizio a conduzione familiare di alloggio e prima colazione. L'attività può essere esercitata in non più di tre stanze	Servizio saltuario di alloggio e prima colazione. L'attività deve essere esercitata utilizzando non più di 3 camere con un max di 6 posti letto. Il periodo di apertura non può superare i 270 giorni.	Strutture ricettive a conduzione familiare. Massimo di 3 camere e capacità ricettiva non superiore a 6 posti letto. Forniscono alloggio e prima colazione con cibi e bevande confezionati senza manipolazione. Attività saltuaria e per periodi stagionali ricorrenti	Attività a conduzione familiare. Servizio saltuario di alloggio e prima colazione. Non più di 3 stanze e 6 posti letto più un eventuale letto aggiunto per stanza in caso di minore di anni 12. L'ospitalità può essere fornita per un massimo di 120 gg o per un massimo di 500 pernottamenti nell'arco dell'anno.	Attività a carattere saltuario, servizio a conduzione familiare di alloggio e prima colazione. L'attività può essere esercitata in non più di tre stanze con un massimo di sei posti letto
Posti tappa escursionistici	NON PREVISTI DALLA LEGGE	VEDI RIFUGI ESCURSIONISTICI	VEDI RIFUGI ESCURSIONISTICI	Strutture sommariamente attrezzate site anche in località servite da strade aperte al pubblico transito veicolare, atte a consentire il pernottamento, per periodi non superiori alle 48 aore, a coloro i quali percorrono itinerari escursionistici	VEDI RIFUGI ESCURSIONISTICI	VEDI RIFUGI ESCURSIONISTICI

Appartamenti ammobiliati per uso turistico	NON PREVISTI DALLA LEGGE	NON PREVISTI DALLA LEGGE	NON PREVISTI DALLA LEGGE	Case ed appartamenti vacanza dati in locazione a forestieri senza la fornitura di servizi complemetari	Case ed appartamenti vacanza dati in locazione a turisti, in numero non superiore a 3, con contratti non superiori a 6 mesi consecutivi, senza la fornitura di servizi aggiuntivi. Attività non imprenditoriale.	NON PREVISTI DALLA LEGGE
Alloggi vacanze	NON PREVISTI DALLA LEGGE	NON PREVISTI DALLA LEGGE	NON PREVISTI DALLA LEGGE	Case ed appartamenti vacanza dati in locazione a forestieri senza la fornitura di servizi complemetari	Case ed appartamenti vacanza dati in locazione a turisti, in numero non superiore a 3, con contratti non superiori a 6 mesi consecutivi, senza la fornitura di servizi aggiuntivi. Attività non imprenditoriale.	NON PREVISTI DALLA LEGGE
Strutture ricettive all'aria aperta non aperte al pubblico	NON PREVISTE DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	NON PREVISTE DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	NON PREVISTE DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	NON PREVISTE DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	Strutture organizzate e gestite da enti, associazioni e cooperative, che ospitano unicamente soci o dipendenti dei suddetti organismi e loro familiari.	NON PREVISTE DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE
Aree attrezzate di sosta temporanea	NON PREVISTE DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	Gli Enti locali possono allestire, nell' ambito dei rispettivi territori, miniaree di sosta ai sensi dell' articolo 7 comma 8 della legge 17 maggio 1983 n. 217. 2. Le miniaree di sosta che hanno un minimo di dieci piazzole e un massimo di trenta piazzole svolgono la propria attività integrata anche con altre attività extra - turistiche a supporto del campeggio itinerante, rurale ed escursionistico	NON PREVISTE DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	NON PREVISTE DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	I Comuni, per consentire la sosta di caravan, autocaravan, camper e simili mezzi mobili di pernottamento al di fuori delle strutture ricettive all'aperto possono istituire aree attrezzate, riservate esclusivamente alla sosta temporanea e al parcheggio di tali mezzi	NON PREVISTE DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE

	Standard strutturali minimi					
Case per ferie	Le strutture ricettive di cui all'articolo 2 della L.R. 29 maggio 1997 n.18 (affittacamere, ostelli per la gioventù, case per ferie) devono avere i requisiti igienico-sanitari ed edilizi previsti dai regolamenti comunali per i locali di civile abitazione ed idonei dispositivi di sicurezza secondo le disposizioni vigenti.Le case per ferie e gli ostelli della gioventù sono classificati in un'unica categoria	Oltre a possedere i requisiti previsti dai regolamenti igienico - edilizi comunali devono anche avere: a) superficie minima delle camere di mq 8 per le camere ad un letto e mq 12 per le camere a due letti con un incremento di superficie di mq 4 per ogni letto in piu' e con un massimo di quattro posti letto per camera; altezza dei locali analoga a quella prescritta per le case di civile abitazione	Devono possedere i requisiti previsti dai regolamenti igienico-edilizi comunali. Requisiti uguali agli ostelli della gioventù	Superficie minima delle camere mq. 8 per le camere ad un letto e di mq. 12 per le camere a due letti, con un incremento di superficie di mq. 4 per ogni letto in più; b) arredamento minimo delle camere; locale comune di soggiorno distinto dalla sala da pranzo, di dimensioni non inferiori a mq. 0,7 per ogni posto letto; d) idonei dispositivi e mezzi antincendio, nonché impianti elettrici secondo le disposizioni vigenti; e) cassetta di pronto soccorso	Nelle case per ferie oltre alla prestazione di servizi ricettivi essenziali sono assicurati, di norma, i servizi e l'uso di attrezzature che consentano il perseguimento delle finalità di cui al comma 1	Devono possedere i requisiti tecnici ed igienico sanitari previsti dalle norme di legge
Case per ferie Ostelli per la gioventù	Stessa regolamentazione delle case per ferie e affittacamere	Oltre a possedere i requisiti previsti dai regolamenti igienico - edilizi comunali devono anche avere: a) superficie minima delle camere al netto di ogni locale accessorio di mq 8 per le camere ad un letto e mq 12 per le camere a due letti con un incremento di superficie di mq 4 per ogni letto in piu' e con un massimo di sei posti letto per camera	Devono possedere i requisiti previsti dai regolamenti igienico-edilizi comunali. a) una superficie minima delle camere di mq. 8 per le camere ad un letto, mq. 12 per le camere a 2 letti con un incremento di superficie di mq. 4 per ogni letto in piu'; altezza minima dei locali con un minimo di m. 2,40 per i Comuni montani al di sopra dei 700 metri sul livello del mare e di m. 2,70 per le altre zone m. 2,70 per le altre zone	Superficie minima delle camere, di mq. 8 per le camere ad un letto e di mq. 12 per le camere a due letti, con un incremento di superficie di mq. 4 per ogni letto in più; locale comune di soggiorno, distinto dalla sala da pranzo, dimensionato nel rapporto minimo di mq. 0,7 per ogni posto letto	Le caratteristiche strutturali ed igienico-edilizie dei locali adibiti all'ospitalità saltuaria di alloggio eprima colazione sono quelle previste per i locali di civile abitazione dai regolamenti comunali. Ulteriori eventuali caratteristiche vincolanti sono indicate nell'atto di Giunta regionale art.3 comma 2	Devono possedere i requisiti i requisiti tecnici ed igienico sanitari previsti dalle norme di legge e regolamentari vigenti in materia. Deve essere garantita la prestazione di servizi ricettivi di base
Rifugi alpini	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	Devono possedere requisiti idonei per il ricovero ed il pernottamento degli ospiti. Devono avere una superficie minima delle camere al netto di ogni locale accessorio di mq 8 per le camere a un letto e mq 12 per le camere a due letti con un incremento di superficie di mq 4 per ogni letto in piu'	I rifugi alpini devono possedere requisiti idonei per il ricovero ed il pernottamento degli ospiti. I rifugi alpini e i rifugi escursionistici devono inoltre possedere le caratteristiche tecnico-edilizie e igienico-sanitarie indicate nell'allegato B della legge n.31 del 15/04/1985	I rifugi alpini devono possedere requisiti idonei per il ricovero ed il pernottamento degli ospiti	I requisiti e le condizioni di esercizio dei rifugi alpini sono definiti da uno specifico atto della Giunta regionale art.3 comma 2	Devono possedere caratteristiche idonee per il ricovero e pernottamento degli ospiti. La costruzione deve avere carattere permanente

Rifugi escursionistici	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	Stessa disciplina dei rifugi alpini	I rifugi alpini devono possedere requisiti idonei per il ricovero ed il pernottamento degli ospiti.		I requisiti e le condizioni di esercizio dei rifugi escursionistici sono definiti da uno specifico atto della Giunta regionale art.3 comma 2	Devono possedere gli stessi requisiti tecnici ed igienico sanitari delle case per ferie
Bivacchi fissi	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	Devono essere allestiti con un minimo di attrezzatura per fornire riparo agli alpinisti
Affittacamere	Stessa regolamentazione delle case per ferie e affittacamere	Devono assicurare anche avvalendosi della normale organizzazione familiare i servizi minimi compresi nel prezzo della camera. Devono possedere i requisiti previsti per le case di civile abitazione dai regolamenti igienico - edilizi	Devono assicurare - avvalendosi della normale organizzazione familiare - i servizi minimi di ospitalita' compresi nel prezzo della camera	Devono possedere i requisiti previsti dai regolamenti igienico-edilizi in materia di civile abitazione. In particolare, devono avere: a) una superficie minima delle camere di mq. 8 per le camere ad un letto e di mq. 12 per le camere a due letti, con un incremento di superficie di mq. 4 per ogni letto in più	Le caratteristiche strutturali ed igienico-edilizie dei locali adibiti ad attività di affittacamere sono quelle previste per i locali di civile abitazione dai regolamenti comunali edilizi e di igiene	Devono possedere le caratteristiche strutturali ed igienico sanitarie previste per i locali di civile abitazione. Alle camere da letto si deve accedere senza dover attraversare le altre camere. Devono essere assicurati i servizi minimi di ospitalità compresi nel prezzo.
Case e appartamenti per vacanze	Le case e appartamenti per vacanze sono considerati, ai fini igienico-sanitari ed edilizi nonché urbanistici, immobili destinati alla residenza di cui alle categorie catastali A/1, A/2, A/3, A/4, A/5, A/7, A/8 e A/11.	Devono possedere i requisiti previsti per le case di civile abitazione dai regolamenti igienico - edilizi comunali e disporre di una superficie minima di 28 mq con rapporto superficie/ persona non inferiore a 7 mq.	Devono possedere gli ordinari requisiti igienico-edilizi previsti dalle norme statali in materia di edilizia residenziale e dai regolamenti comunali per i locali di abitazione.	Devono possedere i requisiti previsti dai regolamenti igienico-edilizi in materia di civile abitazione. Le unità abitative delle case e appartamenti per vacanze devono disporre di una superficie minima di mq. 8 per le camere ad un letto e di mq. 14 per le camere a due letti, con un incremento di superficie di mq. 6 per ogni letto in più.	STANDARD NON DISCIPLINATI DALLA LEGGE	Devono possedere i requisiti igienico sanitari ed edilizi previsti dalle norme di legge e regolamentari per i locali di civile abitazione. Deve essere garantito il minimo di mq 8 di superficie per ogni posto letto
Residenze d'epoca	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE
Residence	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE

Bed&breakfast	Devono avere i requisiti igienico-sanitari ed edilizi previsti dai regolamenti comunali per i locali di civile abitazione ed idonei dispositivi di sicurezza secondo le disposizioni vigenti.Devono avere i requisiti strutturali e funzionali minimi previsti per affittacamere e case per ferie	I locali da destinare all'attività di cui al comma 1 delle legge regionale devono possedere i requisiti igienico-sanitari ed edilizi previsti per l'uso abitativo dai regolamenti comunali. Il servizio di alloggio deve comprendere i servizi minimi.	Le strutture ricettive B&B devono avere tutte le caratteristiche richieste per tale classe. Le camere devono avere una superficie minima di 8 mq. se con un posto letto e di 14 mq. se con due posti letto. Per i dettagli consultare la l.r. 14 luglio 1988, n°34. Gli appartamenti utilizzati devono essere dotati dei requisiti tecnici ed igienico-sanitari di cui all'articolo 14, come modificati ed integrati dalla legge regionale 14 luglio 1988, n. 34	Devono possedere i requisiti edilizi ed igienico-sanitari previsti dai regolamenti comunali per l'uso abitativo. Qualora l'attività sia svolta in più di due stanze, l'abitazione deve essere dotata di almeno due locali destinati ai servizi igienici e l'accesso alle camere da letto destinate agli ospiti deve avvenire senza dover attraversare le camere da letto o i servizi destinati ad altro ospite.	Le caratteristiche strutturali ed igienico-edilizie dei locali adibiti all'ospitalità di bed&breakfast sono quelle previste per i locali di civile abitazione dai regolamenti comunali edilizi e di igiene.	I locali devono possedere i requisiti igienico sanitari previsti dal regolamento edilizio comunale e dal regolamento d'igiene, nonché rispettare la normativa vigente in materia di sicurezza e di somministrazione di cibi e bevande.
Posti tappa escursionistici	NON DISCIPLINATI DALLA LEGGE	VEDI RIFUGI ESCURSIONISTICI	VEDI RIFUGI ESCURSIONISTICI	Devono possedere i requisiti idonei per il pernottamento degli ospiti. Lo spazio attrezzato per il pernottamento deve avere una superficie minima di mq 5 per ogni posto letto	VEDI RIFUGI ESCURSIONISTICI	VEDI RIFUGI ESCURSIONISTICI
Appartamenti ammobiliati per uso turistico	NON DISCIPLINATI DALLA LEGGE	NON DISCIPLINATI DALLA LEGGE	NON DISCIPLINATI DALLA LEGGE	NON DISCIPLINATI DALLA LEGGE	NON DISCIPLINATI DALLA LEGGE	NON DISCIPLINATI DALLA LEGGE
Alloggi vacanze	NON DISCIPLINATI DALLA LEGGE	NON DISCIPLINATI DALLA LEGGE	NON DISCIPLINATI DALLA LEGGE	NON DISCIPLINATI DALLA LEGGE	Devono essere dotati dei requisiti tecnici ed igienico-sanitari di cui all'articolo 14, come modificato ed integrato dalla legge regionale 14 luglio 1988, n. 34.Devono essere assicurati i servizi essenziali per il soggiorno degli ospiti	NON DISCIPLINATI DALLA LEGGE
Strutture ricettive all'aria aperta non aperte al pubblico	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	Le caratteristiche di tali strutture sono definite dall'atto di Giunta regionale art.3 comma 2	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE
Aree attrezzate di sosta temporanea	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	I requisiti minimi sono quelli previsti per i campeggi contrassegnati da una stella.	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	Le caratteristiche di tali strutture sono definite dall'atto di Giunta regionale art.3 comma 2	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE

	Erogazione alimentare					
Strutture ricettive extralberghiere (normativa generale)					La somministrazione di alimenti e bevande è limitata alle persone alloggiate, ai loro ospiti e a coloro che sono ospitati nella struttura ricettiva in occasione di manifestazioni e convegni organizzati. Agli stessi soggetti può essere effettuata la fornitura di giornali, riviste, pellicole per uso fotografico e di registrazione audiovisiva, cartoline e francobolli, gadget e souvenir. È possibile, altresì, installare ad uso esclusivo di dette persone attrezzature e strutture a carattere ricreativo.	
Case per ferie	Può essere prevista la somministrazione dei pasti e delle bevande	Stessa disciplina degli ostelli per la gioventù	Stessa disciplina degli ostelli per la gioventù	Può essere prevista la somministrazione di alimenti e bevande limitatamente alle sole persone alloggiate	L'eventuale somministrazione di alimenti e bevande è limitata alle persone alloggiate	
Ostelli per la gioventù	Possono essere offerti quali servizi complementari: a)un servizio di mensa; b) un servizio di tavola calda o self-service	L'autorizzazione può comprendere la somministrazione di cibi e bevande limitatamente alle persone alloggiate ed a quelle che possono utilizzare il complesso	L'autorizzazione può comprendere la somministrazione di cibi e bevande limitatamente alle persone alloggiate e, con distinta autorizzazione, la somministrazione di bevande superalcoliche.	Può essere prevista la somministrazione di alimenti e bevande limitatamente alle sole persone alloggiate	L'eventuale somministrazione di alimenti e bevande è limitata alle persone alloggiate	La legge prevede che, nella richiesta di autorizzazione, possano specificare i servizi forniti oltre l'alloggio
Affittacamere		L'attività di affittacamere può essere esercitata in modo complementare all'esercizio di ristorazione se svolta da uno stesso titolare in una struttura immobiliare unitaria	L'attività di affittacamere può essere esercitata in modo complementare all'esercizio di ristorazione se svolta da uno stesso titolare in una struttura immobiliare unitaria	Possono somministrare alimenti e bevande limitatamente alle persone alloggiate	Può essere esercitata in modo complementare rispetto ad un esercizio di ristorazione qualora sia svolta da uno stesso titolare e gestore in una struttura immobiliare unitaria	Il titolare può somministrare alimenti e bevande limitattamente alle persone alloggiate

Rifugi alpini	CATEGORA NON PREVISTA DALLA LEGGE SULLE STRUTTURE EXTRA ALBERGHIERE	Deve essere previsto uno spazio attrezzato per la somministrazione ed il consumo di alimenti e bevande	E' limitata ad alimenti conservabili nella struttura, con divieto di preparazione e somministrazione di salse o altri prodotti freschi a base di uova, nonché di altri alimenti deperibili. L'attività di ristorazione è soggetta alle procedure autorizzative, ove richieste, di cui alla legge 30 aprile 1962, n. 283	Devono avere uno spazio attrezzato per la somministrazione di alimenti e bevande	L'eventuale somministrazione di alimenti e bevande è limitata alle persone alloggiate	Possono avere uno spazio attrezzato per la somministrazione ed il consumo di alimenti e bevande
Rifugi escursionistici	NON DISCIPLINATI DALLA LEGGE	Deve essere previsto uno spazio attrezzato per la somministrazione ed il consumo di alimenti e bevande	Stessa regolamentazione dei rifugi alpini			
Bivacchi fissi				Devono avere uno spazio attrezzato per la somministrazione di alimenti e bevande		
Bed&breakfast	Il servizio di prima colazione è assicurato con cibi e bevande che non richiedono manipolazione, esclusivamente a chi è alloggiato	Il servizio di prima colazione è assicurato con cibi e bevande che non richiedono manipolazione	L'autorizzazione all'esercizio può comprendere la somministrazione di cibi e bevande limitatamente alle persone ospitate. Con autorizzazione distinta può essere consentita anche la somministrazione di bevande superalcoliche	L'attività è svolta avvalendosi della normale organizzazione familiare e fornendo, esclusivamente a chi è alloggiato, cibi e bevande confezionati per la prima colazione senza alcuna manipolazione	Prevede la somministrazione della prima colazione	Prevede la somministrazione della prima colazione
	Pricing					
Disciplina dei prezzi delle strutture ricettive	Ai sensi della legge 25 agosto 1991, n. 284, i gestori delle strutture ricettive di cui all'articolo 2 devono comunicare all'azienda provinciale per il turismo le tariffe che intendono praticare l'anno successivo	I prezzi delle case per ferie, ostelli per la gioventù , rifugi alpini, rifugi escursionistici, affittacamere, case e appartamenti per vacanze, sono comunicati alla Regione e al Comune secondo le disposizioni di cui alla legge 25 agosto 1991 n. 28	I prezzi dei servizi delle strutture turistico-ricettive sono liberamente determinati dai singoli operatori e da essi comunicati all'Azienda di promozione turistica (APT) competente territorialmente, ai soli fini della pubblicita'.	Alle strutture ricettive si applica il regime previsto dal decreto del ministro del Turismo e dello Spettacolo del 16 ottobre 1991, emanato ai sensi della legge 25 agosto 1991 n.284 (liberalizzazione dei prezzi)	I gestori devono comunicare alla Provincia i prezzi massimi dei servizi offerti	I prezzi delle case e appartamenti per vacanze devono essere comunicati al comitato provinciale prezzi tramite il Comune. I prezzi dei servizi delle case per ferie e ostelli della gioventù devono essere denunciati al Comune. Le tariffe dei bed&breakfast devono essere comunicate alla Provincia.

Pubblicità dei prezzi einformazioni all'interno dell'esercizio	I gestori di case ed appartamenti per vacanze devono tenere esposta, in modo ben visibile all'interno degli stessi, una tabella sulla quale siano indicati i prezzi richiesti per le diverse ipotesi di utilizzo stagionale e il numero complessivo delle camere e dei letti nonché delle stanze da bagno	Le tabelle ed i cartellini con l' indicazione dei prezzi indicati, nonchè della classificazione attribuita ai sensi dell' articolo 26 devono essere esposti in modo ben visibile nel locale di ricevimento degli ospiti e in ciascuna camera o unità abitativa.	I gestori delle strutture ricettive devono tenere esposta in modo ben visibile al pubblico, nel locale di ricevimento degli ospiti, una tabella sulla quale siano indicati i prezzi conformemente all'ultima comunicazione trasmessa all'APT.	Le tabelle e i cartellini con l'indicazione dei prezzi praticati devono essere esposti in modo ben visibile nei locali di ricevimento degli ospiti o di prestazione dei servizi e, limitatamente alle strutture di cui agli articoli 14, 16bis e 17, in ciascuna camera o unità abitativa.	I Prezzi dei servizi praticati nell'anno in corso, sono riepilogati in una tabella esposta in modo ben visibile al pubblico nel luogo di ricevimento.	Le tabelle e i cartellini con i prezzi devono essere esposti in modo ben visibile

Note:
Allo studio, la normativa sulle strutture extra alberghiere si presenta con più difformità rispetto alla Toscana, poiché molte tipologie di ricezione sono regolamentate solo da alcune Regioni (aree attrezzate di sosta temporanee, alloggi vacanze, altro) o sono comprese in altre categorie (residenze d'epoca)

7.6.3 Quadro sintetico delle normative regionali in materia di strutture agrituristiche

	Toscana
	L.R. 23/03/2003 n. 30
Definizione	Per attività agrituristiche si intendono le attività di ricezione e di ospitalità, esercitate dai soggetti attraverso l'utilizzo della propria azienda in rapporto di connessione e di complementarietà con l'attività agricola di cui all'articolo 2135 del codice civile che deve rimanere principale, secondo quanto disposto dalla presente legge. Sono attività agrituristiche, nel rispetto delle modalità e dei limiti definiti dalla presente legge: a) il dare alloggio stagionale in appositi locali aziendali; b) l'ospitare i campeggiatori in spazi aperti per soggiorni stagionali; c) l'organizzare attività didattiche, culturali, tradizionali, di turismo religioso culturale, ricreative, di pratica sportiva, di escursionismo e di ippoturismo riferite al mondo rurale; d) il somministrare agli ospiti aziendali per la consumazione sul posto pasti, alimenti e bevande costituiti prevalentemente da prodotti dell'azienda o comunque da prodotti reperiti presso aziende agricole locali e aziende agroalimentari locali che producono e vendono prodotti regionali, nonché l'organizzare non solo per gli ospiti aziendali degustazioni e assaggi di prodotti aziendali.
Standard strutturali minimi	L'attività di ospitalità è stagionale ed è svolta negli immobilii e nel rispetto del limite massimo di trenta posti letto in camere o in unità abitative o utilizzando entrambe le soluzioni. L'attività di ospitalità oltre il limite di trenta posti letto può essere svolta, salvo contraria disposizione degli strumenti urbanistici comunali e comunque entro il limite massimo di quaranta posti letto, esclusivamente mediante l'utilizzo di unità abitative indipendenti. L'ospitalità in spazi aperti è stagionale ed è svolta in aziende con estensione non inferiore a due ettari contigui di superficie agricola totale (SAT) e nel rispetto del limite massimo di ventiquattro ospiti e otto tende o altri mezzi di soggiorno autonomo, e di una densità massima di sei ospiti e due tende o altri mezzi di soggiorno autonomo, per ettaro di superficie agricola aziendale.
Norme igienico sanitarie	I requisiti strutturali, igienico-sanitari e di sicurezza degli alloggi agrituristici sono quelli previsti dalle vigenti disposizioni e dai regolamenti edilizi e di igiene per i locali di abitazione, nonché quelli previsti dal regolamento di attuazione. Gli alloggi agrituristici devono, comunque, essere dotati di servizi igienico-sanitari nella misura minima di uno ogni quattro persone mentre negli spazi aperti devono, comunque, essere garantiti nella misura minima di un servizio igienico-sanitario ogni sei persone.
Pricing	Entro il 1° ottobre di ogni anno i soggetti autorizzati all'esercizio dell'attività agrituristica comunicano alla provincia competente i prezzi massimi che intendono praticare dal 1° gennaio dell'anno successivo, nonché le caratteristiche delle strutture.
Limiti all'erogazione alimentare	La somministrazione di pasti, alimenti e bevande, comprese quelle a carattere alcoolico e superalcoolico: a) è rivolta esclusivamente agli ospiti che fruiscono delle attività per la consumazione sul posto; b) è costituita prevalentemente da prodotti aziendali o comunque da prodotti reperiti presso aziende agricole locali e aziende agroalimentari locali che producono e vendono prodotti regionali; L'organizzazione di degustazioni e assaggi di prodotti: a) è effettuata esclusivamente con prodotti aziendali e all'interno dell'azienda; b) è rivolta non esclusivamente agli ospiti aziendali. Sono considerati prodotti aziendali i cibi e le bevande prodotti e lavorati nell'azienda agricola e quelli ricavati da materie prime dell'azienda agricola ed ottenuti attraverso lavorazioni esterne.

	Regione Lazio L.R. 2/11/2006 n.14	**Regione Liguria** L.R. 21/11/2007 n. 37	**Regione Piemonte** L.R. 23/03/1995 n. 38	**Regione Valle d'Aosta** L. R. 4 /12/2006 n. 29	**Regione Emilia Romagna** L.R. 28/06/1994 n. 26	**Regione Lombardia** L. R. 8/06/ 2007 n. 10
Definizione	OMOGENEO	OMOGENEO	OMOGENEO	OMOGENEO	OMOGENEO	OMOGENEO
Standard strutturali minimi	Non oltre 50 posti letto Non oltre 12 piazzole per gli di 30 agricampeggi.	Superficie minima di metri quadrati 8 per le stanze ad un letto e di metri quadrati 11 per quelle a due letti, con incremento di metri quadrati 4 di superficie per ogni letto aggiuntivo La superficie minima delle unità abitative attrezzate per il pernottamento ed il soggiorno dotate di servizio autonomo di cucina, è fissato in metri quadrati ventiquattro.	Non superiore a 25 posti letto Non superiore a 3 tende o caravan elevabili fino a 10 previa verifica per l'estensione	Non superiore a 16 posti letto, per la locazione di camere con prestazione del servizio di prima colazione, mezza pensione o pensione completa qualora, congiuntamente alla predetta attività, sia svolta anche l'attività di ristorazione Non superiore a ventiquattro posti letto, per la locazione di camere con prestazione del servizio di mezza pensione o pensione completa Non superiore a 16 posti letto per la locazione di alloggi	Non oltre 8 camere elevabili a 15 nelle zone a prevalente interesse agriturismo Non oltre 10 piazzole, elevabile fino a 15 nelle zone di prevalente interesse agrituristico	Non oltre 60 ospiti al giorno in alloggi o spazzi all'aperto
Norme igienico sanitarie	Gli alloggi agrituristici sono dotati di almeno un servizio igienico-sanitario ogni quattro persone; gli agriturismi che danno ospitalità in spazi aperti, attrezzati con servizi igienico-sanitari e con servizio di lavanderia, sono dotati di almeno un servizio igienico-sanitario ogni sei persone e di un servizio di lavanderia ogni dieci persone. Gli agriturismi autorizzati precedentemente alla data di entrata in vigore della presente legge hanno ventiquattro mesi di tempo per adeguarsi alle disposizioni di cui al presente comma	La produzione, la preparazione, il confezionamento e la somministrazione di alimenti e bevande sono soggetti alle specifiche normative vigenti. Nell'applicazione di tali disposizioni le autorità sanitarie competenti per territorio tengono conto delle effettive necessità connesse alla specifica attività	Le camere e le unita' abitative devono disporre almeno dei seguenti servizi igienico sanitari: un wc ogni dieci persone, un bagno o doccia ogni dodici persone, un lavabo ogni sei persone, comprese le persone appartenenti al nucleo familiare e conviventi	L'esercizio dell'attività agrituristica, con particolare riguardo alle attività di preparazione, manipolazione e somministrazione di alimenti e bevande, nonché di macellazione degli animali allevati in azienda le cui carni sono destinate al consumo da parte degli ospiti è subordinato al rispetto delle disposizioni igienico-sanitarie vigenti e di quelle, ulteriori, stabilite con deliberazione della Giunta regionale, su proposta dell'assessore regionale competente in materia di agricoltura, di concerto con l'assessore regionale competente in materia di sanità	I locali destinati all'uso agrituristico devono possedere i requisiti strutturali ed igienico-sanitari previsti dal regolamento edilizio comunale per i locali di abitazione. Nella valutazione di tali requisiti e dei relativi indici possono essere ammesse deroghe in funzione delle caratteristiche strutturali e della tipologia rurale dell'edificio, ai sensi dell'art. 33	La produzione, la preparazione, il confezionamento, la conservazione e la somministrazione di alimenti e bevande sono soggetti alle disposizioni vigenti Le strutture ed i locali destinati all'esercizio dell'attività agrituristica devono possedere i requisiti di abitabilità e agibilità previsti per i locali di abitazione dai regolamenti comunali edilizi e di igiene

Pricing	È prevista l'indicazione delle tariffe massime, riferite a periodi di alta e di bassa stagione	È fatto obbligo pesporre al pubblico copia dell'autorizzazione comunale nonché le tariffe praticate e, se attribuita, la classificazione	È fatto obbligo di esporre in modo visibile al pubblico il tariffario	Nell'articolo 12, è solo scritto che si devono rispettare i prezzi minimi e massimi inviati alla Regione, senza specificare. La stessa cosa viene fatta anche per il periodo di apertura	È fatto obbligo di esporre in modo visibile al pubblico il tariffario	È fatto obbligo di esporre in modo visibile al pubblico il tariffario
Limite all'erogazione alimentare	Fino a 80 pasti giornalieri	Non sono inscritti limiti	Fino a un massimo di 60 persone al giorno	Non vi sono inscritti limiti	Non sono inscritti limiti.	Fino a un massimo di 60 persone al giorno

Note:
Le normative regionali in materia di agriturismi coincidono per gli indicatori individuati. Si riscontrano differenze nell'erogazione alimentare e per al ricettività massima delle strutture.

7.6.3 Quadro sintetico delle normative regionali in materia di strutture agrituristiche

	Toscana
	Testo unico delle leggi regionali in materia di turismo L.R.T 23/03/2000 n.42 Con modifiche appoatate dalla L.R. 17/01/2005 n.14
Definizione di Campeggi	Sono campeggi le strutture ricettive, a gestione unitaria, aperte al pubblico, attrezzate su aree recintate per la sosta e il soggiorno di turisti provvisti, di norma, di mezzi di pernottamento autonomi e mobili. I campeggi possono altresì disporre di ristorante, bar e altri servizi accessori. È consentita in non più del 40 per cento delle piazzole l'installazione di strutture temporaneamente ancorate al suolo per l'intero periodo di permanenza del campeggio nell'area autorizzata, allestite dal titolare o gestore e messe a disposizione degli ospiti sprovvisti di mezzi propri di pernottamento. Nei campeggi è consentito l'affitto di non più del 40 per cento delle piazzole per l'intera durata del periodo di apertura della struttura
Standard strutturali minimi	Le strutture installate dal titolare o gestore, messe a disposizione per la sosta e il soggiorno del turista, hanno le seguenti caratteristiche:a) pareti e coperture impermeabili, non combustibili o coibentate;b) pavimentazione in materiale facilmente lavabile;c) servizi igienici composti da wc, lavandino e doccia; d) presa di corrente all'interno, allacciamento alla rete idrica, fognaria, elettrica; e) attrezzature per il soggiorno del numero di ospiti previsto per ciascuna struttura allestita, comprese quelle per la preparazione e la consumazione dei pasti f) superficie coperta non inferiore a tre metri quadrati per persona e non superiore al cinquanta per cento dell'intera superficie della piazzola. Tutte le strutture sono sottoposte alle norme di sicurezza e igienico-sanitarie
Classificazione	La classificazione va da una a quattro stelle
Pricing	E' fatto obbligo di esporre in modo visibile al pubblico il tariffario

	Regione Lazio L.R. 03 Maggio 1985, n. 59	**Regione Liguria** L.R.07/02/2008 n. 2	**Regione Piemonte** Legge regionale 31 agosto 1979, n. 54	**Regione Valle d'Aosta** testo coordinato della L.R. 07/03/2006 n.10	**Regione Emilia Romagna** L.R. 16/07/2004 n. 16	**Regione Lombardia** L.R. 28/04/1997 n.12
Definizione	OMOGENEO	OMOGENEO	OMOGENEO	OMOGENEO	OMOGENEO	OMOGENEO

Standard strutturali minimi	OMOGENEA	Tutte le strutture sono sottoposte alle norme di sicurezza e igienico-sanitarie	Le aree devono possedere le seguenti caratteristiche - idonea ubicazione sotto il profilo igienico sanitario, idrogeologic, forestale, ambientale e paesaggistico; - terreno pianeggiante, terrazzato o adattabile con lievi modifiche; - possibilita' di facile allacciamento alla rete idrica, elettrica e fognaria; -facilita' di accesso mediante le strade esistenti - possibilita' di insediamento di un numero limite di turisti e collocazione urbanistica tali da consentire una utilizzazione dei servizi esistenti nel Comune (esercizi commerciali, impianti ricreativi e sportivi, infrastrutture generali) senza creare squilibri e consentendo una corretta integrazione della comunita' turistica con quella locale.	OMOGENEA ma i complessi ricettivi all'aperto possono essere ubicati nelle sole aree a ciò espressamente destinate dagli strumenti urbanistici vigenti, nell'ambito delle zone territoriali destinate alle attività ricettive turistiche	Tutte le strutture sono sottoposte alle norme di sicurezza e igienico-sanitarie	Le attrezzature e gli impianti sono tenuti in buone condizioni di funzionamentola qualità degli arredi deve essere adeguata al livello di classificazione nonché alle norme di sicurezza. È assicurato il rispetto delle norme igienico-sanitarie e, in particolare, un adeguato rapporto tra servizi igienici e numero di utenti, con esclusione delle installazioni igienico-sanitarie riservate
Pricing	Il titolare od il gestore devono tenere esposto il regolamento interno, le tariffe e la classifica a disposizione di chiunque voglia prenderne atto in qualsiasi momento	È' fatto obbligo di esporre in modo visibile al pubblico il tariffario	Le tariffe devono essere esposte bene in vista dei turisti all'ingresso degli impianti e nel locale di ricezione unitamente all'autorizzazione all'esercizio, alla planimetria generale del comple so, sulla quale siano chiaramente individuabili i servizi generali, le strade e le piazzole con la relativa numerazione singola e a copia del regolamento interno. I predetti atti, devono riportare il visto di conformita' a quelli depositati presso il Comune	È fatto obbligo di esporre, in modo visibile al pubblico, nella zona di ricevimento degli ospiti, la tabella dei prezzi ed il regolamento del complesso ricettivo	È fatto obbligo di esporre in modo visibile al pubblico il tariffario	È fatto obbligo di esporre in modo visibile al pubblico il tariffario
Classificazione	I campeggi di cui al precedente articolo 2 sono classificati in quattro categorie denominate: una stella, due stelle, tre stelle e quattro stelle.	Da una stelle a quattro stelle	Da una stelle a quattro stelle	I complessi ricettivi all'aperto sono classificati sulla base dello stato di fatto dell'esercizio, dei requisiti e delle caratteristiche tecniche possedute, con le seguenti modalità: da una a quattro stelle i campeggi	Da una stelle a quattro stelle	La classificazione avviene in base a requisiti predeterminati per ciascuno dei livelli attribuibili, contrassegnati da uno a quattro stelle

AZIONE 8

Una proposta per la costruzione di un data base in grado di censire, selezionare, aggiornare e mettere in rete l'offerta

8.1 Costruzione del database

8.2 Organizzazione del database

8.3 Requisiti database

8.4 Struttura del database

- 8.4.1 Aree di contenuti Territoriali
- 8.4.2 Aree di contenuti di percorso
- 8.4.3 Aree di contenuti Culturali/paesaggistici
- 8.4.4 Aree di contenuti Informativi
- 8.4.5 Aree di contenuti di Servizi e supporto
- 8.4.6 Aree di contenuti di Complemento
- 8.4.7 Aree di contenuti Marketing

8.5 Gerarchia dei contenuti

8.6 Contenuti testuali e popolamento del database

8.7 Contenuti multimediali

8.8 Cartografia e georeferenziazione

8.9 CMS – Strumento di redazione e pubblicazione

8.10 Navigazione

- 8.10.1 Obiettivi
- 8.10.2 Logica di navigazione
- 8.10.3 Servizi a valore aggiunto
- 8.10.4 Community
- 8.10.5 Usabilità

8.11 Intranet

8.12 Sistema dei siti e dei portali web degli Itinerari Culturali/Religiosi Europei

- 8.12.1 Struttura base dati
- 8.12.2 Caratteristiche tecniche
- 8.12.3 CMS Stealth
- 8.12.4 Sistema di siti e portali

8.13 Best Practices

Introduzione
Il progetto si propone di realizzare una struttura di database omogenea a livello europeo per la Via Francigena, il Cammino di Santiago e le altre vie di pellegrinaggio. Essa, seppur distinta nei diversi cammini in base alla caratteristiche peculiari di ciascuno, è ideata in modo da dare vita a strutture integrate e favorire l'interattività. Il progetto è quello della realizzazione di un portale unico della Via Francigena ad opera di tutti gli attori Istituzionali che lavorano al progetto Via Francigena. La base di partenza per tale portale può essere l'attuale banca dati del sito dell'Associazione Europea delle Vie Francigene. Quest'ultimo infatti costituisce attualmente il principale punto di riferimento e di incontro delle Vie Francigene a livello europeo. La struttura di database qui proposta è la stessa già applicata in quel portale, come anche nei portali del Cammino di Santiago ed in quello dei Cammini d'Europa – GEIE.
Il portale unico della Via Francigena che dovrà:

- accompagnare l'utente lungo l'intero tracciato della Via Francigena, sia a livello italiano che europeo;
- offrire modalità di navigazione multiple con logiche, modalità di navigazione e interfaccia diversificate per target di utenza.
- implementare tutta la rete delle Vie Francigene a livello italiano ed europeo;
- incrementare la comunicazione attraverso la community della Via Francigena;
- offrire nuovi sistemi interattivi con Web Map Gis contestuale a tutti i contenuti;
- realizzare un sistema di redazioni locali da ampliare poi attraverso l'apertura di nuove redazioni e l'incremento e l'ampliamento degli attuali contenuti.

Per accompagnare i pellegrini/turisti/viaggiatori lungo tutto il percorso sarebbe utile realizzare anche una versione mobile del portale. Per migliorare ed unificare la rete informativa sarà necessario prevedere, tra le funzionalità avanzate, la realizzazione di una rete internet, oltre a strumenti informativi interattivi come Info Panel e totem touch screen. Sarà poi necessario attuare azioni di marketing e di advertising in rete attraverso l'implementazione del posizionamento nei motori di ricerca.

8.1 Costruzione del database

Di seguito vengono riportate le linee guida per la creazione di un database per il progetto interregionale Via Francigena. Seguendo uno schema del database unico per tutte le Regioni che parteciperanno al progetto sarà possibile la creazione e la messa in funzione, anche in tempi successivi, di database distinti che potranno essere messi in relazione evitando l'utilizzo strumenti accessori di conversione e sincronizzazione di dati. Inoltre, partendo da basi di dati con le medesime caratteristiche, sarà possibile unire in futuro tutte le basi dati regionali in una unica base di dati a livello interregionale senza compromettere o limitare le funzionalità dei sistemi impostati. Un sistema omogeneo di database consentirà la relazionabilità dei contenuti: dialogo perfetto e sincronizzato per quelli con la stessa piattaforma CMS (si veda paragrafo 8.9); un passaggio dei contenuti comunque valido per quelli con CMS dagli standard simili.

8.2 Organizzazione del database

Il database per la gestione delle informazioni dovrà essere suddiviso in varie tabelle, in relazione al tipo di informazioni incluse. Qualora lo necessitino, alcune tabelle potrebbero essere ulteriormente suddivise in base alla tipologia dei dati contenuti. Ogni singola tabella o sottotabella è suddivisa in campi, in funzione delle specifiche necessità e della quantità di informazioni da inserire al suo interno.
Ogni tabella dovrà essere dotata di una colonna a chiave primaria unica con la funzione di identificatore di un record.
Per migliorare la velocità di accesso alle informazioni si dovranno predisporre delle viste strutturate all'interno del database per le richieste più comuni.

8.3 Requisiti database

Il sistema web da realizzare per la Via Francigena dovrà essere basato sulle funzionalità e le opportunità offerte dalle nuove tecnologie e sulla nuova concezione di relazione avanzata fra portale ed utenti alla base

della filosofia del Web 2.0. Si dovrà fare in modo, quindi, che l'utente non sia più un semplice navigatore, ma possa partecipare in modo attivo all'incremento delle informazioni presenti nella Banca Dati. Si dovrà inoltre prevedere, oltre ai contenuti inseriti dalla redazione, anche spazi nei quali i pellegrini/turisti/viaggiatori possano condividere le loro esperienze/conoscenze/informazioni acquisite sulla Via Francigena.
La piattaforma della base di dati dovrà essere di tipo relazionale e compatibile con un accesso Odbc da una applicazione web. Dovranno essere supportati i principali comandi sql in aggiunta alla possibilità di strutturare viste, join tra tabelle e sub-query. La base di dati dovrà essere in grado di sostenere un ampio volume di richieste e accessi mantenendo una elevata velocità di accesso ai dati anche su tabelle con alta densità di record. La base di dati dovrà inoltre essere in grado di gestire attraverso operazioni pianificate o strutturate, il backup completo dei dati presenti con cadenza giornaliera e settimanale.

8.4 Struttura del database

Le tabelle presenti all'interno del database dovranno essere organizzate in 7 aree di contenuti:

a) *Territoriali*:
- Nazione
- Regione
- Provincia – Comunità Montana
- Comune
- Altre Località
- Area Tematica
- Area Territoriale

b) *Di Percorso*:
- Itinerari
- Tappe
- Vie Romee e altri cammini

c) *Culturali/paesaggistici*:
- Beni culturali
- Cultura e tradizioni
- Natura e paesaggio
- Personaggi storici
- Prodotti tipici
- Ricette tipiche

d) *Informativi*:
- Banner
- Comunicati stampa
- Documenti
- Eventi
- FAQ
- Notizie
- Photogallery
- Siti

e) *Servizi e supporto*:
- Ricettività
- Disponibilità ricettiva
- Servizi
- Sport
- Strutture

f) *Di complemento*:
- Associazioni
- Testi complementari
- Contatti
- Bibliografia

G) *Marketing*:
- Pacchetti turistici
- Prodotti E-commerce
- Booking eventi - ticket

8.4.1 Aree di contenuti Territoriali

Nazioni

Tabella nella quale saranno presenti i dati relativi alle nazioni interessate dal passaggio degli itinerari.
I record presenti all'interno della tabella avranno funzione di collegamento per i contenuti presenti all'interno della banca dati.
Campi previsti:
- Identificatore
- Nome
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Descrizione Turistica
- Storia
- Geografia
- Lingua
- Parole chiave

Regioni
Tabella nella quale saranno presenti i dati relativi alle principali Regioni interessate dal passaggio degli itinerari.
Il riferimento per ogni Regione sarà costituito dalla nazione di appartenenza.
I record presenti all'interno della tabella avranno funzione di collegamento per i contenuti presenti all'interno della banca dati.
Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Regione
- Nome
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Descrizione Turistica
- Parole chiave

Province
Tabella nella quale saranno presenti i dati relativi alle Istituzioni amministrative provinciali che si trovano lungo i percorsi.
Il riferimento per ogni Provincia sarà costituito dalla Regione di appartenenza.
I record presenti all'interno della tabella avranno funzione di collegamento per i contenuti presenti all'interno della banca dati.
Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Regione
- Nome
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Parole chiave

Comunità Montane
Tabella nella quale saranno presenti i dati relativi alle Comunità Montane che si trovano lungo i percorsi.
Il riferimento per ogni Comunità Montana sarà costituito dalla Regione di appartenenza.
I record presenti all'interno della tabella avranno funzione di collegamento per i contenuti presenti all'interno della banca dati.
Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Regione
- Nome
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Riferimenti di contatto
- Parole chiave

Comuni
Tabella nella quale saranno presenti i dati relativi ai Comuni interessati dal passaggio o in prossimità dei percorsi.
Il riferimento per ogni Comune sarà costituito dalla Provincia di appartenenza.
I record presenti all'interno della tabella avranno funzione di collegamento principale per i contenuti presenti all'interno della banca dati.
Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Provincia
- Nome
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Descrizione Turistica
- Storia
- Informazioni

- Numero di abitanti
- Coordinata X
- Coordinata Y
- Coordinata Z
- Parole chiave

Altre Località
Tabella nella quale saranno presenti i dati relativi alle località e centri minori interessati dal passaggio o in prossimità dei percorsi. Il riferimento per ogni località sarà costituito dal Comune di appartenenza.
I record presenti all'interno della tabella avranno funzione di collegamento per i contenuti presenti all'interno della banca dati.
Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore comune
- Nome
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Coordinata X
- Coordinata Y
- Coordinata Z
- Parole chiave

Aree Tematiche
Tabella nella quale saranno presenti i dati relativi alle porzioni di territorio caratterizzate da uno specifico tematismo. L'area tematica contiene al suo interno un raggruppamento di record provenienti da tabelle di aree di contenuti territoriali e record provenienti dalle tabelle di aree di contenuti culturali/paesaggistici.
Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore territoriale (Possibile su tutti i contenuti territoriali)
- Nome
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Informazioni turistiche
- Parole chiave

Area Territoriale
Tabella nella quale saranno presenti record relativi a porzioni di territorio con caratteristiche comuni di denominazione, area geografica o di Istituzioni amministrative.
Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore territoriale (possibile su tutti i contenuti territoriali)
- Nome
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Informazioni turistiche
- Parole chiave

8.4.2 Aree di contenuti di percorso

Vie Romee e altri cammini
La Via Francigena secondo Sigerico, altri itinerari sulla Via Francigena ed Itinerari Minori, un tempo crocevia di incontro spirituale e culturale.
Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Territoriale (possibile su tutti i contenuti territoriali)
- Nome

- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Storia
- Informazioni turistiche
- Parole chiave

Itinerari
Principali segmenti o varianti delle vie di pellegrinaggio. Ogni itinerario è composto da un insieme di tappe. Il riferimento per ogni itinerario sarà costituito dalla Via di appartenenza.
Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Via Romea/altro cammino
- Nome
- Località di partenza (riferimento Comuni-altre località)
- Località di arrivo (riferimento Comuni-altre località)
- Distanza di percorrenza
- Giorni di viaggio
- Percorribilità annuale (periodo preferibile per percorrere l'itinerario)
- Mezzo utilizzabile per percorrere l'itinerario
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Informazioni turistiche
- Parole chiave

Segnaletica
Censimento della segnaletica installata lungo i percorsi. Per agevolare il censimento, visto l'ampio numero di record previsti, la segnaletica verrà catalogata con riferimento alla collocazione territoriale e del percorso
Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Territoriale
- Codice / riferimento cartello
- Tipologia di cartello
- Dimensioni
- Comune / Località
- Allegato esecutivo
- Proprietario del terreno
- Stato del cartello (campo per segnalazione deterioramenti, ecc…)
- Coordinata X
- Coordinata Y
- Coordinata Z
- Parole chiave

Tappe
Segmenti di itinerari percorribili in maniera unitaria o cumulabili con altri che hanno sempre come riferimento una località di partenza ed una di arrivo, una lunghezza espressa in km ed una indicazione di difficoltà. Il riferimento per ogni tappa sarà costituito dall'itinerario di appartenenza.
Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Itinerario
- Nome
- Località di partenza (riferimento Comuni-altre località)
- Località di arrivo (riferimento Comuni-altre località)
- Posizione nell'itinerario
- Distanza di percorrenza
- Durata di percorrenza

- Quota massima raggiunta
- Massimo dislivello in salita
- Massimo dislivello in discesa
- Percentuale tratti asfaltati
- Percentuale tratti sterrati
- Percentuale mulattiere e sentieri
- Cartografia
- Difficoltà tappa
- Percorribilità annuale (periodo preferibile per percorrere la tappa)
- Mezzo utilizzabile per percorrere la tappa
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Note sul percorso
- Comuni interessati
- Parole chiave

Campi ulteriori per georeferenziazione di tipo lineare

- Identificatore del contenuto
- Progressivo del punto
- Coordinata X
- Coordinata Y
- Coordinata Z

8.4.3 Aree di contenuti Culturali/paesaggistici

Beni culturali

Tutte le opere relative al patrimonio artistico come palazzi, chiese, castelli ma anche dipinti, sculture ecc... presenti nelle zone interessate dai vari itinerari.

Tipologie:

1. Palazzi
2. Chiese
3. Ponti
4. Mulini
5. Architetture
6. Artigianato
7. Musei
8. Dipinti
9. Scultura
10. Siti archeologici
11. Castelli

Campi previsti:

- Identificatore
- Identificatore Comune / altre località
- Nome
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Periodo storico
- Stile
- Come raggiungere
- Indirizzo e contatti
- Orari di apertura
- Periodo di apertura
- Autore
- Documenti
- Da vedere

- Coordinata X
- Coordinata Y
- Coordinata Z
- Parole chiave

Cultura e tradizioni
Tabella contenente informazioni relative ad elementi storici, letteratura, studi, tradizioni, leggende, e produzione artistica non figurativa che caratterizza una porzione di territorio o una specifica località.
Tipologie:
1. Leggenda
2. Letteratura
3. Musica
4. Storia
5. Tradizione

Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Territoriale (possibile su tutti i contenuti territoriali)
- Nome
- Descrizione breve
- Periodo
- Storia
- Autore
- Documenti
- Parole Chiave

Natura e paesaggio
Elementi paesaggistici e eccellenze di interesse storico e turistico situate nel territorio interessato dal passaggio degli itinerari.
Tipologie:
1. Canale
2. Cascata
3. Colline
4. Costa
5. Fiume
6. Fonte
7. Lago
8. Laguna
9. Paesaggio agricolo
10. Paesaggio costiero
11. Paesaggio entroterra
12. Paesaggio fluviale
13. Paesaggio lacustre
14. Paesaggio montano
15. Paesaggio urbano
16. Pianura
17. Rilievo
18. Riserva naturale

Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Territoriale (possibile su tutti i contenuti territoriali)
- Nome
- Descrizione breve
- Descrizione estesa
- Come raggiungere
- Coordinata X

- Coordinata Y
- Coordinata Z
- Parole Chiave

Personaggi storici
Racconti e leggende, storie e aneddoti, legate ai pellegrini che nel passato hanno percorso i cammini; le vicende che ne hanno consacrato l'importanza e che gli ha consentito di arrivare a noi con immutato fascino.
Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Territoriale (possibile su tutti i contenuti territoriali)
- Nome
- Periodo storico
- Biografia
- Parole Chiave

Prodotti tipici
Prodotti alimentari caratteristici del territorio di riferimento
Tipologie:
1. Carni
2. Formaggi
3. Frutta
4. Funghi
5. Miele/apicoltura
6. Olio
7. Panetteria e dolci
8. Pesce
9. Pollame
10. Spezie
11. Tartufi
12. Verdura
13. Vino e alcolici

Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Territoriale (possibile su tutti i contenuti territoriali)
- Nome
- Descrizione breve
- Aziende produttrici
- Descrizione Estesa
- Parole Chiave

Ricette tipiche
Ricette di importanza turistica e storica che caratterizzano una porzione di territorio o una specifica località.
Tipologie:
1. Aperitivo
2. Antipasto
3. Primo
4. Secondo
5. Contorno
6. Dolce
7. Piatto unico
8. Bevande

Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Territoriale (possibile su tutti i contenuti territoriali)
- Nome
- Descrizione breve

- Descrizione estesa
- Ingredienti e preparazione
- Come si serve
- Parole Chiave

8.4.4 Aree di contenuti Informativi

Banner

Riferimenti a siti e portali web esterni di associazioni, manifestazioni o Istituzioni di importanza turistica o informativa complementari ai contenuti presenti nella base di dati.

Campi previsti:

- Identificatore
- Identificatore Comune / altre località
- Titolo
- Descrizione Breve
- Link
- Parole chiave

Comunicati stampa

Campi previsti:

- Identificatore
- Identificatore Territoriale (possibile su tutti i contenuti territoriali)
- Titolo
- Sottotitolo
- Data o periodo
- Corpo
- Autore o fonte
- Link
- Parole chiave

Documenti

Documentazione inserita nella banca dati a supporto dei contenuti. I documenti contengono link ad elementi multimediali scaricabili.

Qui si possono collocare pubblicazioni (in genere in formato Adobe PDF) da scaricare e stampare; può *servire per diffondere in modo più capillare e completo cataloghi, volantini e locandine.*

Campi previsti:

- Identificatore
- Identificatore Territoriale (possibile su tutti i contenuti territoriali)
- Titolo
- Sottotitolo
- Data
- Descrizione estesa
- Parole chiave

Eventi

Eventi locali e manifestazioni varie (fiere, feste di paese, sagre, ecc…), tutto ciò che può attrarre visitatori. È consigliabile inserire gli eventi con un giusto anticipo per consentire all'utente un'eventuale partecipazione.

Tipologie:

1. Mostra
2. Riunione
3. Fiera
4. Funzione religiosa
5. Spettacolo
6. Corso/convegno
7. Manifestazione

Campi previsti:

- Identificatore
- Identificatore Comune / altre località
- Titolo
- Sottotitolo
- Data o periodo
- Data inizio
- Data fine
- Corpo
- Come raggiungere
- Informazioni e contatti
- Autore o fonte
- Coordinata X
- Coordinata Y
- Coordinata Z
- Link
- Parole chiave

F.a.q.
Sezione nella quale vengono riportate le principali domande ricorrenti su indicazioni, consigli ed equipaggiamenti necessari alla percorrenza dei cammini, con risposte illustrate da personale qualificato.
Campi previsti:
- Identificatore
- Titolo
- Domanda frequente
- Risposta
- Autore
- Parole chiave

Notizie
Notizie varie. Non hanno un esclusivo rapporto con i contenuti territoriali. È consigliabile non divagare dagli argomenti trattati, mantenendo un legame tematico e territoriale con gli altri contenuti.
Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Territoriale (possibile su tutti i contenuti territoriali)
- Titolo
- Sottotitolo
- Data o periodo
- Località
- Corpo
- Autore o fonte
- Link
- Parole chiave

Photogallery
Gallerie e raggruppamenti di immagini. I luoghi, le persone, le opere d'arte lungo i percorsi e all'interno delle aree territoriali.
Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Territoriale (possibile su tutti i contenuti territoriali)
- Titolo
- Descrizione breve
- Descrizione estesa
- Autore o fonte
- Parole chiave

Siti
Collegamenti esterni a siti di importanza informativa.
Tipologie:
1. Motore di ricerca
2. Sito governativo
3. Sito internazionale
4. Sito pubblico
5. Sito privato

Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Territoriale (possibile su tutti i contenuti territoriali)
- Titolo
- Descrizione Breve
- Link
- Parole chiave

8.4.5 Aree di contenuti di Servizi e supporto

Ricettività
Strutture ricettive lungo i percorsi, le tappe e le località. Si tratta di strutture che vengono segnalate e collegate con funzione di informazione turistica alle unità territoriali.
Tipologie:
1. Affittacamere
2. Agriturismo
3. Appartamento
4. Area di sosta
5. Bar
6. B&B
7. Camping
8. Casa accoglienza
9. Casa vacanze
10. Enoteca
11. Hotel
12. Ostello
13. Residence
14. Ristorante/pizzeria
15. Stabilimento balneare
16. Taverna

Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Comune / altre località
- Nome
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Categoria
- Proprietario
- Indirizzo
- Contatti
- Email
- Sito web
- Numero di camere
- Servizi erogati
- Fascia di prezzo
- Codice per booking
- Come raggiungere
- Coordinata X

- Coordinata Y
- Coordinata Z
- Parole chiave

Disponibilità ricettiva
Prodotti ricettivi da abbinare alle funzioni di booking on-line.
Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore ricettività
- Nome
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Fascia di prezzo
- Identificatore booking on-line
- Servizi
- Parole chiave

Servizi
Strutture in grado di fornire servizi di carattere logistico o di emergenza presenti nelle località interessate dagli itinerari.
Tipologie:
1. Assistenza al percorso
2. Assistenza pubblica
3. Biblioteche
4. Farmacie
5. Istituzioni
6. Medici
7. Municipio
8. Ospedali
9. Punti informativi
10. Servizi equestri
11. Scuole
12. Trasporti
13. Vigili/carabinieri

Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Comune / altre località
- Nome
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Come raggiungere
- Info e contatti
- Coordinata X
- Coordinata Y
- Coordinata Z
- Parole chiave

Sport
Indicazioni e informazioni sui principali sport praticabili nei territori interessati dal passaggio degli itinerari.
Tipologie:
1. Indoor
2. Outdoor
3. Sport acquatici

Campi previsti:
- Identificatore

- Identificatore Comune / altre località
- Nome
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Informazioni utili
- Parole chiave

Strutture
Indicazioni sulle principali strutture presenti nel territorio in grado di fornire servizi di carattere vario relativi a informazioni contenute nelle altre tabelle presenti nella base dati.
Tipologie:
1. Struttura ricreativa
2. Struttura sportiva
3. Struttura tecnologica

Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore comune / altre località
- Nome
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Come raggiungere
- Info e contatti
- Coordinata X
- Coordinata Y
- Coordinata Z
- Parole chiave

8.4.6 Aree di contenuti di Complemento

Associazioni
Principali Enti e associazioni pubbliche e private presenti sul territorio interessato
Tipologie:
1. Associazioni pubbliche
2. Associazioni private

Campi previsti:
- Identificatore
- Identificatore Comune / altre località
- Nome
- Descrizione Breve
- Descrizione Estesa
- Come raggiungere
- Info e contatti
- Coordinata X
- Coordinata Y
- Coordinata Z
- Parole chiave

Testi complementari
Testi e informazioni di approfondimento utilizzate per la presentazione di gruppi o sezioni di navigazione dei contenuti
Campi previsti:
- Identificatore
- Titolo
- Sottotitolo
- Corpo di testo

Contatti
Rubrica del personale interno degli Enti che aderiscono al progetto e dei contatti esterni
Tipologie:
1. Ente di riferimento o contatto esterno
Campi previsti:
- Nome
- Cognome
- Titolo
- Società / Ente
- Ufficio
- Posizione
- Riferimento
- Indirizzo
- Numero civico
- Cap
- Comune o località
- Nazione
- Telefono ufficio 1
- Telefono ufficio 2
- Cellulare 1
- Cellulare 2
- Telefono assistente
- Fax
- E-mail
- Web

Bibliografia
Riferimenti a testi bibliografici di integrazione a contenuti o dai quali i contenuti presenti nella base dati sono stati estratti.
Campi previsti:
- Identificatore
- Titolo
- Sottotitolo
- Descrizione breve
- Descrizione estesa
- Autore
- Casa Editrice
- Anno di pubblicazione
- Edizione
- Codice ISBN
- Riferimenti E-commerce

8.4.7 Aree di contenuti Marketing

Pacchetti Turistici
Proposte di escursioni e di viaggi organizzati o comprensivi di servizi ricettivi inerenti ai percorsi presenti nella base dati.
Tipologie:
1. Pacchetto
2. Offerta
3. Last Minute
4. Lungo termine
5. Altre da definire…
Campi previsti:
- Identificatore

- Titolo
- Descrizione breve
- Descrizione estesa
- Località interessate
- Organizzatore
- Periodo
- Costo per persona
- Servizi erogati
- Info e contatti
- Riferimenti booking

Prodotti E-commerce
Selezione di prodotti di interesse culturale, turistico o informativo sulla Via Francigena messi in vendita attraverso la piattaforma di e-commerce.
Tipologie:
1. Eno-gastronomia
2. Pubblicazioni
3. Abbigliamento
4. Oggettistica

Campi previsti:
- Identificatore
- Nome
- Descrizione breve
- Descrizione estesa
- Codice
- Riferimenti e-commerce
- Specifiche

Booking Eventi - Ticket
Biglietti, prevendite e prenotazioni per l'ingresso a mostre, musei, eventi, strutture e attrazioni turistiche presenti o organizzati sul territorio interessato dai percorsi inseriti nella base dati. I contenuti di questa tabella saranno inseriti e sempre legati ad una informazione già presente nella banca dati (eventi, strutture, beni culturali).
Campi previsti:
- Identificatore
- Titolo
- Sottotitolo
- Descrizione estesa
- Data
- Specifiche
- Info e Contatti
- Riferimenti Booking on-line

8.5 Gerarchia dei contenuti

I contenuti inseriti nelle tabelle del database dovranno presentare una gerarchia in grado di sfruttare al massimo le potenzialità relazionali del database stesso. Dovranno essere strutturate quindi in maniera piramidale le tabelle relative all'inquadramento territoriale (Nazioni – Regioni – Province/Comunità – Montane – Comuni – Altre località) e le tabelle relative ai percorsi (Vie Romee e altri Cammini – Itinerari – Tappe) utilizzando un criterio di collegamento uno a molti. I contenuti presenti nelle tabelle non relativi all'inquadramento territoriale, dovranno a questi ultimi essere relazionati con il medesimo tipo di collegamento. In questo modo sarà possibile, attraverso l'uso specifico di viste strutturate all'interno del data base, selezionare contenuti presenti in varie tabelle con uno specifico riferimento territoriale. Sarà inoltre necessario prevedere tabelle secondarie di relazione con collegamento di tipo molti a molti in grado di relazionare contenuti presenti in tabelle diverse incrementando le possibili modalità di navigazione.

8.6 Contenuti testuali e popolamento del database

Tutti i contenuti dovranno poter essere inseriti all'interno del database eliminando qualsiasi formattazione con codice relativo a programmi di videoscrittura o linguaggi di visualizzazione web.
In questo modo sarà possibile mantenere una struttura omogenea di visualizzazione per ogni contenuto.
I contenuti dovranno essere prodotti tenendo conto delle esigenze di una visualizzazione web oriented.
Dovranno quindi essere evitati periodi e blocchi di testo eccessivamente prolissi, preferendo un linguaggio più diretto e semplice per l'utente finale.

8.7 Contenuti multimediali

I files multimediali dovranno essere archiviati in specifiche cartelle all'interno del server in cui è allocato il database distinti per tipologia. All'interno del database non saranno memorizzati i files, ma solo il percorso per "richiamarli".
Il caricamento di files e contenuti multimediali sarà facilitato tramite delle specifiche procedure guidate che permetteranno agli utenti abilitati di crearli, modificarli e gestirli. Inoltre queste procedure dovranno mettere a disposizione anche strumenti per il ridimensionamento e l'ottimizzazione automatica della compressione delle immagini.

Come per le informazioni, anche per i files esterni caricati sul server tramite upload, dovranno essere previsti procedimenti ben precisi:

1.Selezione del file
L'operatore seleziona un file presente sulla propria postazione o condiviso su un'altra postazione in rete.

2.Selezione della collocazione
L'operatore sceglie un riferimento nominativo per il file che si appresta a salvare nel sistema e indica una categorizzazione di appartenenza. L'applicazione, in base all'estensione, dovrà essere in grado di scegliere il percorso sul server più consono al salvataggio del file.

3.Categorizzazione e Upload
I dati di riferimento del file vengono salvati nel database, per consentire un accesso diretto al percorso e al nome del file. Il file stesso dovrà poter essere trasmesso (dopo essere stato duplicato) al server dove è residente l'applicazione e salvato nella cartella appropriata.
Le tabelle del database che saranno predisposte alla memorizzazione del percorso dei file dovranno includere i seguenti campi:

- Identificatore
- Tipologia di file (documento, immagine, filmato, audio)
- Titolo
- Didascalia
- Specifiche
- Note
- Percorso del file
- Parole chiave

Saranno inoltre predisposte delle tabelle di collegamento tra i files e i contenuti inseriti nel database.
Dette tabelle dovranno utilizzare un collegamento di tipo molti a molti.
Dovranno essere accettate almeno le seguenti estensioni di files:
Documenti
1. Documenti Adobe Acrobat (.pdf)
2. Documenti Microsoft Word (.doc)
3. Documenti Rich Text Format (.rtf)
4. HyperText Markup Language (.html)

Immagini
1. Joint Picture Experts Group (.jpg)
2. Graphic Interchange Format (.gif)
3. Portable network graphics (.png)

Audio
1. M P g layer format 3 (.mp3)
2. File audio Wave (.wav)
3. Windows media audio (.wma)
4. File audio Midi (.mid)

Filmati
1. Windows media video (.wmv)
2. Advanced streaming format (.asf)
3. Moving Picture Experts Group (.mpg)
4. Filmati Quick Time (.mov)

8.8 Cartografia e georeferenziazione

Il sistema dovrà essere dotato di una piattaforma di navigazione cartografica sviluppata su due livelli: il primo, atto ad assicurare l'uniformità cartografica a livello interregionale, sarà basato sulla tecnologia Google Maps, che permette di visualizzare carte con ampia copertura territoriale in modalità mappa, satellite ed ibrida; il secondo sarà un livello di approfondimento cartografico specializzato su mappe escursionistiche e tematiche con copertura a livello regionale ed implementato via web.
I contenuti inseriti nel database che presentano caratteristiche geografiche di tipo puntiforme (punti di interesse) oppure di carattere lineare (percorsi) dovranno essere predisposti per la georeferenziazione.
La predisposizione consiste nell'indicazione delle coordinate X,Y e Z per i contenuti puntiformi, mentre per i contenuti lineari saranno predisposte apposite tabelle contenenti i seguenti campi:

- Identificatore del contenuto
- Progressivo del punto
- Coordinata X
- Coordinata Y
- Coordinata Z

Saranno abilitate per l'inserimento dei dati di georeferenziazione le seguenti tabelle:
1. Comuni – *georeferenziazione puntiforme*
2. Altre Località – *georeferenziazione puntiforme*
3. Tappe – *georeferenziazione lineare*
4. Beni culturali – *georeferenziazione puntiforme*
5. Natura e paesaggio – *georeferenziazione puntiforme*
6. Eventi – *georeferenziazione puntiforme*
7. Ricettività – *georeferenziazione puntiforme*
8. Servizi – *georeferenziazione puntiforme*
9. Strutture – *georeferenziazione puntiforme*
10. Associazioni – *georeferenziazione puntiforme*

Le coordinate, compatibilmente con i principali software di gestione Gis, saranno inserite come gradi sessadecimali: la circonferenza viene divisa in 360 gradi e il grado in 100 minuti con una precisione minima a 6 cifre decimali.

8.9 CMS – Strumento di redazione e pubblicazione

L'intera base di dati dovrà essere gestita da un CMS, Content Management System, una application web per la gestione dei contenuti suddiviso in due parti: il *back end*, ovvero la sezione di amministrazione,

che si occupa di organizzare e supervisionare la produzione del contenuto, ed il *front end*, cioè la sezione dell'applicazione che l'utente usa per realizzare fisicamente modifiche, aggiornamenti ed inserimenti.

Il sistema amministrativo della struttura dovrà prevedere una serie di strumenti innovativi per la sua gestione. Tali strumenti permetteranno di ottimizzare e favorire la collaborazione tra tutti gli utenti abilitati alla gestione, pubblicazione e redazione dei contenuti.
Per questo tipo di amministrazione si dovrà operare su due livelli:

- centrale
- locale

Il web master sarà il coordinatore responsabile a livello centrale, mentre le redazioni locali si occuperanno di implementare le banche dati. In quest'ottica di pianificazione del lavoro è auspicabile che ogni soggetto abilitato a gestire una porzione di territorio individui una o più persone che si occupino dell'azione di inserimento delle informazioni.
Questi soggetti dovranno avere la possibilità di accedere ad una rete interna riservata dove saranno presenti strumenti di comunicazione, messaging e scambio/segnalazione di contenuti.
Dovrà essere possibile anche archiviare informazioni e files multimediali non destinati al pubblico.

Le applicazioni e caratteristiche fondamentali per l'amministrazione dell'intero sistema dovranno essere le seguenti:
A) Log delle azioni compiute degli utenti: il CMS dovrà essere in grado, per ogni modifica apportata alla base dati (modifica sui contenuti, sulle loro relazioni o sulla loro pubblicazione; variazioni impostazioni dello strumento CMS), di memorizzare un record di log in una apposita tabella contenente i riferimenti di:

- data intervento
- ora intervento
- utente che ha eseguito l'intervento
- tipologia (inserimento, cancellazione, modifica, eliminazione, tentativo di accesso)
- soggetto della modifica (contenuto, files, utente, impostazione ecc.)
- identificatore del soggetto
- descrizione azione compiuta
- indirizzo IP dell'utente esecutore

B) Struttura gerarchica degli utenti. Il CMS dovrà essere in grado di gestire una struttura gerarchica piramidale degli utenti che ne hanno accesso. Gli utenti dovranno inoltre poter essere suddivisi in gruppi e inquadrati con una mansione specifica. A seconda della loro collocazione nella struttura gerarchica gli utenti dovranno poter essere abilitati o disabilitati al compimento di azioni sulla base dati. I permessi in questo modo attribuiti agli utenti dovranno poter essere applicati ad ogni singola tabella di contenuti o a record singoli o gruppi di record presenti in esse.

C) Strumento di gestione del funzionamento dell'intero sistema e di amministrazione delle principali funzioni del CMS, dedicato alla figura del web Master.
Lo strumento dovrà comprendere la gestione completa degli utenti e la loro abilitazione alla creazione, modifica e pubblicazione dei contenuti e dei files multimediali secondo una scala gerarchica e con permessi di accesso differenziati.
Questo strumento, o sezione del CMS, dovrà permettere anche la visione del un file log di azioni compiute dagli utenti all'interno del sistema.

D) Strumento per l'editing dei contenuti destinato alla figura dell'utente Editor.
Deve mettere a disposizione dell'operatore una serie di funzioni e procedure guidate che rendano semplice ed intuitivo l'inserimento e la gestione di un dato o di un file multimediale e la conseguente indicizzazione all'interno del database.
La sezione di editing dovrà inoltre comprendere un editor di testo con funzioni di formattazione dei paragrafi, creazione di link e rimozione di codice generato da programmi di videoscrittura di terze parti.
Lo strumento comprenderà anche sezioni apposite dedicate alla messa in relazione dei contenuti.
I campi di azione di tale strumento dovranno essere suddivisi in Banche Dati, Files & Multimedia ed Indicizzazione e Collegamento.

E) Strumento per la pubblicazione dei dati immessi nel database, destinato alla figura del Web Master. Deve permettere la gestione della pubblicazione delle informazioni e di strumenti in grado di indicizzare (catalogare secondo parole chiave) internamente ed in modo evoluto le informazioni presenti nel database, rendendo estremamente più semplice e veloce la reperibilità delle stesse.
Questo modulo inoltre dovrà replicare alcune funzioni dello strumento al punto B) integrandole con il motore di pubblicazione, mettendo così a disposizione del web Master tutti gli strumenti necessari alla corretta pubblicazione di una informazione.

F) Strumento per la gestione della comunicazione.
Molto importante all'interno di un contesto amministrativo, per l'organizzazione delle fasi lavorative, l'ottimizzazione dei flussi informativi e lo scambio di dati tra le risorse umane impiegate nelle varie attività interne. Attraverso questo modulo, l'utente avrà inoltre la possibilità di navigazione (compatibile con i propri permessi di visualizzazione conferiti dal web Master) sull'intera banca dati del sistema, permettendo una rapida e funzionale visione d'insieme di tutte le informazioni, comprese quelle che per vari motivi non saranno destinate ad essere pubblicate sul web.

8.10 Navigazione

Il nuovo portale dovrà essere ideato per andare incontro alle diverse tipologie di utenti. Per questo occorre che sia realizzato come un sistema di siti tematici verticalizzati. Questo infatti renderà possibili modalità di navigazione diversificate per i vari target, parallele alle modalità di navigazione territoriali, in modo da ottimizzare l'organizzazione dei contenuti e semplificarne la ricerca agli utenti stessi. In particolare sarebbe necessario avere siti web di navigazione generale e tematica (dimensione spirituale, dimensione culturale, dimensione territoriale, rete delle Vie Francigene…) e siti web di navigazione per target (pellegrini, escursionisti, giovani, famiglie, studiosi e ricercatori…). Occorrerà poi dare spazio, nei siti verticalizzati a Regioni ed Enti locali in modo da permettere ai navigatori di conoscere il territorio in modo specifico ed alle Associazioni che svolgono attività inerenti alla Via Francigena per far conoscere la loro azione.

8.10.1 Obiettivi

- Mettere a sistema la fascia di territorio compresa nel corridoio (itinerario principale e varianti) ed i territori attraversati da Vie Romee e da altri percorsi minori di pellegrinaggio.
- Valorizzazione della Via Francigena a livello di Regioni e di Enti locali
- Valorizzare il patrimonio religioso, naturalistico, culturale e artistico
- Assistere il pellegrino/turista/viaggiatore
- Fornire informazioni
- Fornire servizi on line
- Promuovere eventi artistici e culturali diffusi nel territorio
- Essere elemento di valorizzazione delle cultura, delle tradizioni, dei prodotti tipici locali
- Promuovere e sviluppare le realtà locali minori
- Offrire opportunità per le realtà economiche locali
- Favorire la nascita di sotto prodotti turistici locali
- Favorire lo sviluppo e l'incontro tra persone, Enti ed Associazioni

8.10.2 Logica di navigazione

La navigazione dei contenuti sarà predisposta in modo da seguire in maniera verticale gli schemi di relazione fra i contenuti impostati nella realizzazione della base di dati. La navigazione principale seguirà quindi gli schemi: Territorio – Percorsi – Informazioni dove l'utente potrà visualizzare tutti i contenuti selezionandoli in base al territorio di riferimento. Percorsi – Territorio – Contenuti attraverso il quale l'utente potrà selezionare i punti di interesse e le altre informazioni in base all'itinerario e tappa che sta percorrendo o pianificando di percorrere. Ogni informazione contenuta nel database dovrà essere navigabile inoltre su percorsi differenziati secondo la tipologia di appartenenza e in base alla relazione dell'informazione stessa con gli altri contenuti presenti. Si creeranno in questo modo navigazioni orizzontali basate sulle relazioni dei contenuti che porteranno l'utente finale a creare il proprio metodo di navigazione inerente ai propri interessi e avendo la possibilità di selezionare sempre contenuti pertinenti.

La navigazione dei contenuti attraverso una interfaccia grafica dovrà essere agevolata dalla presenza di strumenti di ricerca parametrica avanzata e di georeferenziazione. Tali funzioni permetteranno di mettere in relazione più contenuti e di impaginare i risultati per favorirne la lettura.
Il motore di ricerca parametrico dovrà consentire al visitatore di individuare tutte le informazioni finalizzate alla scoperta e alla conoscenza delle eccellenze relative ai luoghi da visitare.
Gli strumenti georeferenziali (WebGIS) permetteranno la gestione delle informazioni di tipo geografico, ovvero quelle individuate e collocate all'interno di un sistema di coordinate.
Le applicazioni GIS, solitamente sviluppate per utenze stand-alone o in ambienti LAN, tramite WebGIS saranno sviluppate su web server (map-server) consentendo l'interazione attraverso internet con la cartografia e con i dati ad essa associati.

8.10.3 Servizi a valore aggiunto

Booking on-line
L'applicazione di un sistema di booking on-line sulle strutture ricettive inserite all'interno del database, renderà possibile all'utente finale di pianificare e prenotare un intero viaggio lungo i percorsi di pellegrinaggio. Attraverso un motore di ricerca parametrico, sarà infatti possibile individuare le strutture alberghiere e di ristorazione nelle immediate prossimità della tappa che si sta percorrendo.
Per permetterne il funzionamento in un sistema eterogeneo di strutture ricettive, l'applicazione di booking On-line dovrà presentare caratteristiche di:

Multi-utenza
Sarà previsto, per l'utente, un unico punto di prenotazione del soggiorno. Il sistema provvederà in automatico a direzionare le prenotazioni alle varie strutture interessate e a fornire una conferma di esito al termine della procedura.

Flessibilità di prenotazione
L'applicazione di booking on-line dovrà essere progettata per la massima flessibilità nell'organizzazione dei parametri di prenotazione quali numero minimo di notti prenotabili; gestione dei listini variabili in base alle stagioni; gestione delle offerte, dei last minute e a lungo termine; gestione delle prenotazioni settimanali e della caparra di prenotazione. Questi parametri sono infatti estremamente variabili fra le varie gestioni ricettive.

Flessibilità di tipologia della prenotazione
Il sistema di booking dovrà essere progettato per rendere possibile, da un unico punto di accesso per l'utente finale la prenotazione contemporanea di soggiorni, ristorazione, servizi, visite a musei e biglietti di ingresso per eventi e manifestazioni.

E-commerce integrato
Predisponendo funzioni di e-commerce all'applicazione di booking on-line sarà possibile per l'utente finale di acquistare prodotti tipici e altre tipologie di beni inserite nella base dati. Il punto di accesso e le modalità di acquisto restano le stesse, incrementando la semplicità di utilizzo del sistema.

Possibilità di gestione dei dati da parte degli operatori
Il sistema dovrà inoltre essere in grado di permettere agli operatori, la cui struttura è abilitata al booking, di gestire e aggiornare in tempo reale i dati e i parametri relativi alla propria attività; di sostituire e inserire nuove immagini e documenti e di variare la disponibilità dell'offerta.

Card
La creazione e distribuzione all'utente finale di una card personale con microchip collegata ai servizi acquistabili, consentirà di creare promozioni mirate e attribuire valore aggiunto ai servizi erogati dalla piattaforma.

Newsletter
La newsletter permette di comunicare in modo immediato e continuativo fra l'amministrazione dei servizi e gli utenti finali.
I principali obiettivi di un servizio di newsletter sono riassumibili in:
- Promozione dei servizi offerti

- Diffusione di informative periodiche e mirate
- Integrazione e diffusione delle notizie inserite nella base di dati
- Distribuzione di servizi personalizzato
- Informazione ai pellegrini sullo stato di percorribilità dei percorsi proposti

Community
Una community multifunzionale ha lo scopo di fornire all'utente finale e all'amministrazione del sistema una serie di strumenti mirati per favorire il dialogo, gestire i propri documenti e entrare in contatto diretto con l'amministrazione e con le strutture presenti nella base dati attraverso forum e blog. (Per l'approfondimento si veda paragrafo 8.10.4)

Web Gis
I contenuti abilitati alla georeferenziazione, saranno visualizzati su mappe del territorio, fornite da appositi software web oriented quali Google Maps sotto forma di punti di interesse collegati alle schede informative presenti nella banca dati.
Nello sviluppo dell'applicazione Web Gis, dovrà essere prevista la possibilità di visualizzare i contenuti diversificandoli su livelli in base alle loro caratteristiche e alle tabelle di provenienza.
In questo modo, l'utente che si trova lungo il percorso o che sta utilizzando il sistema per pianificare il proprio viaggio potrà avere un immediato riscontro e riferimento visivo sulla localizzazione dei contenuti presenti nella base di dati.

Motore di ricerca parametrico
Nello schema delle modalità di navigazione dei contenuti, dovrà essere prevista la realizzazione di uno strumento in grado di facilitare e favorire la ricerca delle informazioni partendo da una selezione di parametri utilizzati come filtri di ricerca.
La programmazione dei parametri sarà eseguita dagli amministratori di sistema.
Fra i parametri utilizzabili come filtro per la ricerca, dovranno essere presenti contenuti territoriali, di percorso e selezioni di carattere temporale (ad esempio per selezionare informazioni dalla tabella eventi).
Una volta che l'utente avrà selezionato i parametri, il motore di ricerca dovrà essere in grado di visualizzare una lista di tabelle contenenti informazioni che soddisfino i parametri selezionati.
La lista di informazioni ottenuta come risultato della ricerca potrà essere costituita dai contenuti risultanti di una singola tabella o dalle somma di tutte quelle disponibili.

8.10.4 Community
Uno dei punti di forza del portale è quello di permettere al pellegrino/turista/viaggiatore di diventare sempre più protagonista del cammino. L'obiettivo è quello di contribuire alla formazione di una comunità della Via Francigena. In tale senso nel portale è prevista l'attivazione di una community, uno strumento che, per sua natura, unisce una comunità virtuale generando un senso di appartenenza al "popolo della Via Francigena" al di là di Paesi e culture diverse. Questo crea identificazione, promuove l'interazione, permetterà la partecipazione e favorirà la reciprocità tra i partecipanti.

Nel portale sono previsti anche:
- un forum – che permetterà l'incontro e le relazioni tra gli utenti;
- un blog – pensato per i pellegrini, che potranno raccontare le loro esperienze di viaggio. Contribuirà alla crescita del contenuto informativo presente nella base dati e reso disponibile agli utenti;
- funzione messaging e chat – per favorire il dialogo e la conoscenza tra gli utenti tramite conversazioni private o pubbliche;
- funzione alert – i navigatori che hanno percorso il tracciato potranno mettere segnali di attenzione lungo il cammino per fare segnalazioni di pericolo, per avvertire delle particolari condizioni di un tratto di percorso, per segnalare modifiche di esso. Sarà anche possibile, attraverso questa funzione, aggiungere note e commenti in base alla loro personale esperienza di pellegrini e turisti;
- uno spazio dedicato alla pubblicazione di studi e documenti sul tema Via Francigena;
- area Personale – permetterà la realizzazione di siti web personalizzati legati al tema Via Francigena;
- my gallery – un'area per lo scambio di contenuti multimediali.

8.10.5 Usabilità

Tutte le interfacce di impaginazione e visualizzazione dei contenuti dovranno essere costruite basandosi sulle più recenti normative in fatto di accessibilità, nonché cercando di ottenere la maggiore uniformità e compatibilità di visualizzazione a prescindere dalla tecnologia utilizzata da parte dell'utente per accedere agli strumenti di navigazione.

Elenco dell'attuale legislazione italiana di riferimento:
Legge 9 gennaio 2004, n. 4:
"Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici".
Decreto del Presidente della Repubblica 1 marzo 2005, n. 75:
"Regolamento di attuazione della legge 9 gennaio 2004, n. 4, per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici".
Decreto del Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie dell'8 luglio 2005:
"Requisiti tecnici e i diversi livelli per l'accessibilità agli strumenti informatici".
Decreto legislativo 12 febbraio 1993, n. 39
"Norme in materia di sistemi informativi automatizzati delle amministrazioni pubbliche, a norma dell'art. 2, comma 1, lettera mm), della legge 23 ottobre 1992, n. 421".

8.11 Intranet

All'interno del sistema sarà prevista un'area riservata unicamente agli Enti, ai punti informativi e agli operatori delle strutture presenti nella base dati. La sua funzione principale è quella di favorire la comunicazione fra i soggetti interessati per la gestione dei servizi erogati e per lo scambio informazioni. Essa costituirà un'area di back office per tutti i punti informativi presenti lungo il percorso che potranno così essere collegati e cooperare nell'assistenza al viaggiatore o al pellegrino. I contenuti di esso saranno alimentati dal personale degli Enti locali, dalle Associazioni e da tutti i soggetti coinvolti nel percorso della Via Francigena. Tutti gli utenti che avranno accesso alla Intranet potranno condividere documenti riservati e navigare nei record presenti nelle banche dati con una visualizzazione completa, comprensiva anche delle informazioni non visualizzate agli utenti standard.

8.12 Sistema dei siti e dei portali web degli Itinerari Culturali/Religiosi Europei

8.12.1 Struttura base dati

Le caratteristiche e la struttura della base di dati tracciate in questo documento sono le medesime adottate per la realizzazione del portale web Cammino di Santiago da parte di Idc Galizia; del sito web Vie Francigene da parte dell'Associazione Europea delle Vie Francigene e del portale web Cammini d'Europa da parte del Geie Cammini d'Europa.
Questa struttura omogenea e omologa con progetti già esistenti ha il vantaggio di permettere la massima compatibilità fra i sistemi e la possibilità di poter trasferire, scambiare o condividere flussi di informazioni fra i vari siti nella loro completa integrità.

8.12.2 Caratteristiche tecniche

Per mantenere la completa integrazione funzionale, oltre che strutturale fra i siti web e i portali in oggetto, si consiglia, viste le scelte già perpetrate dalle rispettive società, Enti e associazioni, l'utilizzo come database di Microsoft Sql Server 2005 o successivi.

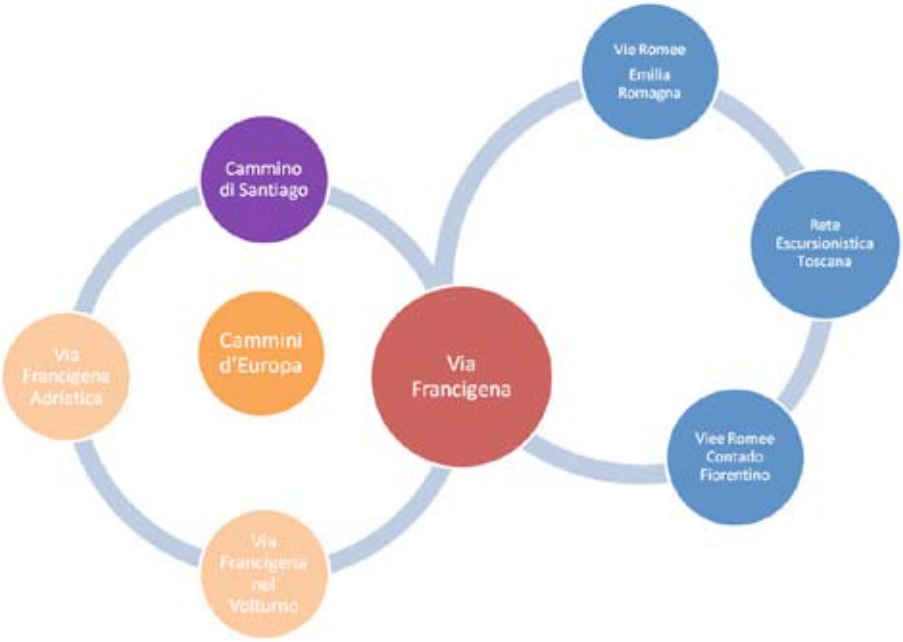
8.12.3 CMS Stealth

Il sistema di management dei contenuti CMS Stealth, è già utilizzato con successo per la gestione dei siti web Vie Francigene, Cammino di Santiago e per il portale Cammini d'Europa.
L'utilizzo di un unico sistema CMS fra siti diversi, oltre all'adozione di una banca dati speculare ha permesso di creare un'integrazione fra i contenuti molto maggiore rispetto a quella che avrebbe potuto

fornire il semplice utilizzo di un protocollo di sincronizzazione Xml.
Con questa struttura si ha la possibilità della completa gestione del dato su tutti i siti. L'utilizzo e la condivisione dell'informazione stessa sono limitati soltanto dai parametri impostati dai gestori dei siti web o dai permessi di pubblicazione definiti sugli utenti.
Attualmente, il sistema web più avanzato in relazione alla Via Francigena è il portale web dell'Associazione Europea delle Vie Francigene. Il portale è inserito in uno quadro di relazioni con il sito web del Cammino di Santiago e il portale web dei Cammini d'Europa.

8.12.4 Sistema di siti e portali

Il portale che verrà realizzato dalle Regioni Italiane sulla Via Francigena, è destinato a diventare il punto di riferimento per tutti i siti web inerenti che verranno realizzati in futuro e che, seguendo una apposita normativa e basandosi sulle caratteristiche riportate in questo documento, potranno usufruire del vantaggio della completa compatibilità di contenuti e su una ottimizzazione delle procedure di sincronizzazione e di condivisione delle informazioni.



8.13 Best Practices

Le eccellenze relative alla costruzione di database sono state realizzate da:

- Associazione Europea delle Vie Francigene - www.viefrancigene.eu
  (si veda dossier ricognitivo capitolo 4.2.3 - CD)

AZIONE 9

Una proposta riguardante una "Carta dei servizi del turista e pellegrino"

9.1 Che cos'è la carta

9.2 Carta dei servizi del pellegrino

9.2.1 Diritto di accoglienza
9.2.2 Diritto d'informazione
9.2.3 Diritto di assistenza

9.3 Doveri del turista pellegrino

9.4 Best practice

9.1 Che cos'è la carta

Una carta dei servizi nasce dall'esigenza di garantire la qualità dell'offerta turistica che si distingua per la cura e l'attenzione posta all'accoglienza del viaggiatore/turista/pellegrino.
Si ritiene opportuno, per non moltiplicare gli strumenti e diminuirne l'efficacia, partire da buone pratiche già esistenti in questo ambito quale la "Carta dei diritti del turista adottata per il territorio della Toscana".
Le tematiche affrontate dalla suddetta carta comprendono:

Premessa

- I principi fondamentali della carta
- Definizione regole, standard e indicatori della qualità dell'accoglienza
- Informazione e comunicazione integrata: regole fondamentali per gli operatori locali

Capitolo 1

1.1 I diritti e doveri del turista
1.2 Contratti turistici. Le responsabilità contrattuali
1.3 Condizioni penalizzanti per il consumatore/turista

Capitolo 2

Trasporti

2.1 Viaggiare in aereo
- La prenotazione
- Overbooking
- Ritardi e cancellazioni
- Bagagli

2.2 Viaggiare in treno
- Biglietto e prenotazione
- Ritardi
- Aria condizionata
- Coincidenze

2.3 Viaggiare in traghetto
- La prenotazione
- Overbooking
- Ritardi e cancellazioni
- Rimborsi
- Bagagli
- L'imbarco

Capitolo 3
Prenotare la vacanza in albergo
3.1 Il contratto d'albergo
3.2 Quando il trattamento non è all'altezza
3.3 Quando la stanza non c'è
3.4 L'albergo non può pretendere un prezzo superiore a quello esposto
3.5 La responsabilità dell'albergatore in caso di furto o distruzione delle cose dei clienti
Capitolo 4
4.1 Le altre strutture ricettive del territorio
4.2 Affittare una casa per le vacanze
Capitolo 5
Quando ci si rivolge a un "professionista" del turismo agenzie ed altri "mediatori"
Capitolo 6
6.1 Al ristorante
6.2 Al Bar
6.3 Altri servizi commerciali
Capitolo 7
Il turismo sostenibile: regole comportamentali
Capitolo 8
Le situazioni di emergenza
Capitolo 9
Come far valere le proprie ragioni

L' esperienza turistica lungo la Via Francigena, però, necessità di un supplemento nella tutela del viaggiatore/turista/pellegrino, considerata la specificità del servizio che si rivolge a un soggetto particolarmente "sensibile". Sarà quindi opportuno realizzare una carta dei servizi garantiti al viaggiatore/turista/pellegrino.
La carta dei servizi del pellegrino è uno strumento destinato ai fruitori del servizio turistico, ma utile anche per gli "addetti ai lavori" per i quali diventa uno strumento di valutazione del proprio operato e di capacità di dare risposte soddisfacenti.

9.2 Carta dei servizi del pellegrino

La carta dei servizi garantisce tre azioni fondamentali
- "diritto di accoglienza";
- "diritto di informazione";
- "diritto di assistenza".

Per ogni tipologia di diritto è stato individuato uno strumento specifico.

9.2.1 Diritto di accoglienza

Fa riferimento alla possibilità di trovare sul territorio i servizi minimi di ricettività, ristorazione e trasporti.
È compito degli Enti locali, in particolare le Province, assicurarsi che vi siano le strutture atte alla ricettività e realizzare attraverso il coinvolgimento degli altri soggetti locali una rete di servizi che permetta di soddisfare le esigenze del viaggiatore/turista/pellegrino.

9.2.2 Diritto d'informazione

Il diritto di informazione è garantito in particolare dalle attività degli uffici IAT.
I servizi di informazione erogati dagli uffici IAT seguono principi di accessibilità, disponibilità, competenza, affidabilità, interattività, interdipendenza, efficacia e efficienza.
- accessibilità: la presenza di una chiara segnaletica esterna all'ufficio per orientare e rendere visibile l'ufficio all'utenza e l'assenza di barriere architettoniche che impediscano l'access bilità agli utenti disabili;
- disponibilità e competenza: il personale è tenuto alla massima attenzione nell'ascolto delle richieste del viaggiatore/turista/pellegrino che deve poter interagire con un personale qualificato (vedi modulo Azione 3);

- affidabilità del servizio erogato: gli uffici devono auspicabilmente garantire gli orari di apertura stabiliti;
- interattività: il viaggiatore/turista/pellegrino può interagire con il servizio suggerendo miglioramenti o indicando mancanze riscontrate nella prestazione del servizio. Ciò permette all'ufficio IAT di ridefinire e migliorare le proprie modalità di erogazione del servizio;
- interdipendenza: il prodotto turistico "Via Francigena" necessita a monte di sinergie tra enti locali e regionali e privati, anche attraverso procedure di comunicazione, internet/condivisione banche dati (vedi Azione 4 e Azione 8).

La "rete" garantisce al viaggiatore/turista/pellegrino una migliore ed omogenea tutela dei propri diritti per tutta l'esperienza turistica.

I servizi garantiti dalla carta dei servizi del pellegrino e svolti dagli info-point sono diversificati come segue:

- servizio informazioni;
- servizio di distribuzione materiale informativo, della card del pellegrino e delle credenziali del pellegrino;
- servizio di booking;
- servizio di raccolta dei reclami.

Si può accedere a questi servizi attraverso: sportello dell'ufficio, telefono, fax, corrispondenza tradizionale e telematica.

Garanzia dei contenuti del servizio informativo

Gli addetti all'informazione devono fornire informazioni precise e dettagliate su:

- servizi turistici dell'ambito di appartenenza, con l'indicazione dei prezzi praticati, trasporti, pubblici esercizi, strutture congressuali, servizi di pubblica utilità;
- risorse storico - artistiche e naturalistiche e relativa accessibilità, itinerari turistici, manifestazioni ed eventi, tempo libero e sport nell'ambito di appartenenza, indicando orari e localizzazioni;
- informazioni generali sulle risorse turistiche e sull'offerta turistica del territorio interessato dal percorso della Via Francigena.

Supporti del servizio informativo

Ogni ufficio IAT deve garantire al viaggiatore/turista/pellegrino la possibilità di trovare in quella sede:

- brochure;
- flyer;
- guide turistiche;
- cartine con il percorso della Via Francigena;
- carta stradale delle Regioni;
- annuari delle strutture turistico – ricettive del territorio.

Tempo e orari di apertura

Gli uffici di informazione turistica e di prima accoglienza dovrebbero osservare un orario standard di apertura minima al pubblico per garantire la copertura giornaliera accordandosi con gli altri uffici più vicini (vedi Azione 3). Gli uffici devono essere in grado di garantire standard temporali di risposta alle richieste di informazioni. In questo senso, le Regioni dovrebbero dotarsi di un ufficio di back office che curi in misura integrata e omogenea tutti i servizi rivolti al viaggiatore/turista/pellegrino.

Deve essere inoltre garantito in ogni momento il rispetto del principio di uguaglianza e imparzialità nella soddisfazione delle richieste del viaggiatore/turista/pellegrino.

9.2.3 Diritto di assistenza

Call center e Numero Verde

Per poter consentire al viaggiatore/turista/pellegrino di reperire le informazioni necessarie, anche in caso di chiusura degli uffici, gli Enti interessati potranno collegarsi al servizio già garantito dal Corpo Forestale, che fornisce assistenza 24 ore su 24 e che potrebbe integrarsi con i numerosi call center già operativi degli E.E.L.L. e Regioni.

Il numero verde nasce come risposta alla necessità di assistenza tecnica al viaggiatore/turista/pellegrino negli orari non coperti dall'ufficio IAT.

Il centralino dovrebbe restare in funzione 24 ore e permettere al viaggiatore/turista/pellegrino di contattare il soggetto locale più idoneo alla soddisfazione delle proprie richieste. Ciò potrebbe essere realizzato attraverso un'integrazione tra i call center degli URP locali, della Guardia Forestale, degli organi di polizia

locale e degli altri servizi di assistenza locale già esistenti.
Il Numero Verde dovrà essere indicato sulla card del pellegrino, presso l'ufficio IAT, ATP, Pro loco e sul sito internet della "Via Francigena".

Garanzia di assistenza tecnica
Per i viaggiatori/turisti/pellegrini che intendono compiere il percorso francigeno con biciclette o a cavallo è garantita un'assistenza tecnica in caso di imprevisti.
Sia presso gli uffici IAT che attraverso il Numero Verde sarà possibile mettersi in contatto o individuare punti di riparazione per biciclette o assistenza veterinaria per cavalli.

Garanzie del servizio di prenotazione / booking
Il personale addetto deve fornire assistenza al turista nella ricerca di disponibilità ricettiva ed eventualmente effettuare direttamente la prenotazione presso le strutture ricettive disponibili.
Gli addetti devono inoltre effettuare il servizio di prenotazione e vendita di visite guidate.

Garanzia del servizio raccolta reclami
Ogni viaggiatore/turista/pellegrino può segnalare le inefficienze ed indicare i punti di forza riscontrati durante il viaggio utilizzando uno specifico modulo presente nell'ufficio IAT.
È compito del personale addetto inoltrare le segnalazioni a chi di competenza.

9.3 Doveri del turista pellegrino

Nell'ottica di far evolvere la figura del viaggiatore/turista/pellegrino in quella di ospite cittadino "temporaneo" del territorio, nella carta dei Servizi dovrà essere presente una sezione dedicata ai "doveri".
Il progetto di offerta turistica della Via Francigena rispetta i principi del turismo sostenibile ponendosi come obiettivo il rispetto delle tipicità del territorio e la loro valorizzazione.
Per poter vivere questa esperienza con alto senso civico nel rispetto del luogo, delle persone locali e degli altri turisti è richiesto al viaggiatore/turista/pellegrino il rispetto delle specie animali e vegetali, dell'ambiente, del silenzio, dell'arte, della cultura e della tradizione del territorio della Via Francigena, degli usi e delle abitudini locali e dei luoghi di fede.

9.4 Best practice

In questo ambito una best practice d'eccelenza è la "Carta dei diritti del turista della Regione Toscana", adottata nel 2004 per lo sviluppo della tutela del turista, per mantenere vive le tradizioni e le tante identità locali della Toscana in un'ottica di turismo sostenibile.

AZIONE 10

Una proposta di linea di comunicazione, comprensiva di individuazione dei mezzi di informazione e comunicazione idonei a veicolare il prodotto a seconda delle diverse specificità

10.1 Proposta linea di comunicazione

10.2 Comunicazione coordinata

10.2.1 Il marchio

10.3 Progetto linea comunicativa

10.4 Aree di comunicazione

10.4.1 Strumenti Image
10.4.2 Strumenti Web/multimedia
10.4.3 Strumenti Informazione/promozione

10.5 Best Practices

10.1 Proposta linea di comunicazione

Metodologia
Il presente manuale fornisce le linee di immagine coordinata adeguandosi alle quali si potranno realizzare, lungo tutto il percorso della Via Francigena, sia nel tracciato principale e nelle varianti che nelle altre vie romee e negli itinerari minori, strumenti di immagine coordinata.
Le Regioni con gli Enti Locali coinvolti dovranno occuparsi di tutti gli strumenti legati all'informazione e promozione del percorso, mentre agli operatori sono demandati tutti gli strumenti di promozione e vendita.

Obiettivi
Fornire un'immagine chiara, credibile e riconoscibile della Via Francigena e favorire la conoscenza e la promozione del percorso quale itinerario religioso e culturale.

Target di riferimento
Segmentazione di tipo "verticale" (per caratteristiche psicografiche)
- turista individuale;
- turista in gruppo;
- turista con bisogni speciali;
- turista giovane;
- turista anziano;
- turista famiglia.

Segmentazione di tipo "orizzontale" (per tipo di comportamenti e servizi richiesti)

- Il pellegrino "puro"
- Il turista pellegrino "trekking" e il turista escursionista "trekking"
- Il pellegrino "biker" e l'escursionista "biker"
- Il pellegrino a cavallo e l'escursionista a cavallo
- Il pellegrino "leisure" e il turista "leisure"

10.2 Comunicazione coordinata

Il piano comunicativo per il progetto interregionale "Via Francigena" presenta caratteristiche di tipo unitario che legano tutti i territori attraversati dal corridoio e toccati dai bacini, ma ha anche un forte carattere decentrato poiché l'antico cammino ed i territori attraversati presentano caratteristiche diverse nelle varie zone del nostro Paese. Per questo è necessario realizzare strumenti secondo un'immagine coordinata. Essa infatti dà al progetto interregionale un carattere di unicità, permette di comunicare in modo coerente tutte le attività legate alla Via Francigena dando immediata riconoscibilità.

10.2.1 Il marchio

Nell'ambito di una comunicazione coordinata ed integrata è importante definire il marchio: sintetizza e definisce in modo comunicativo identità, metodo, obiettivi del progetto.
Il simbolo che identifica la Via Francigena è il logo del pellegrino, appartenente alla Provincia di Parma (marchio1). Il simbolo verrà utilizzata su tutti gli strumenti di immagine cordinata cartacea multimediale etcc...

Marchio 1

L'Associazione Europea delle Vie Francigene ha sviluppato un'applicazione del logo integrata con un segno grafico rappresentante il percorso denominato "Via Francigena secondo l'itinerario di Sigerico" che, nel corso degli anni, è stato applicato in molteplici punti dell'itinerario (marchio 2).

Marchio 2

Marchio 3

Questo marchio privato delle scritte (marchio 3) è stato applicato all'interno del sistema di segnaletica che già in parte è stata installata; verrà in tale forma utilizzato per la segnaletica del percorso. L'impiego delle immagini di cui sopra necessita comunque di un'autorizzazione all'uso da parte del proprietario (Associazione Europea delle Vie Francigene).

10.3 Progetto linea comunicativa

La linea comunicativa appositamente studiata per questo progetto nasce con l'obiettivo di comunicare il senso vero e profondo di un percorso che ha segnato la storia e tutt'oggi continua a suscitare emozioni, attrazione, interesse. Un percorso ancora oggi fortemente attuale che rappresenta come un "filo d'oro" per la valorizzazione e la promozione dei territori interessati. Un'unica strada percorsa nei secoli da viandanti e pellegrini, pietre levigate nel tempo dal passaggio di uomini e mezzi, sentieri che sono stati e sono ancora oggi vie di comunicazione, di commercio, di incontro di popoli e culture.

Parte da questa idea e da questi significati la proposta per l'immagine coordinata, frutto dell'elaborazione grafica di una strada di epoca romana. Parti diverse e staccate che, come pietre di una strada, si compongono in un unico cammino. Un'immagine che vuole simboleggiare le diverse regioni italiane unite da questo storico percorso, le diverse epoche storiche accomunate dall'uso di questa via di comunicazione; le provenienze diverse dei pellegrini, degli escursionisti, dei viaggiatori antichi e moderni legati a questo itinerario. E poi ancora genti diverse che continuano a percorrere questa strada dando vita, nella peculiarità del contributo di ciascuno, alla realizzazione dell'Europa delle culture, alla formazione dell'Europa dei popoli.

10.4 Aree di comunicazione

Gli strumenti di comunicazione del presente manuale sono suddivisi in tre aree:
image, web/multimedia, informazione/promozione.

10.4.1 Strumenti Image

Gli strumenti legati al settore image si suddividono su tre livelli di attuazione:

- *Interregionale*: strumenti ideati per la presentazione e promozione, in occasione di fiere ed eventi, dell'intero progetto della Via Francigena. Tali pubblicazioni sono poi anche adatte per la presentazione presso gli uffici IAT.
- *Regionale*: per promuovere ed informare sulle caratteristiche dei percorsi che attraversano le singole Regioni e fornire approfondimenti sulle eccellenze e le caratteristiche del territorio attraversato dai cammini sotto l'aspetto naturalistico, storico-artistico, enogastronomico.
- *Provinciale/locale*: per promuovere ed informare sul percorso e le sue caratteristiche, sulle modalità della sua fruizione, sui servizi ad esso collegati.

Livello interregionale
Tali strumenti, unici per tutte le realtà dei territori, presentano il logo del pellegrino. Forniscono informazioni di carattere specifico su tutti gli aspetti di rilievo per gli utenti.

Folder di promozione ad ampia diffusione
Obiettivo: fornire al pellegrino/turista/viaggiatore una conoscenza d'insieme dell'offerta turistica e delle eccellenze del territorio, oltre ad offrire note sintetiche sui possibili itinerari.

Struttura e contenuto: strumento editoriale pratico per presentare e promuovere il progetto Via Francigena, il territorio complessivo e le eccellenze in modo sintetico ed immediato con immagini suggestive e brevi spot testuali.
Pagine: 6

Folder conoscitivo
Obiettivo: presentare e promuovere l'intero progetto Via Francigena.

Struttura e contenuto: Strumento editoriale di facile consultazione per presentare la storia della Via Francigena ed il suo valore sotto l'aspetto religioso, naturalistico, artistico e culturale. Si dovrà presentare l'intero

tracciato, arricchendolo di notizie tecniche (lunghezza, caratteristiche dei diversi territori attraversati…) e le possibilità di percorrenza (a piedi, in bicicletta, a cavallo) dell'intero territorio o di una parte di esso e la possibilità di combinare varie modalità di percorrenza.
Caratterizzato da immagini suggestive e sintetici spot testuali si propone di fornire al pellegrino/turista/viaggiatore una conoscenza d'insieme dell'offerta turistica e note sintetiche sull'itinerario principale, con varianti, e su quelli minori.
Pagine: 24

Pubblicazione
Obiettivo: proporre al pellegrino/ turista/viaggiatore/ uno strumento completo che, offrendo una visione d'insieme della ricchezza e varietà di offerta del territorio attraversato dall'itinerario principale e dalle sue varianti, lo supportino nell'orientamento e nella scelta dei luoghi da visitare attraverso la segnalazione degli itinerari legati al percorso francigeno con informazioni generali sui "tesori" da vedere e di indicazioni logistiche Provincia per Provincia.

Struttura e contenuto: una guida pratica in grado di mettere a fuoco le peculiarità del territorio di riferimento, fornendo possibilità differenziate di visita in base alle esigenze dei target di riferimento.

Prima parte: descrizione della Via Francigena e del territorio attraversato quale percorso costellato di tesori d'arte, storia, natura, tradizione, da scoprire e conoscere.

Seconda parte: l'antica strada quale via di pellegrinaggio. La figura dell'antico pellegrino diventa espediente narrativo per delineare le caratteristiche principali dei viaggiatori moderni (appassionati d'arte e di storia, amanti della natura, appassionati di sport all'aria aperta, trekkisti…)

Terza parte: con dettagli del percorso e informazioni utili sulle modalità di viaggio con riferimenti ad equipaggiamento, strumentazioni, vestiario, trasporti e servizi.

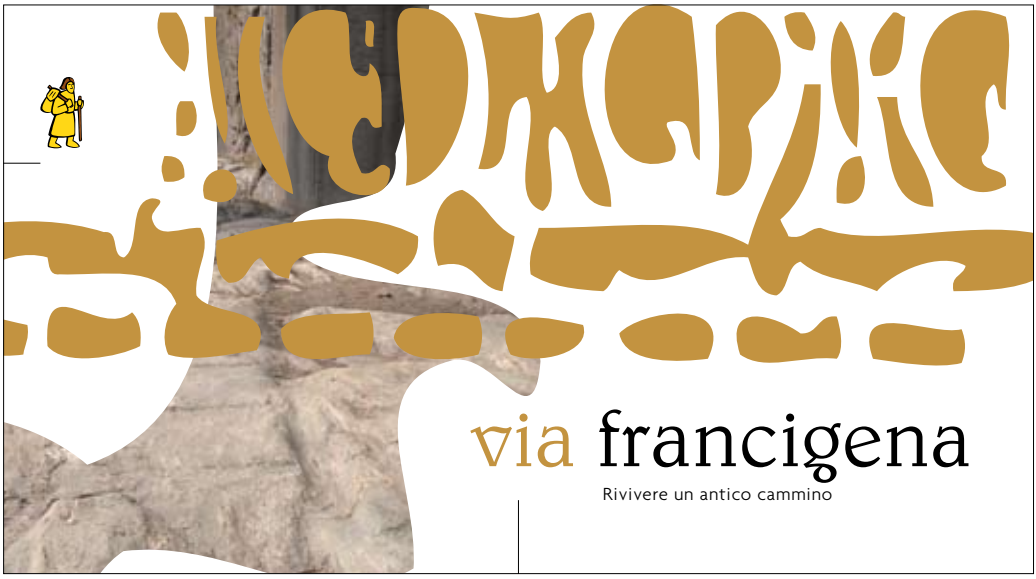
Quarta parte: descrizione dell'itinerario principale e delle eventuali varianti per accompagnare il visitatore raccontando il territorio attraverso le eccellenze in ordine di apparizione lungo l'itinerario con un breve testo descrittivo. Nel testo, attraverso brevi segnalazioni, anche le località ed eccellenze di minore visibilità e notorietà.

Quinta parte: cartine con i percorsi-varianti; servizi e numeri utili.
Pagine: 48

Manifesti tematici

Livello interregionale

Folder di promozione ad ampia diffusione



copertina

interno fronte

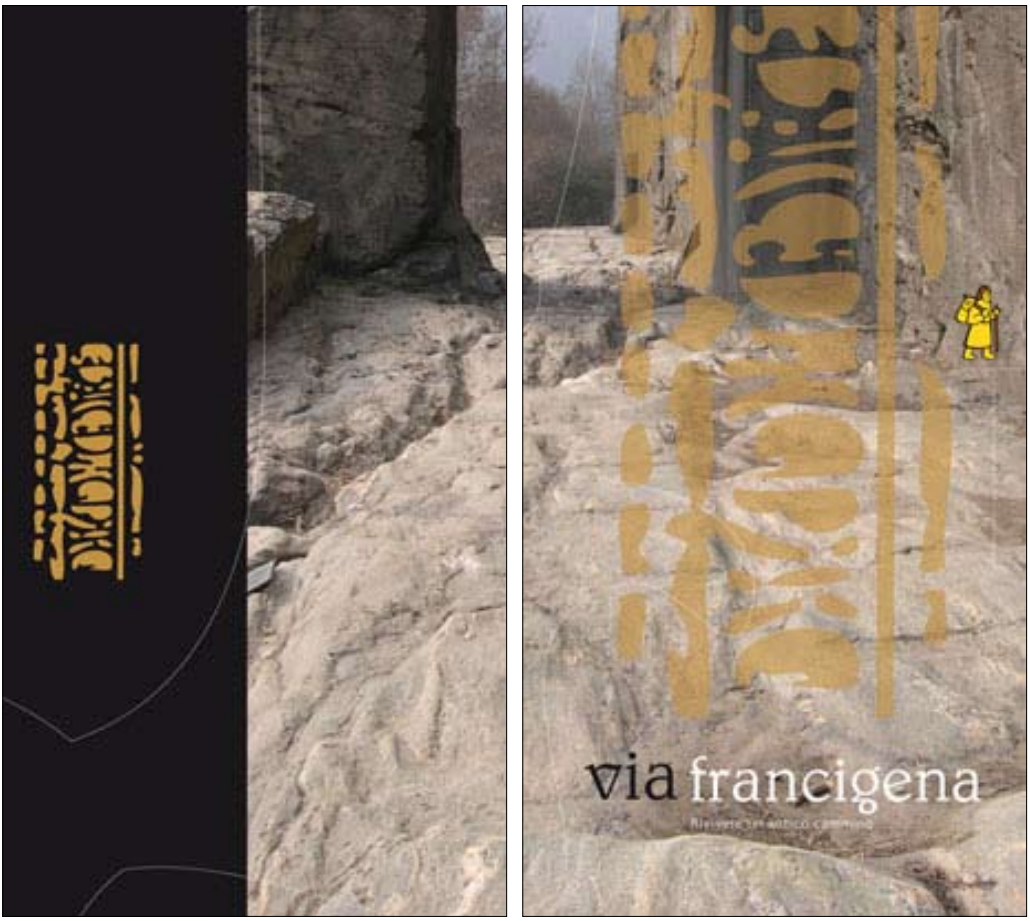
interno retro

Livello interregionale
Folder conoscitivo

copertina

frontespizio *interno* *interno*

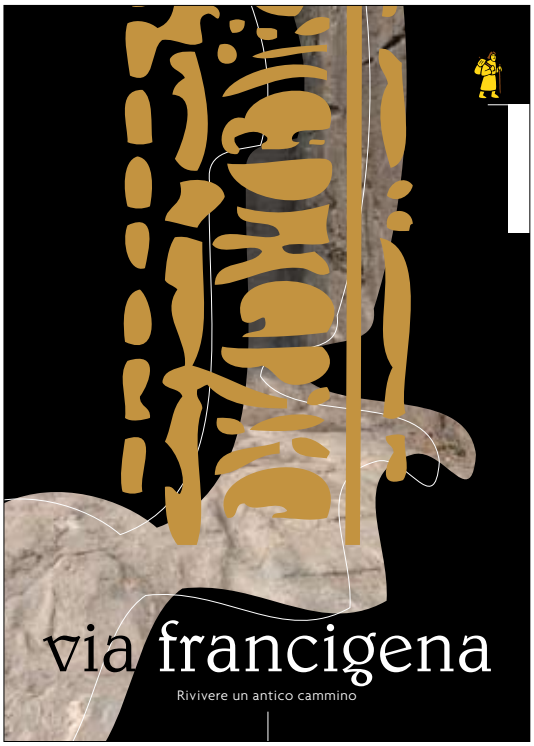
Livello interregionale
Pubblicazione



copertina

frontespizio *interno* *interno*

Livello interregionale
Manifesto



manifesto

Livello regionale
Questi strumenti sono caratterizzati da colori ed immagini unici per ogni Regione per favorire un riconoscimento immediato. Le pietre del percorso presenti nel logo della Via Francigena si trasformano in impronte che simboleggiano un tratto del cammino nella Regione.

Folder generale
Obiettivo: presentare l'intero tratto della Via Francigena che attraversa una Regione e mettere in rilievo il valore ed il significato che l'antico cammino ha avuto per quell'area territoriale.
Struttura e contenuto: box testuali sintetici potranno poi descrivere il percorso principale e le varianti attraverso un breve testo con le indicazioni delle località toccate e le eccellenze da promuovere. Queste ultime possono essere trattati attraverso box tematici. Da inserire anche cartine con i percorsi-varianti; servizi e numeri utili.
Pagine: 8

Folder tematici
Obiettivo: proporre itinerari lungo il tratto francigeno caratterizzate da un tema specifico e correlate tra loro che il turista potrà scegliere in base al tempo a disposizione e al proprio interesse.

Struttura e contenuto: strumenti sintetici e facilmente consultabili con un breve testo descrittivo del percorso lungo il quale saranno messi in rilievo località ed eccellenze legate al tematismo affrontato con box di approfondimento sugli aspetti più rilevanti di quattro temi:
- arte/cultura;

- natura;
- eventi e tradizioni;
- eno-gastronomia.

Da inserire: cartina con i percorsi-varianti e segnalazione delle località e degli itinerari citati nel testo; servizi e numeri utili.
Pagine: 16

Manifesti tematici

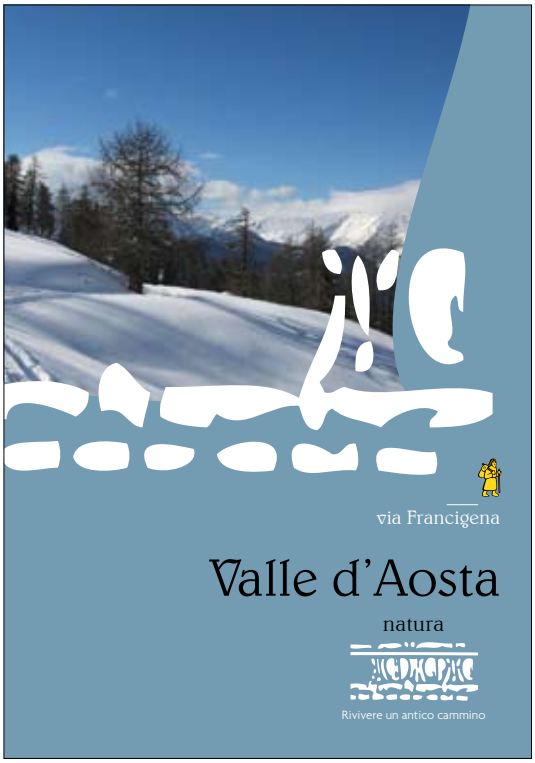
Livello regionale
Folder generale

copertine

Livello regionale
Folder tematici

copertine

Livello regionale
Manifesti tematici



Livello provinciale/locale
Questo tipo di strumenti, oltre al logo del pellegrino, presentano simboli differenziati per i vari tipi di percorso ed informazioni utili per gli utenti a carattere locale.

Guide diversificate per percorsi (a piedi, in bicicletta, a cavallo, in auto)
Obiettivo: valorizzare la Via Francigena e le diverse modalità di percorrenza; promuovere l'offerta turistica; informare.
Struttura e contenuto: quattro strumenti di approfondimento ognuno dei quali dovrà contenere, accanto alla descrizione del percorso e delle eccellenze che costellano il territorio, informazioni sulle diverse modalità di percorrenza e sui servizi presenti lungo il cammino.
Pagine: variabili a seconda della lunghezza e della tipologia dei percorsi

Cartoguida
Obiettivo: conoscere in modo approfondito i tracciati: le tappe principali, i luoghi e i crocevia.

Struttura e contenuto: la carta mette in evidenza l'offerta turistica nel suo insieme, la vastità e l'importanza della Via Francigena in una visione sistemica del territorio evidenziando i prodotti turistici principali.
Le cartoguide riporteranno tutti gli itinerari: a piedi, in bicicletta, a cavallo ed in automobile. Saranno in scala 1 : 25.000.

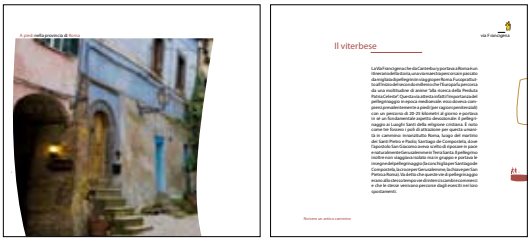
Pubblicazione su ricettività, tipicità e servizi
Obiettivo: informare sulle caratteristiche dell'offerta ricettiva e su quella enogastronomica.

Struttura e contenuto: Guida di facile consultazione che offre dettagliate informazioni sulle strutture ricettive presenti sul territorio, sulle loro caratteristiche, sulla loro ubicazione, sui servizi offerti.
Pagine: variabili a seconda della lunghezza dei percorsi

Livello provinciale/locale
Guide diversificate per percorsi (a piedi, in bicicletta, a cavallo, in auto)

copertina

copertine



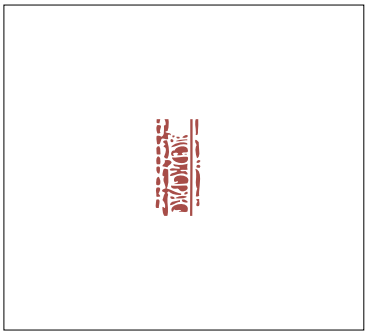
interno

Livello provinciale locale

Cartoguida

copertina

Pubblicazione su ricettività, tipicità e servizi



copertina

10.4.2 Strumenti Web/multimedia

Infrastruttura web: (vedi Azione 8)

Infopanel: interattivo con utilizzo mediante tecnologia touch-screen è orientato soprattutto agli stores e ai punti informativi. La sua consultazione avverrà mediante un'apposita interfaccia da utilizzare direttamente mediante l'utilizzo delle dita della mano. Utile per i pellegrini/turisti/viaggiatori che mentre sono sul luogo vogliono accedere alle informazioni e ai servizi presenti.

DVD sui territori
Obiettivo: presentare i percorsi e i territori da essi attraversati, evidenziando di volta in volta le eccellenze: dall'arte alla cultura, dal paesaggio alle opportunità sportive, dai sapori ai prodotti.

CD Musicali:
Obiettivo: favorire la conoscenza delle culture e tradizioni locali.

Struttura e contenuto: raccolte di brani musicali appositamente composti o che permettano il recupero di musiche tradizionali delle diverse zone attraversate dal percorso.

Video clip
Obiettivo: promuovere i punti di forza del progetto

Struttura e contenuto: strumenti brevi (della durata max 1') sviluppati con tecnologia animata ed accompagnati da brevi testi commentati da speaker e sottofondo musicale.

10.4.3 Strumenti Informazione/promozione

Advertising: azioni di promozione della Via Francigena attraverso la realizzazione di pagine e/o spazi pubblicitari di varia tipologia e su diversi strumenti.

Eventi di promozione e strumenti di comunicazione coordinata per eventi

Ufficio stampa
Obiettivo: svolgere a livello regionale, provinciale e locale azione di informazione della Via Francigena

Per la realizzazione ed il buon funzionamento del servizio è auspicabile che gli Enti Locali (Regioni, Province, Comuni) attivino uffici stampa che diventino poi punto di coordinamento tra tutti i soggetti impegnati nella promozione del cammino e del territorio da esso attraversato e gestiscano in maniera coordinata le informazioni ed i rapporti con i media. Nel caso in cui uffici di questo tipo fossero già presenti sul territorio sarebbe auspicabile il loro utilizzo.

10.5 Best Practices

Le eccellenze relative alla comunicazione sono state realizzate da:

- GEIE – Cammini d'Europa e suoi partner territoriali (si veda dossier ricognitivo capitolo 4. - CD)

AZIONE 11
Una proposta di modalità di commercializzazione

11.1 Premessa

11.2 Canali di distribuzione e strumenti di commercializzazione per il prodotto turistico "Via Francigena"

11.2.1 Domanda, offerta e pricing
11.2.2 Strategie di marketing e ciclo di vita del prodotto "Via Francigena"
11.2.3 Strumenti per la valutazione dell'offerta
11.2.4 Canali di commercializzazione
11.2.5 Verso un'offerta turistica "Via Francigena 3.0"

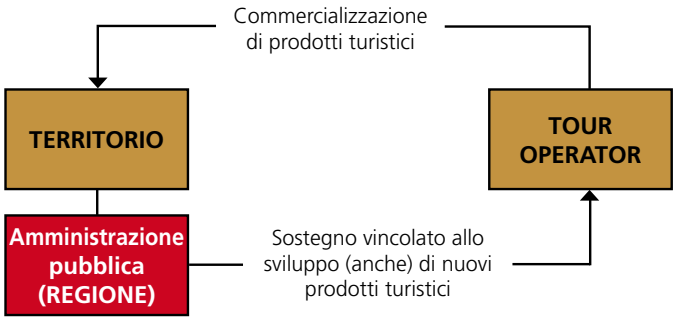
11.3 Strumenti di supporto alla commercializzazione

11.3.1 Azioni di supporto per il posizionamento
11.3.1 Card del Pellegrino
11.3.2 Iniziative per la promozione del marchio "Via Francigena"

11.4 In sintesi

11.1 Premessa

Come ogni mercato, anche quello turistico è guidato e condizionato dal rapporto tra domanda e offerta e dalle strategie di marketing (definizione del prodotto, prezzo, promozione e distribuzione) che di volta in volta vengono definite ed attuate da soggetti pubblici e privati.
In questo contesto, partendo dall' esigenza di giungere alla definizione di un prodotto turistico omogeneo per tutto il territorio interessato, una proposta di commercializzazione è finalizzata ad individuare parametri che aiutino gli operatori a garantire servizi adeguati e standard di qualità comuni.
La fase di sviluppo del prodotto "Via Francigena" richiede inoltre che le Regioni, gli enti locali e gli operatori privati lavorino insieme alla definizione dell'offerta di "pacchetti turistici" (vedi azione 6, alla quale si rimanda).



Lo schema sintetizza la relazione tra Pubblica Amministrazione, territorio e tour operator.
La creazione e gestione di pacchetti turistici supporta la promozione e lo sviluppo del territorio. A loro volta, le Amministrazioni devono attuare politiche a sostegno del miglioramento di "appeal" del territorio per essere competitivi con altre destinazioni turistiche e vincolare il sostegno ai tour operator alla creazione di nuovi prodotti turistici.

Tale azione si propone di valorizzare le potenzialità dell'offerta "Via francigena" incentivando iniziative volte alla costruzione di veri e propri "pacchetti integrati", capaci di promuovere congiuntamente il prodotto "basic" con le risorse tipiche locali (cultura, natura, artigianato, enogastronomia, prodotti tipici locali..) con l'obiettivo di intercettare nuovi mercati e regolamentare i flussi *incoming* (destagionalizzazione).

11.2 Canali di distribuzione e strumenti di commercializzazione per il prodotto turistico "Via Francigena"

11.2.1 Domanda, offerta e pricing

Che esista una domanda reale di "Via Francigena" lo dimostrano le testimonianze delle associazioni attive sul territorio, che rispondono direttamente e concretamente alle esigenze dei pellegrini attraverso l'ospitalità in parrocchie, ostelli e conventi, e che esista una domanda potenziale rapidamente traducibile in flussi turistici interessanti - dall'Italia e dall'estero – è confermato, tra le altre cose, dal numero e tipologie di accessi al portale dell'Associazione Europea delle Vie Francigene www.associazioneviafrancigena.com e di altri siti tematici.

A titolo esemplificativo, a fine 2008, le statistiche indicavano su www.associazioneviafrancigena.com

- oltre 280.000 accessi
- quasi 2.000.000 pagine visitate
- 18.000.000 di click
- un tempo medio di visita: 4' 20"
- una media di 7 pagine visitate

di visitatori provenienti da:

- Europa (Italia, Spagna, Inghilterra, Germania, Francia, Svizzera)
- Nord America (USA, Canada)
- Asia (Cina, Giappone)
- Africa (Sud Africa, Marocco, Egitto)

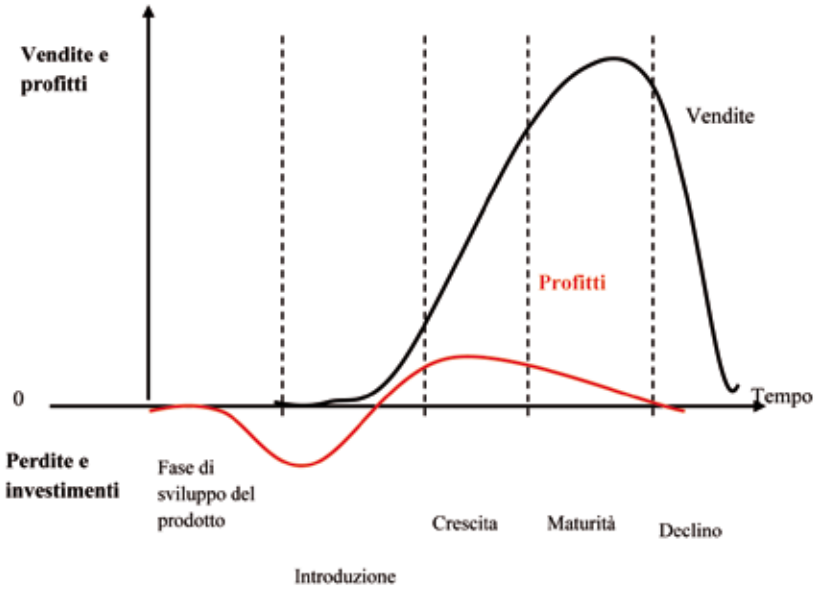
Tra le parole e i contenuti maggiormente ricercati:

- Via Francigena e Via Francigena del Sud
- Turismo religioso
- Ospitalità povera
- Cammino di Santiago
- Castelli, Chiese, Abbazie, Palazzi
- Ristoranti, alberghi, B&B
- Storia e tradizioni
- Prodotti tipici

Per rispondere a questa richiesta, è urgente e strategico dunque che sia strutturata in tempi brevi un'offerta di servizi identificabili come prodotto turistico "via Francigena", che ancora mancano per grande parte del percorso. E' in questo quadro che si inserisce il significato di questo lavoro che – nel rispetto delle autonomie dei territori – mira ad indicare criteri e standard che possano rendere omogenea tale offerta (si veda azione 3, 4, 6, 7).
Oltre alle dinamiche determinate dal mercato, le Regioni, di concerto con gli enti locali, potranno prestabilire per ogni target di riferimento diverse fasce di prezzo consigliate agli operatori.
Le Province ed i Comuni interessati dovranno dunque "concertare" con i privati le scelte, definire i criteri di adesione ai "disciplinari" e alla "carta dei servizi" (azione 7, 9) quali azioni propedeutiche alla possibilità per le strutture di aderire al "marchio Via Francigena".

11.2.2 Strategie di marketing e ciclo di vita del prodotto "Via Francigena"

La strategia di commercializzazione di un prodotto turistico deve essere riformulata più volte nel corso del suo ciclo di vita.
Questo accade perché possono cambiare le condizioni di mercato ed ambientali, nel passare da una fase all'altra.



Attualmente, il prodotto turistico "Via Francigena" si trova nella fase definita "sviluppo del prodotto", per cui sono consigliate:
Azioni di studio

- Analisi quantitativa e qualitativa della domanda turistica e della segmentazione del mercato potenziale;
- Analisi e mappatura degli eventi esistenti a livello locale, nazionale ed internazionale, al fine di costruire un'integrazione con l'offerta dei servizi "core";
- Individuazione e mappatura di "buone pratiche" per rendere attuabili e trasferibili gli aspetti positivi già sperimentati.

In base ai risultati ottenuti, si può procedere con un piano di commercializzazione dei tratti del percorso già verificati ed attrezzati con i servizi minimi di accoglienza, mobilità, ricettività e ristorazione.
Tale aspetto è di rilevanza strategica fondamentale per fare in modo che la domanda dei turisti pellegrini non anticipi la reale predisposizione di servizi e si generino effetti negativi sulla reputazione complessiva della destinazione.

11.2.3 Strumenti per la valutazione dell'adeguatezza dell'offerta/prodotto "Via Francigena"

In questa fase di definizione del prodotto "Via Francigena" devono essere elaborati degli strumenti di analisi e controllo del prodotto stesso.
A partire dalle tratte già attrezzate, e non appena disponibili sul percorso i servizi minimi elencati, si può procedere con *practice test*, che permettano di operare una vera e propria *analisi swot*, evidenziando punti di forza, debolezza, minacce ed opportunità dell'offerta.
Si può inoltre procedere con la selezione di un campione rappresentativo di utenti potenziali per ogni target di riferimento e far loro effettuare un tour test, per poter analizzare eventuali criticità e avere elementi per valutare azioni correttive.

11.2.4 Canali di commercializzazione

A partire dalle caratteristiche del prodotto, e tenendo conto che questo Manuale si rivolge ad enti locali, si suggerisce di attivare canali tradizionali e canali collegati ai new media:

Tradizionali:

- Agenzie di Viaggio, che rappresentano un buon strumento per raggiungere un mercato geograficamente esteso, a partire dalle reti presenti sui singoli territori;
- Tour Organizer, operatori ove chiedere e prenotare vacanze realizzate su esigenze specifiche rispetto ad ogni diversa aspettativa;
- Tour Operator, che hanno il ruolo di assemblare diversi pacchetti turistici, in modo tale da poter offrire differenti prodotti integrati e gestire soprattutto l'incoming dall'estero;
- Comunità (parrocchie, associazioni, scuole, università ecc..).

New media:

- Portali delle Regioni, degli enti locali, dell'Associazione Europea delle Vie Francigene, dei Ministeri interessati (MIBAC e Ministero Politiche Agricole), le reti europee (es. Cammini d'Europa, dell'associazionismo CEI, ORP….
- portali con E-commerce/Booking on-line (sistema informatizzato attraverso il quale gli operatori turistici, o direttamente il turista pellegrino, possa trovare informazioni e effettuare prenotazioni)
- Motori di ricerca: Google, Virgilio e similari.

11.2.5 Verso un'offerta turistica "Via Francigena 3.0"

Con la fine degli anni novanta il valore del mercato turistico on-line è decuplicato. Le innovazioni tecnologiche, la maggior familiarità e penetrazione di internet tra i consumatori hanno fatto crescere il volume delle vendite.

È dunque necessario integrare i tradizionali canali come agenzie di viaggio, tour operator, tour organizer investendo le risorse disponibili per predisporre un sistema di commercializzazione avanzato, "mediato" da portali costruiti con le tecniche più innovative.

Al centro il turista ospite che mediante questa modalità può:

- informarsi sui servizi;
- condividere esperienze con altri (es. youtube, trip advisor, social networks o similari) che hanno il compito di sviluppare e promuovere una community;
- prenotare l'esperienza;
- pagare con carta di credito (e-commerce).

Tale aspetto è ampiamente trattato nelle parti dedicate all'Azione 10, nella quale si chiarisce che il ruolo delle Regioni e degli enti locali interessati, insieme all'Associazione Europea delle Vie Francigene, con la scelta di integrare i propri strumenti e di investire sull'ICT e internet, passano da una strategia puramente informativa ad una di promo-commercializzazione, accessibile sia agli operatori che agli utenti finali.

11.3 Strumenti di supporto alla commercializzazione

Il prodotto turistico "Via Francigena" può rappresentare un ottimo strumento di *differenziazione, destagionalizzazione ed integrazione* della offerta turistica complessiva già esistente, oltre che per rispondere all'esigenza degli operatori di aumentare la permanenza media sul territorio (in termini di giorni/pernottamenti). D'altra parte, questo approccio consente di rispondere in modo adeguato ad una domanda sempre più esigente e sensibile alla "completezza" dei servizi integrati in un'offerta, e capaci di venire incontro alle esigenze e agli interessi dei singoli individui anche quando si viaggi in famiglia o in gruppo.

11.3.1 Azioni di supporto per il posizionamento

Costituiscono validi strumenti di supporto alla commercializzazione, azioni di posizionamento del prodotto attraverso:

strumenti tradizionali

- organizzazione di eventi;

- organizzazione di manifestazioni locali per la valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale;
- seminari, convegni per addetti ai lavori;
- workshop ed educational per giornalisti di media specializzati;
- partecipazione a fiere in Italia e all'estero;
- direct marketing con utilizzo di strumenti multimediali;
- attività della rete di IAT, Proloco etc.

nuovi:
- blog
- social networks
- web ranking

11.3.2 Card del Pellegrino

La "card del pellegrino", come hanno dimostrato altre esperienze di carte tematizzate in Italia e all'estero, può rappresentare un utile strumento per offrire un alto livello di qualità e servizi e promuovere lo sviluppo di questo prodotto.
I possessori di tale card saranno incentivati all'utilizzo della stessa per tutta una serie di servizi "satelliti", sotto elencati, che creano valore aggiunto all'esperienza turistica.
La card può essere utilizzata con il supporto di internet e della telefonia mobile (cellulare, sms) per:
- prenotare tutti i servizi ;
- acquistare servizi;
- come card prepagata.

Attraverso questa carta, il turista pellegrino può accedere a un sistema integrato di opportunità che ogni Regione studierà con l'offerta presente sul territorio.
Si potrà creare un mix comprendente:
offerte culturali:
- musei;
- eventi.

offerte di trasporto internodale:
- treno;
- bus;
- metropolitana;
- barca (per la parte di percorso che è interessato dal Po).

Altrimenti fruibile per sconti in:
- negozi del territorio;
- hotel e per strutture della ristorazione;

ingresso a:
- parchi;
- concerti;
- teatri.

La card, dello stesso formato delle carte di credito, avrà l'immagine prevista e coordinata con l'Azione 10

11.3.3 Iniziative per la promozione del marchio "Via Francigena"

Anche se lo sviluppo in senso proprio di "pacchetti turistici" sarà di competenza degli operatori privati che intenderanno investire nell'area in oggetto, appare opportuno delineare delle linee guida sulla base delle quali ogni Regione attiverà le proprie scelte.
Dovrà essere predisposta una campagna di comunicazione di supporto al marchio "Via Francigena", avvalendosi di strumenti di comunicazione declinati secondo i target. (Vedi Azione 10)

È opportuno inoltre attivare campagne pubblicitarie ad hoc, attraverso pubblicazioni speciali, testimonial ed altri supporti che si renderanno di volta in volta necessari a seconda dei target ai quali ci si intende rivolgere, e azioni di co-marketing con i principali soggetti operanti sulla Via Francigena (es. CEI, ORP e Associazioni di Volontariato) oppure partnership con operatori appartenenti a paesi e vettori dai quali provengono i maggiori flussi turistici incoming.

A titolo esemplificativo: Case study 1
Regione Toscana
Il maggiore flusso turistico "incoming" all'interno dell'Unione Europea è costituito dai turisti tedeschi. Potrebbe, quindi, essere opportuno attivare una vasta campagna di co-marketing con Hapag Lloyd Express, principale vettore low cost tedesco.
La campagna potrebbe incentrarsi su:
- azioni promozionali in Germania;
- promozione e commercializzazione della Via Francigena legata agli "short breaks", ad esempio week-end alla scoperta dei prodotti eno-gastronomici locali;
- trip di tre giorni per gli operatori tedeschi, selezionati dallo stesso vettore.

Risultati attesi:
- crescita della domanda "special interest travel";
- sviluppo di nuovi collegamenti verso gli aeroporti delle aree interessate.

A titolo esemplificativo: Case study 2
Regione Toscana
La stessa strategia può essere praticata verso il primo flusso turistico incoming internazionale costituito dal turista U.S.A., con il principale vettore americano Delta airlines che ha diritti di esclusiva nella rotta Pisa/New York.

Visto che il prodotto "Via Francigena" è al momento in fase di sviluppo e scarsamente visibile, un'operazione interessante potrebbe essere il lancio di prodotti "tematizzati" della durata media di 2/3 notti e appositamente promossi all'interno di un catalogo (cartaceo e on-line), con il supporto delle Regioni coinvolte.
Gli intermediari specializzati come i Tour Organizer, rappresentano il miglior canale di commercializzazione per pacchetti turistici che hanno come "core" il pellegrinaggio, i quali potranno integrare altre opportunità di scoperta culturale del territorio.
Esempio di pacchetti "incoming" tematizzati:
- "alla ricerca della spiritualità";
- "alla scoperta dei sapori tipici";
- "escursioni e passeggiate";
- "a contatto con la natura";
- "salute e benessere";
- "per i più sportivi";
- "sulle tracce delle antiche civiltà";
- "arte, cultura e tradizioni";
- "folklore e manifestazioni";
- "corsi";
- "in vacanza con i bambini e la famiglia".

11.4 In sintesi

I piani di commercializzazione saranno definiti in autonomia dai singoli territori, sentiti gli operatori locali, con questi vincoli minimi:
- uso del brand / marchio;
- pricing;
- assistenza all'ospite;
- standard minimi di qualità del servizi.

GLOSSARIO

Bacino: il bacino è una porzione di territorio caratterizzata da una particolare tipologia di produzione, da una caratteristica in ambito paesaggistico o naturalistico, da una peculiarità di rilievo in ambito storico e/o artistico.

Back office: il back office è quella parte di un' organizzazione che comprende le attività di gestione e di amministrazione. In pratica tutto ciò che l'utente non vede ma che consente l'erogazione dei servizi a lui destinati.

Back up: il backup nell'informatica indica un'importante operazione tesa a duplicare su differenti supporti di memoria le informazioni (dati o programmi) presenti sui dischi di una stazione di lavoro o di un server.

Best practice: per best practice (dall'inglese migliore pratica) si intendono in genere le esperienze più significative o dai migliori risultati adottati in diversi contesti.

Booking: servizio di prenotazione per strutture ricettive, strutture di ristorazione, mezzi di trasporto e altro. Per booking on-line si intende la possibilità di usufruire di questi servizi attraverso l'utilizzo di internet.

Card del Pellegrino: è uno strumento che offre l'opportunità di integrare servizi offerti con politiche di discounting delle attività commerciali che aderiranno al marchio "Via Francigena". I possessori di tale card saranno incentivati all'utilizzo della stessa per l'accesso a una serie di servizi "satelliti", che creeranno valore aggiunto all'esperienza turistica. La card sarà utilizzata per prenotare ed acquistare tutti i servizi attraverso un sistema integrato di messaggistica con cellulare/online e presso agenzia.

Corridoio: per corridoio francigeno si intende il sistema di relazione che si crea fra i vari livelli del percorso, percorsi minori e bacini.

Credenziali: le Credenziali del Pellegrino sono un pieghevole personale, una "carta d'identità" che il pellegrino compilerà durante il suo viaggio, a prova e ricordo del cammino compiuto. Presentandolo agli Enti che lo ospiteranno (parrocchie, municipi, altro), nelle tappe più significative del viaggio, è possibile ricevere un timbro da ciascuno di essi, fino al completamento del cammino. La Credenziale si può ottenere facendone richiesta all'Associazione Europea delle Vie Francigene oppure ritirandola personalmente presso l'Uffico del Turismo del Comune di Fidenza.

CMS (content management system): il Content management system (CMS), letteralmente "Sistema di gestione dei contenuti" è una categoria di sistemi software che serve a organizzare e facilitare la creazione collaborativa di documenti e di altri contenuti.

Customer satisfaction: è la soddisfazione dell'utente/cliente derivante dall'utilizzo di un bene o dalla fruizione di un servizio. E' la rispondenza tra il livello della qualità del servizio percepita e quella attesa, sia per ciascun fattore di soddisfazione che complessivamente.

Disciplinare: insieme di norme volte ad individuare standard di qualità, nelle attività degli operatori turistici.

Discounting: sono tutte quelle politiche volte ad applicare sconti e/o promozioni, durante la fase di vendita di un prodotto/servizio.

e-commerce: il commercio elettronico o e-commerce consiste nella compravendita, nel marketing e nella fornitura di prodotti o servizi attraverso computer collegati in rete. L'acquisto di beni e servizi avviene attraverso il World Wide Web ricorrendo a server sicuri, con servizi di pagamento on-line, come le autorizzazioni per il pagamento con carta di credito.

e-government: per e-government si intende il processo di informatizzazione della pubblica amministrazione, il quale - unitamente ad azioni di cambiamento organizzativo - consente di trattare la documentazione e di gestire i procedimenti con sistemi digitali, grazie all'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT), allo scopo di ottimizzare il lavoro degli enti e di offrire agli utenti (cittadini ed imprese) sia servizi più rapidi, che nuovi servizi, attraverso - ad esempio - i siti web delle amministrazioni interessate.

Flussi incoming: rappresenta il "traffico" di turisti entrante in una meta turistica.

Front office: il termine indica tutte le strutture di un' organizzazione che interagiscono con il cliente. Nel campo turistico il front office è costituito dall'insieme di determinati settori che sono: la prima accoglien-

za ed erogazione di informazioni, la gestione delle prenotazioni, la segreteria; ovvero tutti quei settori che hanno un rapporto diretto con il cliente e che interagiscono tra loro unendo i diversi settori dell'azienda.

Georeferenziazione: Localizzazione di luoghi percorsi, servizi, eventi e altro attraverso coordinate rintracciabili su mappe elettroniche.

Immagine Coordinata: Il termine immagine coordinata appartiene al mondo della comunicazione visiva. Ha come oggetto la comunicazione di aziende, società, enti, associazioni e qualsiasi altra entità commerciale, sociale o concettuale che abbia tra i suoi bisogni quello di essere conosciuta da un determinato pubblico. In quanto immagine, si riferisce alla percezione che l'ambiente, inteso come gruppo di potenziali destinatari del messaggio, ha delle rappresentazioni visive dell'entità in questione. L'immagine diventa coordinata quando i differenti fenomeni comunicativi risultano coerenti l'uno con l'altro. Questa coerenza si riferisce tradizionalmente a elementi di comunicazione visiva quali, ad esempio, loghi, colori, caratteri tipografici, impaginazione e presentazione grafica dei documenti, impostazione della comunicazione commerciale e promozionale.

Intranet: rete locale (LAN), o un raggruppamento di reti locali, usata all'interno di un'organizzazione per facilitare la comunicazione e l'accesso all'informazione.

Marketing territoriale: ha come obiettivo la promozione, sia a livello locale, sia a livello internazionale delle caratteristiche produttive, dei beni prodotti, degli elementi di valore legati ad una data area, per costituire un'aggregazione di servizi, infrastrutture, possibilità imprenditoriali. Fine ultimo è quello di ottimizzare le risorse fisiche, naturali, produttive per giungere al coinvolgimento degli stakeholders del territorio (cittadini, turisti, enti governativi, potenziali investitori) che porti ad una crescita economica tangibile e strutturata.

Pacchetto turistico: il pacchetto turistico rappresenta un intangibile "contenitore" che racchiude in sè i servizi offerti per una data località turistica.

Percorso turistico: itinerario a tappe, collegate da segmenti, caratterizzate da un tema culturale unificante che dà il senso all'intero percorso, che solitamente si snoda su un territorio più o meno vasto.

Pricing: pratiche e strategie di definizione dei prezzi da applicare sui diversi servizi/prodotti.

Prodotto turistico: insieme di beni e servizi richiesti dal visitatore durante l'esperienza della vacanza.

Query: Il termine query, in informatica viene utilizzato per indicare l'interrogazione di un database in modo da ottenere dei dati contenuti in uno o più database.

Revenue sharing: è quella particolare attività economica, volta alla cogestione dei flussi monetari.

Segmentazione psicografica: metodologia per la segmentazione della domanda che indaga lo stile di vita dei clienti potenziali, cercando di legare i comportamenti espressi nei confronti di un prodotto o servizio con le attività svolte, gli interessi e le opinioni. Queste dimensioni, a loro volta, discendono dall'insieme di valori che sottendono lo stile di vita del cliente potenziale.

Short breaks: fine settimana o brevi periodi, vacanza così detta "mordi e fuggi", di breve durata.

SQL (Structured Query Language) : linguaggio creato per l'accesso a informazioni memorizzate nei database.

Stakeholder: con il termine Stakeholder si individuano i soggetti "portatori di interessi" nei confronti di un'iniziativa economica, sia essa un'azienda o un progetto. Fanno, ad esempio, parte di questo insieme: i clienti, i fornitori, i finanziatori (banche e azionisti), i collaboratori, ma anche gruppi di interesse esterni, come i residenti di aree limitrofe all'azienda o gruppi di interesse locali.

Special interest travel: speciali target di viaggiatori.

Tour operator: un tour operator ("operatore turistico") è un'impresa commerciale che vende pacchetti turistici, generalmente inclusivi di trasferimenti, polizze assicurative, pernottamenti, e altri servizi in loco . Il tour operator in generale svolge un ruolo di "tramite" fra il cliente finale e i fornitori di cui il cliente usufruirà.

BIBLIOGRAFIA

Via Francigena

autore	titolo	anno	editore
Comitato nazionale per i 500 anni della Basilica di San Pietro	Ad Limina Petri (4 copie)	2007	Iride per il Terzo Millennio s.r.l.
Crepaldi Fausto, Ligas Cinzia	Sacrum iter. Pellegrinaggio sulla Via Francigena	2006	Ars Europa Edizioni
Ferraris Aldo	La Via Francigena in provincia di Pavia (2 copie)	2006	P & V Edizioni per la Provincia di Pavia (Assessorato ai Beni e alle Attività Culturali e Assessorato al Turismo)
Gambini Rina, Tarabugi Mario	Premio Europeo di arti letterarie Via Francigena 2006. Un itinerario di poesia	2006	litografia Conti per il Comune di Pontremoli
Imperatori Gianfranco, Benedetti Aureliano, Speranza Edoardo, Emmanuele Emauele Francesco Maria, Monsignor Miglio Arrigo, Stopani Renato, Vanni Fabrizio, Nucera Domenico	Le soste dei pellegrini lungo la Via Francigena: Toscana e Lazio. La quotidianità della fede, la straoridnarietà del viaggio	2006	Tipografia Ostiense per: Banca CR di Firenze, Ente Cassa di Risparmio di Firenze, Fondazione Cassa di Risparmio di Roma, Associazione Civita
Caucci von Saucken Paolo (a cura di)	Santiago e l'Italia. Atti del Convegno Internazionale di Studi (Perugia, 23-26 maggio 2002	2005	
Comitato nazionale per il IX centenario della Cattedrale di Parma (a cura di)	I novecento anni della Cattedrale di Parma. 1106 - 2006. Parma 4 dicembre 2005, 3 dicembre 2006	2005	Silvana Editoriale
Gambini Rina, Tarabugi Mario	Premio Europeo di arti letterarie Via Francigena 2005. Un itinerario di poesia	2005	litografia Conti per il Comune di Pontremoli
Iacobone Pasquale	La via appia. Regina Viarum, Via Peregrinorum	2005	Parco Regionale Appia Antica
IUBILANTES-organizzazione di volontariato culturale in Como- onlus	Annuario 2005	2005	Schena editore
Pubblicazione offerta da Franz Brandle e Presenza Svizzera	500 anni di Guardia Svizzera Pontificia. 1506-2006. Guida del V centenario	2005	edizione Roma
Stopani Renato, Vanni Fabrizio (a cura di)	De strata Francigena. Studi e ricerche sulle vie di pellegrinaggio del Medioevo. Visioni e viaggi immaginari nel Medioevo. Vol. XIII/1-2	2005	Centro Studi Romei
Annuario del Centro Studi Romei	De strata Francigena. Dall'Italia a Canterbury. Culto e pellegrinaggio italiano per Thomas Becket	2004	Centro Studi Romei
Gambini Rina, Tarabugi Mario	Premio Europeo di arti letterarie Via Francigena 2004. Un itinerario di poesia	2004	litografia Conti per il Comune di Pontremoli
Vittori Nadia	Lapo, pellegrino romeo	2004	Raffaello editrice
Gambini Rina, Tarabugi Mario	Premio Europeo di arti letterarie Via Francigena 2003. Un itinerario di poesia	2003	litografia Conti per il Comune di Pontremoli
IUBILANTES-organizzazione di volontariato culturale in Como	Annuario 2003	2003	Centro Studi Romei
Associaizone dei Comuni sulla Via Francigena. Architetti Ghelfi Roberto e Milano Stefano	Progetto di sviluppo socio economico e culturale dei territori sulla via Francigena	2002	
Gozzo Raffaella, Amaini Gianni, Marabese Sandro	Pellegrini a piedi da Fidenza a Sarzana	2002	Associazione "I pellegrini"- Verona
Annuario del Centro Studi Romei	De strata Francigena. Il lodigiano: un'area di strada tra la Francigena e la via Romana	2001	Centro Studi Romei
Anzilotti, Teresa, Burnley Heather, Veit Teuten Jannina	Immagini di una Via. Riflessioni e Suggestioni lungo la Francigena	2000	Mattioli 1885
Comunità Montana della Garfagnana (a cura di) Testi a cura di P. Luigi Biagioni	Sulle vie medievali della Garfagnana. Itinerari di storia, religiosità ed arte per il Giubileo 2000	2000	tip. Gasperetti
Provincia di Parma, Diocesi di Parma	I Luoghi della Fede e la Via Francigena	2000	Edizioni Edicta
Veit Teuten Jannina	Along the Francigena: reflections in Watercolours	2000	Mattioli 1885

autore	titolo	anno	editore
Veit Teuten Jannina, Burnley Heather	The Pilgrim's way. Le Chemin des Pèlerins. La Via Francigena	2000	
Baricchi Walter (a cura di)	L'Europa e Roma nelle terre padane e adriatiche: le vie del Giubileo	1999	Silvana Editoriale
Michelini Anna, Albertini Giorgio, Mazzoli Alessandro	Duemila anno del Giubileo. Percorsi parmensi verso la Città Santa. Ricchezze di storia, arte e cultura	1999	Studio Zani
Straser Valentino, Bottoli Giuseppe	La Francigena racconta…dedicato ai bambini	1999	Studio Guidotti
Battini Gianni, Battini Umberto	La via Francigena: il guado del Po. Storia, gestione, sviluppo e strategia tra il IV e il XIV secolo	1998	Progetto grafico: studio Sichel Stampa Tipolito Farnese per la Banca di Piacenza
Cobianchi Angela	La Via Francigena. I pellegrini e gli ospedali a Castel San Giovanni	1998	Oled Edizioni
Equipo Portodemouros, Euipo Provincia di Parma-Assessorato al Turismo	Romei e Pellegrini. Cammino di Satiago, Via Francigena	1998	Asociaciòn Grupo Local de Desarrollo Rural Portodemouros e Grupo Leader SOPRIP SPA
Neri Tiziana, Capponi Davide. Illustrazioni di Giovanna Brindani	La vita lungo la via Francigena. In viaggio nella Lunigiana feudale	1997	Edizioni Giacché
Regione Toscana- Giunta Regionale. Cornacchia Angelo, Marasco Gianna, Rinaldi Marco (a cura di)	La Toscana nel Medioevo. La via Francigena. Progetto di fattibilità	1997	Edizioni Regione Toscana
E.Berenini, F.Barocelli, M.Calidoni, A.Calzona, M.Dall'Acqua	La via Francigena una risorsa culturale per la didattica	1996	Benedettina Editrice
Ambrosi Augusto C.	Sulla via dei pellegrini in Lunigiana e sul porto di S. Maurizio (estratto dal volume: Il pellegrinaggio medievale per Roma e Santiago de Compostela. Itinerari di Val di Magra)	1995	Tipografia Ambrosiana Litografia. Ristampa a cura di APT Cinque Terre, Golfo dei Poeti, La Spezia
Centro Regionale per la Documentazione dei Beni Culturali e Ambientali del Lazio	La Via Francigena.Cammino medioevale di pellegrinaggio quale proposta per un itinerario religioso, culturale e turistico del 2000	1995	Edizioni De Luca
Servizio Turismo e Qualità Aree Turistiche Assessorato Mobilità e Turismo Regione Emilia-Romagna (A cura di)	La via Francigena. Le grandi vie del pellegrinaggio. Atti del Convegno di Roma 18 febbraio 1995 (2 copie)	1995	
Saporetti Claudio	Il ponte romano di Fidenza ed i bassorilievi del Duomo in Associazione geo-archeologica italiana (periodico semestrale)	1993	
Veit Teuten Jannina	Acquerelli sul Duomo di Fidenza	1989	tipolitografia Mattioli Fidenza
Fornari Schianchi Luciana per Ente Provinciale per il Turismo	Parma. Itinéraires Romans dans le territoire Parmesan	1985	Stampa: tecnografica Parma
Stopani Renato	La via Francigena in Toscana. Storia di una strada medievale (copia del 51/VF)	1984	Salimbeni
Stopani Renato	La via Francigena in Toscana. Storia di una strada medievale	1984	Salimbeni
	La Via Francigena. Itinerario Culturale del Consiglio d'Europa. Lavori del comitato d'onore tenutosi a Viterbo il 23 e 24 giugno 1994		
Circolo culturale "Amici di Buonconvento"	Buonconvento: da borgo sulla via Francigena a sede di comunità		Grafica a cura di Martini Mauro e Scali Luciano
Gambi Lucio, Cherubini Giovanni, Sergi Giuseppe, Toubert Pierre	La Via Francigena. Dossier scientifico		
Gardin Berengo Gianni (a cura di)	Lungo la Via. Itinerario fotografico lungo la Via Francigena da Reims a Roma		Casa editrice Mattioli
Parma Turismi e Consorzio Lunigiana Turistica	La Via Francigena. Una strada europea per Roma		Print: Tecnostampa Ponte Taro
Vazquez Portomene Antonio Segundo (traduzione di Benedict Buono)	Romei e Pellegrini. Storia e Ospitalità nella via Francigena e nei Cammini di Santiago		Soprip Comunicazione visiva

Guide

autore	titolo	anno	editore
Bruckner Marco, Ardito Fabrizio, Ferraris Roberta	Via Francigena. Sulle orme di Sigerico: dal Gran San Bernardo ai luoghi santi di Roma (collana "guide d'Italia")	2006	Touring Club Italiano
Borghetti Patrizia, Osnières Palmira	La Via Francigena in Valle d'Aosta (collana "Itinerari")	2006	Touring Club Italiano
Bussoni, Mario	La via Francigena dal Po a Lucca (guida Touring della collana "itinerari")	2006	Touring Club Italiano
D'Atti Monica	Pellegrini sulla Via Francigena. Guida di spiritualità	2006	ARACNE editrice per la Confraternita San Jacopo di Compostela
AA.VV.	La Via Francigena. The Paths of the Pilgrims	1995	Touring Club Italiano
A. Alberti, G. Borgianelli Spina, E. Fiorentini, P. Villani	I sentieri lungo la Via Francigena da Siena a Roma	2005	RAI-ERI
Caneparo Barbara, Polidori Andrea	Guida ai siti devozionali e culturali in Piemonte	2005	edizioni Blu
Nerli Angelo (a cura di)	La Via Francigena da Lucca ad Altopascio a San Miniato(3vol)	2005	Pezzini Editore
Pomati Paolo (a cura di)	Percorsi tra arte e devozione	2005	Ar.Tur.O
promosso da Rai Radio 3 e ANAS Spa	La Via Francigena. Dal 3 aprile al 14 maggio 2005 in diretta su Radio 3	2005	
Anguita Jaén Josè Maria	El Camino de Santiago. Guìa Pràctica del peregrino	2004	editorial Everest
ATL 2 Montagne DOC	La Via Francigena nelle valli di Susa, tesori d'arte e cultura alpina- Deutsch (pubblicazione promossa da: comunità montana bassa Valle di Susa e Val Cenischia, Provincia di Torino, Regione Piemonte, Valle di Susa Tesori di Arte e cultura alpina)	2004	diagrafè s.r.l.
D'Atti Monica, Cinti Franco	Guida alla via Francigena. 900 chilometri a piedi sulle strade del pellegrinaggio verso Roma	2004	i libri di Terre di Mezzo
Pisoni, Luciano, Galli Aldo	La Via Francigena. Guida per il pellegrinaggio a piedi dal -gran San Bernardo a Roma	2004	ADLE edizioni
Rodriguez Manuel (traduzione di Interlingua Traduccions S.L. -Isabel Iglesias Ruiz)	Cammini a Santiago in Galizia. Il cammino francese in bicicletta (2 copie)	2004	Xunta de Galicia
traduzione di Interlingua Traduccions S.L. Isabel Iglesias Ruiz	I cammini di Santiago in Galizia. Per fare il cammino. Consigli	2004	Xunta de Galicia
Marcarini Albano	il sentiero dei Papi sui monti Ernici	2003	
Rodriguez Manuel (traduzione di Interlingua Traduccions S.L. -Isabel Iglesias Ruiz)	Cammini a Santiago in Galizia. Cammino di Fisterra-Muxìa	2003	Xunta de Galicia
Singul Francisco (traduzione di Interlingua Traduccions S.L.- Isabel Iglesias Ruiz)	Cammini a Santiago in Galizia. Cammino del Sudest- vìa de la Plata	2003	Xunta de Galicia
Singul Francisco (traduzione di Interlingua Traduccions S.L.- Isabel Iglesias Ruiz)	Cammini a Santiago in Galizia. Cammino portoghese	2003	Xunta de Galicia
Singul Francisco (traduzione di Interlingua Traduccions S.L.- Isabel Iglesias Ruiz)	Cammini a Santiago in Galizia. Rotta del mare di Arousa e del fiume Ulla	2003	Xunta de Galicia
Stopani Renato	Guida ai percorsi della via Francigena in Toscana	2003	Le Lettere
De Gregorio Amalia, Sansoni Francesca Maria	vie storiche ed escursionismo sulle orme degli antichi viaggiatori in Emilia Romagna	2002	Coptip
Rodriguez Manuel (traduzione di Interlingua Traduccions S.L. -Isabel Iglesias Ruiz)	Cammini a Santiago in Galizia. Il cammino francese	2002	Xunta de Galicia
Bruckner Marco	Sette passi sul cammino di Santiago de Compostela. 900 chilometri a piedi attrverso la Spagna	2001	editrice Mediaevo
D'Atti Monica, Cinti Franco (a cura di). Promosso dalla Confraternita di San Jacopo	L'Eredità. Guida di pellegrini sulla via Francigena	2001	Edimond
Gal Soprip	La via Francigena	2001	Sesamo
Gozzo Raffaella, Amaini Gianni, Marabese Sandro	La Via dei Temerari. Noi a Roma a piedi per 600 chilometri	2001	Unit editrice
Bracci Gianfranco e Claudio	La Via Francigena in Toscana 1000 anni dopo (2vol)	2000	NaturArte

autore	titolo	anno	editore
Paoletti Pier Maria	vivere Parma. Giubileo 2000	2000	Maercello Valentino Editore
Trezzini Adelaide (a cura di)	Vademecum dal Gran San Bernardo a Roma	2000	Trezzini Adelaide Association Via Francigena
Trezzini Adelaide, Association Via Francigena (a cura di)	Guide-Vademecum de Londres au Grand St-Bernard et raccordements depuis Sion	2000	Trezzini Adelaide Association Via Francigena
Belloi Patrizia, Colombini Elis (pubblicazione promossa dall'Amministrazione Provinciale di Modena)	Itinerario romanico illustrato	1999	Elis Colombini editore
Confraternita dei Romei sulla Via Francigena. Associazione Europea con sede in Sala Baganza	Sulla Via Francigena da Centeno a Monterosi. Diario di un cammino nella meravigliosa terra di Tuscia (per giungere a Roma)	1999	tipolito "Silvio Pellico" Montefiascone grazie al contributo della Banca Cattolica di Montefiascone
Giovane Montagna	il sentiero del pellegrino sulle orme della via Francigena. Da Novalesa e Aquileia a Roma	1999	Editrice cooperativa cercate/giovane montagna
Sansoni Francesca Maria	vie storiche ed escursionismo sulle orme degli antichi viaggiatori in Emilia Romagna	1999	PockeTravel
Ferraris Aldo (a cura di)	Guida itinerario di Sigerico nella provincia di Pavia	1998	Ar.Tur.O
Redzioch Wlodizinierz	Santiago de Compostela. Il Cammino dei pellegrini al sepolcro di San Giacomo	1998	plurigraf
Stopani Renato	Guida ai percorsi dela via Francigena in Piemonte e Val d'Aosta	1998	Le Lettere
Stopani Renato	De via Francigena. De weg van de pelgrims	1997	Enti
Stopani Renato	La via Francigena. Il percorso dei pellegrini	1997	Enit
Stopani Renato	The via Francigena. The way of the pilgrims	1997	Enit
Touring Club Italiano	La via dei Romei attraverso l'Emilia-Romagna	1997	Touring Club Italiano
Basteri Maria Cristina	La via Francigena nel Territorio parmense	1996	Proposte Editrice
Basteri Maria Cristina	The via Francigena in tha territory of Parma	1996	Proposte Editrice
Neri Tiziana, Capponi Davide	Lungo la via Francigena Santo Stefano di Magra, croce-via di antichi itinerari	1996	Edizioni Giacché
Stopani Renato	Guida ai percorsi della Via Francigena in Emilia e Lombardia	1996	Le Lettere
Stopani Renato	Guida ai percorsi della Via Francigena nel Lazio	1996	Le Lettere
Foschi Paola, Moretti Italo, Oliveti Pier Giorgio	La Via Francigena. Le grandi vie del pellegrinaggio	1995	Touring Club Italiano (Settore Iniziative Speciali)
Foschi Paola, Moretti Italo, Oliveti Pier Giorgio (traduit de l'italien par Polyglot- Perugia)	La Via Francigena. Les grandes routes du pèlerinage	1995	Touring Club Italiano (Settore Iniziative Speciali)
Caselli Giovanni	La Via Romea "Cammino di Dio". Sulla grande via dei pellegrini da Canterbury a Roma	1990	Giunti
Barocelli Francesco (a cura di)	Romea La Via dei pellegrini	1987	Livio Bernini
Provincia di Parma - Assessorato al Turismo	Ostelli in provincia di Parma		Stampa tipolitografica Benedettina Parma (Parma Turismi)
Ramìrez Cristòbal (traduzione di Dal Col Raffaello)	Il Cammino di Santiago	2° edizione	Turespana
Regione Lombardia	Lombardia percorsi di spiritualità. Conoscere e scoprire le abbazie a Sud di Milano		Leo Burnett
Regione Lombardia (Direzione Generale Attività Produttive) e Itinerari di Lombardia (Settore Turismo Culturale)	Le Vie del Giubileo in Lombardia		Edizione fuori commercio realizzata per la Regione Lombardia

Tesi

autore	titolo	anno	editore
Isabella Tonioli	Nuovi mosaici territoriali. Un progetto di sviluppo turistico per la Via Francigena.	A.A. 2007/2008	Facoltà di Architettura, Università degli Studi di Ferrara
Milanini Lucilla	Valorizzazione e promozione di un'antica greenway: la Via Francigena nella provincia di Roma	A.A. 2005/2006	Università degli Studi di Ferrara. Facoltà di Lettere e Filosofia. Master Universitario in Progettazione Integrata per la Valorizzazione Turistica dei Beni Culturali e Ambientali
Amadei Irene	Traduzione in francese della guida "La Via Francigena nel territorio parmense"	A.A. 2004/2005	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia. Corso di laurea in Lingue e Culture Europee
Corbetta Stefano	Il viaggio a piedi: dal pellegrinaggio al turismo contemporaneo	A.A. 2004/2005	Università degli Studi di Bergamo, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere
Eleonora Berti	Una strada storica nel suo contesto di ieri, oggi e domani: il caso della Via Francigena in Valdelsa.	A.A. 2004/2005	DUPT Facoltà di Architettura, Università degli Studi di Firenze
Bruschi Luca	Project Work: Il modello di Santiago di Compostela e il modello Via Francigena: affinità e differenze. Quali prospettive di sviluppo turistico-culturale per l'itinerario di Sigerico?	A.A. 2003/2004	Università Cattolica del Sacro Cuore. Facoltà di Economia. Master Universitario in Sviluppo Turistico Territoriale e Valorizzazione dei Beni Culturali
Masseroli Bruno	Via Francigena, analisi di un fatto geografico	A.A. 2003/2004	Università degli Studi di Milano(laurea in lettere moderne)
Raimondi Elisa	La via Francigena in provincia di Piacenza e Parma	A.A. 2000.2001	Accademia belle arti "Aldo Galli" Como
Meliconi G. Alessia	La cripta del Duomo di Fidenza	A.A. 1996-97	Università "La Sapienza" di Roma Tesi di Laurea in Storia dell'Arte Medievale.
Grazioli Annalisa	Un itinerario per il turismo culturale in Appenino: La via Francigena	A.A. 1989-90	Università degli studi di Bologna(facoltà di economia e commercio)

Ambiente e territorio

autore	titolo	anno	editore
Assessorati Agricoltura-Turismo, Promozione del Territorio della Provincia di Biella (a cura di)	Biella buona. Viaggio fra le bellezze e le bontà del biellese	2006	Erredi Grafiche per la Provincia di Biella
Cavazzoni Maria Chiara, Taglini Rosella (a cura di)	Il cantiere della Cattedrale. Mostra didattica e laboratori. 9 aprile - 16 luglio 2006	2006	Silvana editoriale
Cavazzoni Maria Chiara, Taglini Rosella (a cura di)	Il cantiere della Cattedrale. Mostra didattica e laboratori. 9 aprile - 16 luglio 2006. Handbook per docenti	2006	Silvana Editoriale
Damiano Sonia, Girodo Eleonora, Longhi Andrea, Novelli Francesco (a cura di)	Valle di Susa (collana: "Gli itinerari d'arte")	2006	Skira
Della Portella Ivana	Roma sotteranea. Le città sotto la città	2006	newton & compton editori
Regione autonoma Valle d'Aosta (a cura di)	Valle d'Aosta for St Anselm. Canterbury, April 21st 2006 (2 vol)	2006	tipografia valdostana
Allegri Francesca, Tosi Mossimo(a cura di), moretti italo(introduzione storica)	Castelfiorentino terra d'arte. Centro viario e spirituale sulla Francigena	2005	Federighi editrice
Cagnoni Claudio	Grandi alberi d'Italia. Alla scoperta dei monumenti naturali del nostro Paese	2005	Istituto Geografico DeAgostini
Calidoni Mario, Cavazzoni Maria Chiara, Salerni Oscar, Savazzini Giovanna	Alla scoperta della Cattedrale e del Battistero di Parma con l'Angelo Raffaele	2005	Silvana Editoriale
Ceccariglia Monica, Dottarelli Daniela (a cura di)	La devozione mariana nelle chiese di Acquapendente	2005	Acquapendente 2005
Comitato di coordinamento del progetto "Valle di Susa. Tesori di arte e cultura alpina" (a cura di)	Valle di Susa. Tesori di arte e cultura alpina	2005	graffio s.n.c.
Comitato nazionale per il IX centenario della Cattedrale di Parma (a cura di)	I novecento anni della Cattedrale di Parma. 1106 - 2006. Parma 4 dicembre 2005, 3 dicembre 2006	2005	Silvana Editoriale

autore	titolo	anno	editore
Comitato nazionale per il IX centenario della Cattedrale di Parma (a cura di)	La Cattedrale e il Battistero di Parma. Modello in carta in scala 1:200 da ritagliare e incollare	2005	Silvana Editoriale
Comitato Scientifico del progetto "Le rotonde del Santo Sepolcro: un itinerario europeo" (a cura di)	Le rotonde del Santo Sepolcro: un itinerario europeo. Programma cultura 2000	2005	touring editore
Gioberto Segrio, Noro Marilena (foto), Parachini Fabrizio (testi)	Valle di Susa	2005	graffio s.n.c.
Grisenti Franco, Bertozzi Giuseppe	Monasterium quod Bercetum dicitur	2005	Silva editore
Regione Lazio- Assessorato Cultura, Spettacolo e Sport (Roma)- Centro Universitario Europeo per i Beni Culturali (Ravello)- Pierotti Pietro, Tosco Carlo, Zanella Caterina (a cura di)	Le rotonde del Sacro Sepolcro. Un itinerario Europeo (CD-Rom allegato)	2005	EdiPuglia
Repetto Eugenio	Dal Centro della Terra all'Universo (parco tematico di nuova generazione)	2005	Braille Gamma s.r.l
Munns Carlo	In cammino per la via Francigena. La visita alle sette chiese. Un dono profetico di S. Filippo Neri vostro tempo	2005	Edizione Ikne - Roma
	Il patrimonio artistico della Valle di Susa	2005	Umberto Allemndi & C.
Regione Lazio, Assessorato alla Cultura, Spettacolo, Sport e Turismo. Direzione Regionale Cultura, Sport e Turismo Area Valorizzazione del territorio e del patrimonio culturale	Acquapendente e il suo territorio	2004	International Printing Editore
Regione Lazio, Assessorato all'Ambiente, Dipartimento Territorio, Direzione Regionale Ambiente e Protezione Civile (coordinamento editoriale e redazionale Massimo Bedini)	Riserva naturale Monte Rufeno. Guida ai servizi delle aree naturali e protette del Lazio	2004	DOCUP Lazio
Provincia di Biella. Immagini di Marchisotti Roberto. Testi di Caselli Carlo	Visitare il Biellese	2003	Provincia di Biella
Sprega Franco, Savi Ivano (a cura di Patrizia Costa)	L'architettura oltre il tempo. Il Convento San Giovanni di Fiorenzuola d'Arda	2003	edizioni M,68
Centro culturale diocesano e museo archivio biblioteca Susa	La Basilica di San Giusto. La memoria millenaria della Cattedrale segusina. Atti del convegno, Chiesa Cattedrale di San Giusto in Susa 21 ottobre 2000	2002	graffio s.n.c.
AA.VV	Parma. Itinerari verdiani	2001	officina grafica bolognese
Ceniti Vincenzo (introduzione), Mari Marcello, Bracaccini Roberto, Breccola Giancarlo, Luzzi Romualdo, Mancini Bonafede, Vanich Suor Emanuela, Trapè Settimio	Montefiascone. Emozioni, storie e colori	2001	Edizioni il Quadrotto
Latini Barbara, Merlini, Maria (a cura di). Comune di Siena, Assessorato al Turismo	I luoghi del gusto a Siena	2000	Industria Grafica Pistolesi
	Novalesa. Una storia tra fede e arte. Atti del convegno parrocchiale di Novalesa, 21 agosto 1999	2000	Susa libri
Bertolotto Claudio, Amprino Gemma (a cura di). Promosso dalla Diocesi di Susa, Associazione "Il Ponte" e la Soprintendenza per i Beni Artistici e storici del Piemonte	Il tesoro della Cattedrale di San Giusto. Arredi sacri dal VII al XIX secolo	1998	Ormae editrice e CLUT editrice
Barone Vito	Monumenti e urbanistica di Selinunte	1997	RAGO LASER GRAFICA
Riccardi Valentina (a cura di). Promosso da: Regione Lazio Assessorato Cultura, Spettacolo, Sport; Direzione Regionale Beni e Attività Culturali, Sport; Area Finanziamenti e Bandi Europei.	Un percorso culturale tra i Monasteri dal Lazio: proposta d'itinerario		
	Carpetta materiale informativo Forte di Bard: InForte (Periodico d'informazione del Forte di Bard		

Cartografia

autore	titolo	anno	editore
	la Via Francigena da Collecchio al Passo della Cisa. Carta escursionistica 1:25 000	2007	Provincia di Parma Club Alpino Itlaiano Regione Emilia-Romagna
Club Alpino Italiano sezione di Parma, Regione emilia-romagna, Provincia di Parma	carta escursionistica 1:25 000 "La Via Francigena da Collecchio al Passo della Cisa"	2006	Club Alpino Italiano sezione di Parma, Regione emilia-romagna, Provincia di Parma
	La Via Francigena nel lodigiano	2006	AEVF, Provincia di Lodi, Comune di Senna lodigiana, Comune di Orio Litta
Comune di Pontremoli Massa Carrara	vivincittà (cartina turistica)	2004	
Agenzia di accoglienza e promozione turistica locale della Valsesia e del Vercellese, provincia di Vercelli, Camera di Commercio di Vercelli, Comunità Montana Valsesia	Alla scoperta della valsesia. Carta turistica 1:85 000		
APT Massa-Carrara, Club Alpino Italiano sezione di Carrara	Alpi Apuane settentrionali. Carta dei sentieri 1: 25 000		
Comune di Pontremoli Massa Carrara	cartina turistica		edizioni style on-line
Comune di Villafranca Lunigiana, Comune di Licciana Nardi, Comune di Filattiera	cartina turistica		edizioni style on-line
Consorzio Lunigiana Turistica, APT Massa Carrara, Provincia di Massa-Carrara, Regione Toscana, Comunità Montana della Lunigiana, Unione Europea, Promozione Toscana	Visita la Lunigiana. Carta stradale 1: 100 000		
Golf Hotel	guida al cuore del centro storico e allo shopping di qualità e cortesia		golf hotel Pontremoli
Provincia di Vercelli, Camera di Commercio di Vercelli, Turismo Valsesia	1000 emozioni sul Sesia. Mappa sul fiume Sesia		
Regione autonoma Valle d'Aosta- Assessorato Turismo, Sport, Commercio, Trasporti e Affari Europei	Aosta-Aoste. Guida a i monumenti e pianta della città (in scala 1:4000)		
Regione Emilia-Romagna, Touring Club Italiano	Emilia-Romagna carta turistica 1:200000		touring club italiano
Regione Piemonte	cartina del Piemonte 1: 350 000		Istituto geografico de Agostini
Regione Toscana, Provincia di Massa-Carrara, APT Massa Carrara	Provincia di Massa-Carrara. Carta turistica		
Selosse Antoine, Campangne Martine per il Conseil général d'Indre-et-Loire	Les chemins de randonnée culturels de Saint-Martin. Le chemin de l'eveque de Tours		Conseil général d'Indre-et-Loire
Unione del Commercio e del Turismo e dei servizi della provincia di Lodi	carta stradale e turistica di Lodi		city
	Carta stradale 1:100 000 Lomellina Pavia (2 copie)		ACI
	Cartografia in inglese: the way of the pilgrims the via Francigena		Ente Nazionale Italiano per il Turismo
	Emilia-Romagna tra pianura e collina. 28 idee per camminare		Regione Emilia-Romagna- servizio sistemi informativi gegrafici
	Francigena dall'Appennino al mare lungo le vie dei pellegrini. Cartoguida		APT Massa Carrara, ENIT, Regione Toscana, UE
	La via Francigena. L'itinerario dei pellegrini tra acquapendente san lorenzo novo e Bolsena		Comuni di acquapendente san lorenzo novo e Bolsena
	La Via Francigena: itinerario turistico nel territorio parmense		Parma Turismi e AEVF
	La via Francigena da Viterbo a Roma: diario di cammino		confraternita dei Romei
	Via Francigena entre St-Maurice et Aoste. Le chemin de Rome		Office de Tourisme de Saint-Maurice
	La Via Francigena Iubilaeum		Provincia di Parma Assessorato al Turismo

	La Via Francigena nel biellese		provincia di Biella e AEVF
	La Via Francigena sulle tracce di re, santi , mercanti, pellegrini e guerrieri		APT cinque terre
	La via Francigena tra il Gran San Bernardo e Aosta		a cura di a A.I.A:T (Syndicat d'initiative Gran st-Bernard)
	La via Romea. Una strada europea per Roma (anche in inglese e francese)		Provincia di Parma
	Sulle strade dei pellegrini. La carta del Giubileo		Provincia di Lodi, Regione Lombardia, CCAA di Lodi
	Sulle vie dei pellegrini. La via Romea dell'Alpe di Serra		Regione Toscana, APT Arezzo, Provincia di Arezzo, Unione Europea
	Sentieri della luce. La via Romea nonantolana		Provincia di Modena

Europa

autore	titolo	anno	editore
Angermuller Rudolph (traduzione di Martha Canstrini e Rosanna Canestrini)	I viaggi di Mozart in Italia	2006	Libri Schweiller
Baldacci Valentino	Gli itinerari culturali. Progettazione e comunicazione	2006	Guaraldi universitaria- scienze politiche
Katsilieri Marinella, traduzione di Penelope Zen	sur les routes de l'olivier et de la Méditerranée	2006	Fondazione culturale "Les routes de l'olvier"
Mazzi Maria Chiara, Mazzi Lucio, Pierantoni Margherita, Bianchi Davide e con il sostegno del Comune di Milano Assessorato alla Cultura	In viaggio con Mozart. Città d'Europa visitate dal grnade salisburghese	2006	Touring Club Italiano
AA.VV. Sous le patronage du Ministère de la Culture, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche	Guide culturel du Luxembourg	2005	editions Ilots
Roduit Mgr. Joseph, Stucky Gabriel	La Basilica dell'Abbazia di Saint-Maurice (2 copie)	2005	Abbaye de Saint-Maurice
Walpen Robert	La Guardia Svizzaera Pontificia	2005	Armando Dadò Editore
	Brochure della mostra itinerante "Via Regia 2005"	2005	
Ministry of Foreign Affairs, Press and Information Service of th Luxembourg Government (editors)	Luxembourg. Grand Duchy of Luxembourg	2004	Service information et presse du gouvernement luxembourgeois
Fundacion El legado andalusi	Mémoire des activités 2003	2003	Fundacion el legado andalusi
Katsilieri Marinella (traduzione di Panayiotis Giannikos)	Messinia, Alternative Greece. Tourist Guide	2003	ETAP of Peloponnisos and Ionian Islands Publications
Fundacion El legado andalusi	Mémoire des activités 1995/2002	2002	fundacion el legado andalusi
Olmedo Fernando, Nunez Roldan Francisco, Eslava Galan Juan	Route of the Caliphate. European Cultural Itinerary	2002	Junta de Andalucìa
Fédération française de la randonnée pédestre, Conseil Général Pas-de-Calais, Communauté Artois-Lys	Le Pays d'Artois-Lys à pied. Pas-de-Calais	2001	Fédération française de la randonnée pédestre, Conseil Général Pas-de-Calais, Communauté Artois-Lys
Olmedo Fernando, Izquierdo Francisco (translation Catherine Germann)	Route of the Nasrids. European Cultural Itinerary	2001	Junta de Andalucìa
Olmedo Fernando, Gallego Morell Antonio	Route of Washngton Irving. European Cultural Itinerary	1999	Junta de Andalucìa
Junta de la Comunidades de Castilla - La Mancha	The Don Quixote Route. A place for adventure		Quixote

Marketing

autore	titolo	anno	editore
Kotler Philip - Bowen John - Makens James	Marketing del turismo	2007	McGraw-Hill Companies
Mediacamere AA.V.V	Marketing Territoriale. Soggetti e Progetti	2005	Mediacamere

Materiale audiovisivi

autore/tipologia di materiale	titolo	anno	editore
RAI International	puntata del programma "il Caffè" dedicata alla Via Francigena (VHS)	31/05/2006	Rai International
DVD a cura di Mazzieri Luca	Fondazione Cariparma,nel territorio, per la sua gente	2005	a cura della Fondazione Cariparma
Comune di Fidenza in collaborazione con l'Associazioe dei Comuni Italiani sulla Via Francigena	Gli itinerari culturali e i cammini della fede: le vie dell'Europa dei Popoli. Fidenza, Teatro Magnani 23 gennaio 2004 (VHS)	2004	Comune di Fidenza
DVD a cura di Cecconello Manuele	Percorsi di fede	2004	prospettva Nevskij
VIDEOCASSETTA E DVD	Strade, Santi, pellegrini. Un film di Luca e Marco Mazzieri	2000	Prodotto da Set22
VIDEOCASSETTA	Le chemin des pèlerins. Aout 1998	1998	Etoile 27 Productions
VIDEOCASSETTA a cura del Comune di Altopascio-Regione Toscana-Provincia di Lucca_Cassa di Risparmio di Lucca	L'ospitalità in Altopascio. Storia e funzioni di un grande centro ospitaliero. Il cibo, la medicina e il controllo della strada	mostra allestita da settembre 1996 a gennaio 1997	
3 VIDEOCASSETTE	La via Francigena da Canterbury a Roma. Itinerario dell'Arcivescovo Sigerico nell'anno 990.		Belle Epoque Films Productions
Associazione Europea delle Vie Francigene	"Via Francigena: il grande itinerario culturale del Consiglio d'Europa"		AEVF
Barili Francesco per il Comitato nazionale per il IX centenario della cattedrale di Parma	Pietre i luce. La Cattedrale di Parma e i percorsi del Romanico (allegato alla Gazzetta di Parma) (DVD)		filmago multimedia productions
Cecconello Manuele	Il Ricetto di Candelo Terra e Paese		
Comune di Fidenza	Fidenza. La porta parmense dela Via Francigena, Bandiera d'Onore del Consiglio d'Europa 1997		Comune di Fidenza
con il partenariato di: Provincia di Rimini-Assessorato alla Cultura e alla Bellezza del Paesaggio, ALOEN, Osterreichische Nationalbibliotek, IBC Regione Emilia-Romagna, Comune di Rimini, Europa Inform Consulting, Zeus Consulting.	Romit. Itinerari romani. I risultati del progetto (DVD)		
con il partenariato di: Provincia di Rimini-Assessorato alla Cultura e alla Bellezza del Paesaggio, ALOEN, Osterreichische Nationalbibliotek, IBC Regione Emilia-Romagna, Comune di Rimini, Europa Inform Consulting, Zeus Consulting.	Romit. Itinerari romani.Project outputs (DVD)		
Consiglio Regionale del Piemonte	Benvenuti alla Sacra (DVD)		Consiglio Regionale del Piemonte
VHS di Stragliati Elena, Bartolini Francesco (Liceo Classico di Piacenza)	il Duomo di Fidenza		

Medioevo

autore	titolo	anno	editore
Le Goff, Jacques	Il cielo sceso in terra. Le radici medievali dell'Europa	2004	Editori Laterza
Le Goff, Jacques	Il meraviglioso e il quotidiano nell'Occidente medievale	1997	Biblioteca UniversaleLaterza
Bloch March	Lavoro e tecnica nel Medioevo	1996	Economica Laterza
Duby Georges	Guglielmo e il maresciallo. L'avventura del cavaliere	1994	Economica Laterza

Riviste

autore	titolo	anno	editore
AEVF	Semestrale "Via Francigena" n 28	dic-08	Studio Guidotti
AEVF	Semestrale "Via Francigena" n 27	giu-08	Studio Guidotti
AEVF	Semestrale "Via Francigena" n 26	dic-07	Studio Guidotti
AEVF	Semestrale "via Francigena" n 25	giu-07	Studio Guidotti
AEVF	Semestrale "Via Francigena" n 24	dic-06	Studio Guidotti
AEVF	Semestrale "Via Francigena" n 23	giu-06	Studio Guidotti
AEVF	Semestrale "Via Francigena" n 22	dic-05	Studio Guidotti

Progetto Interregionale Via Francigena
Presidenza del Consiglio dei Ministri. Dipartimento per lo sviluppo
e la competitività del Turismo
Regione Toscana (capo-fila)
Regione Valle d'Aosta
Regione Piemonte
Regione Lombardia
Regione Emilia Romagna
Regione Liguria
Regione Lazio

in collaborazione con MiBAC - Ministero dei Beni Culturali e Ambientali

Coordinamento del progetto
Regione Toscana

Ideazione, progettazione modello e redazione testi
Sesamo – *www.sesamo.net*
Openup Consulting - *www.openupconsulting.com*

Progetto grafico
Sesamo – *www.sesamo.net*