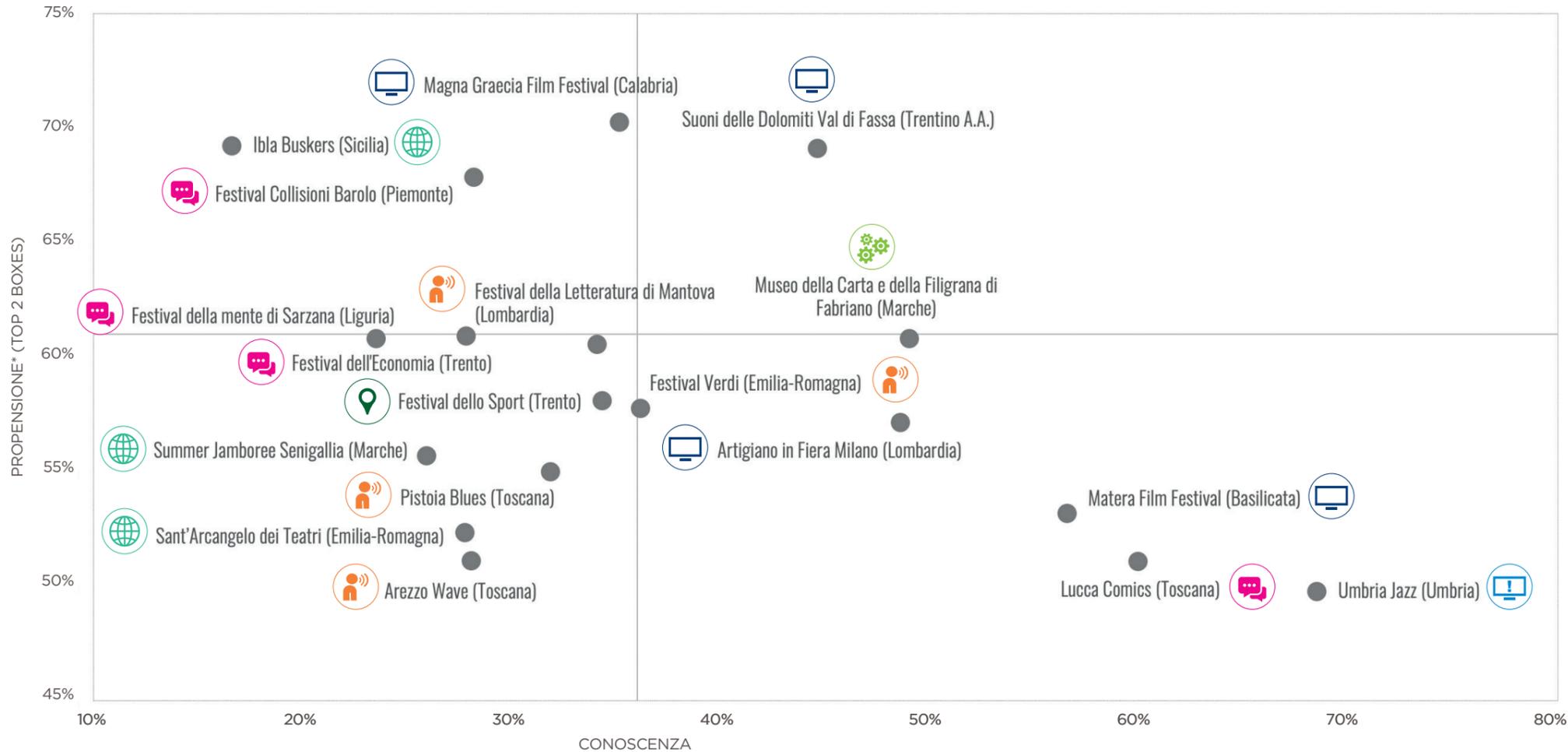


Una geografia diffusa di luoghi, eventi e manifestazioni che si estendono lungo la Penisola. L'atlante del turismo di matrice culturale e artistica (legato in particolare a spettacoli, rassegne, momenti folkloristici e fiere del settore artigianale intimamente legate alle specificità dei territori) restituisce un quadro vario ed eterogeneo. Tra i luoghi e le destinazioni che maggiormente sono stati in grado di generare brand riconosciuti e identitari ci sono eventi culturali storici e di rilevanza internazionale come Umbria Jazz (fondato nel 1973) che valorizza l'estate di una città come Perugia, o Lucca Comics, festival irrinunciabile per gli amanti del fumetto, del videogioco e dell'immaginario fantasy. Gli eventi e i festival culturali, che spaziano dalla musica al cinema, dalle arti figurative alla letteratura, sono autentici vettori di immagine per i territori nei quali si svolgono; lo dimostrano i casi di appuntamenti come il Matera Film Festival, che restituisce e valorizza il legame della "città dei sassi" come location di decine di film nazionali e internazionali, ma anche di altri momenti di rilancio dell'immagine di luoghi dell'Italia meridionale tra cui il Magna Graecia Film Festival che si tiene da vent'anni a Catanzaro, o Ibla Buskers, festival di artisti di strada provenienti da tutto il mondo che popola le strade di Ragusa Ibla, in Sicilia, nel mese di ottobre. Dal potenziale di connessione con la dimensione slow e paesaggistica delle zone in cui si svolgono sono altri due eventi incastonati nella dimensione naturale e territoriale come i Suoni delle Dolomiti, rassegna di concerti nelle suggestive locations delle Dolomiti e della Val di Fassa, o il Festival Collisioni di Barolo, tra le colline delle Langhe. Anche i festival culturali tematici mostrano una significativa capacità di stimolo alla frequentazione e al desiderio di conoscenza: si pensi, in questo senso, ad appuntamenti storici come il Festival della Mente di Sarzana, in Liguria, al Festival della Letteratura di Mantova, o a due eventi offerti dalla città di Trento, come il Festival dell'Economia e il Festival dello Sport. Tutti eventi che hanno contribuito negli anni a rinnovare e rilanciare l'immagine delle città che li ospitano. Infine, non va dimenticato che la dimensione "artistica" di un viaggio esperienziale significa anche conoscenza dell'artigianato e della cultura "materiale" di una località, come dimostrano destinazioni e manifestazioni capaci di invogliare una scoperta concreta da parte dei turisti: tra questi, il Museo il Museo della Carta e della Filigrana di Fabriano, nelle Marche, e la rassegna Artigiano in Fiera di Milano.

**COME LEGGERE LA CARTINA**

A partire da un'ampia mappatura di luoghi, itinerari e destinazioni italiani relativi alle forme di turismo esperienziale non convenzionale, abbiamo selezionato un campione di 90 items (18 per ciascuna macro-area di esperienza turistica); tali luoghi sono stati sottoposti tramite questionario al panel degli intervistati per verificarne la notorietà (la conoscenza anche solo "per sentito dire") e la propensione alla scoperta. I valori riportati sulla cartina indicano rispettivamente la notorietà del luogo e, in seconda battuta, la capacità di generare attrattività calcolata su coloro che hanno dato una risposta positiva alla domanda sulla conoscenza del luogo.

● reach/notorietà  
○ propensione (certamente lo farò/l'ho già fatto + probabilmente sì)



Sono il mondo digitale e il racconto di chi c'è stato i canali comunicativi prevalenti per venire a conoscenza degli eventi e delle destinazioni legate al viaggio di natura culturale e artistica. Tuttavia, alcuni degli appuntamenti testati nel campione mostrano una capacità di generare notorietà intorno a essi anche grazie a differenti contenuti e forme mediali. E' il caso, in particolare, di tre manifestazioni che mostrano di essere particolarmente conosciute al pubblico, grazie anche all'articolazione e contaminazione di narrazioni che interessano diversi mezzi: se il Matera Film Festival, per esempio, deve molto della sua notorietà alla pubblicità televisiva, Umbria Jazz viaggia anche su media tradizionali come le citazioni in programmi televisivi (emblematico, in questo senso, il documentario Umbria Jazz 50 - Time after Time, realizzato da Rai e TgR Umbria per i cinquant'anni della manifestazione), mentre Lucca Comics ha nella circolazione sui social media e nell'advertising televisivo classico le sue fonti mediali principali dopo il consueto ruolo del passaparola. Da questa mappatura, emergono altre interessanti connessioni di multicanalità capaci di generare conoscenza di eventi e destinazioni: si pensi alla dimensione pienamente digitale di un appuntamento come il Festival dell'Economia di Trento, la cui notorietà passa da social media, siti web generalisti e pubblicità online, oppure a un festival di artisti di strada come Ibla Buskers (in Sicilia), che si è fatto spazio grazie soprattutto a siti web dedicati al viaggio e ai motori di ricerca. Quest'ultima combinazione fa la fortuna della conoscenza diffusa anche di altri appuntamenti che si sono fortemente radicati nel territorio in cui si svolgono, come il Festival della Letteratura di Mantova e il Summer Jamboree di Senigallia (AN), appuntamento imperdibile per gli appassionati di musica swing, rock'n' roll e R&B anni Quaranta e Cinquanta. Tra gli eventi che generano maggiore propensione e volontà di visita, il Magna Graecia Film Festival è conosciuto grazie agli spot pubblicitari, mentre il Festival Collisioni di Barolo grazie ai social media.

