



# REPORT 2024 VIA DEGLI DEI



# SCALETTA DEL REPORT

<b>PARTE 1</b>	Dati
<b>PARTE 2</b>	Attività quotidiana
<b>PARTE 3</b>	La Certificazione GSTC
<b>PARTE 4</b>	Brand e Comunicazione
<b>PARTE 5</b>	Decennale dalla firma del Protocollo
<b>PARTE 6</b>	Partnership e Animazione territoriale
<b>PARTE 7</b>	Azioni di marketing

# I DATI 2024



## IL CLIMA

I numeri del 2024 sono in linea con il 2023, ma va tenuto conto del fattore che più ha influenzato l'andamento della stagione: il clima.

Come lo scorso anno, alluvioni e caldo torrido hanno influito sia a livello di immagine sia a livello di presenze su una stagione che, al contrario dello scorso anno, si è improvvisamente accorciata finendo bruscamente a settembre con le piogge torrenziali e l'allarme alluvione. I dati, tutti in crescita, confermano però la solidità del nostro cammino.



## IL MERCATO STRANIERO

A fronte di una stagione più corta, abbiamo avuto un grande boom di stranieri ad inizio anno, fin dai primissimi mesi 2024 abbiamo ricevuto diverse prenotazioni da mercati esteri di breve raggio (Germania, UK, Belgio, Olanda) ma anche lungo raggio (USA, Australia...) che da marzo a maggio sono stati numerosissimi in Appennino. Gli stranieri apprezzano moltissimo, oltre alle due città, l'accoglienza e i servizi genuini della nostra montagna e sono i primi promoter della Via.



## POST COVID

La Via degli Dei è sicuramente una destinazione "matura", lo abbiamo visto in questi ultimi due anni in cui si è assestata su numeri abbastanza costanti (pur sempre in crescita). Questo avviene anche perchè da fine 2023 le persone hanno ricominciato a viaggiare fuori dai confini e quindi gli italiani hanno scelto anche altre esperienze. La scelta della certificazione GSTC è quella di qualificare sempre più la Via per migliorare i servizi e rimane una destinazione ricercata.



# I RISULTATI

# DATI 2024

<b>ANNO</b>	<b>N° CAMMINATORI</b>	<b>CARTINE</b>	<b>CREDENZIALI</b>	<b>VISITE AL SITO</b>	<b>OPERATORI ECONOMICI COINVOLTI</b>	<b>FATTURATO IPOTETICO PERNOTTAMENTI</b>	<b>FATTURATO IPOTETICO INDOTTO</b>
<b>2017</b>	<b>8.000</b>	<b>3.834</b>	<b>1.466</b>	<b>95.000</b>	<b>88</b>	<b>€ 1.460.000</b>	<b>€ 2.735.000</b>
<b>2018</b>	<b>10.000</b>	<b>3.259</b>	<b>3.600</b>	<b>152.046</b>	<b>123</b>	<b>€ 1.776.000</b>	<b>€ 3.376.000</b>
<b>2019</b>	<b>12.000</b>	<b>5.104</b>	<b>6.000</b>	<b>182.455</b>	<b>134</b>	<b>€ 2.235.000</b>	<b>€ 4.155.000</b>
<b>2020</b>	<b>14.000</b>	<b>3.714</b>	<b>6.500</b>	<b>323.108</b>	<b>157</b>	<b>€ 2.750.000</b>	<b>€ 4.900.000</b>
<b>2021</b>	<b>18.000</b>	<b>5.308</b>	<b>10.000</b>	<b>340.129</b>	<b>152</b>	<b>€ 3.960.000</b>	<b>€ 6.840.000</b>
<b>2022</b>	<b>22.000</b>	<b>4.198</b>	<b>14.688</b>	<b>377.543</b>	<b>159</b>	<b>€ 5.260.000</b>	<b>€ 9.220.000</b>
<b>2023</b>	<b>22.000</b>	<b>3.609</b>	<b>10.041</b>	<b>382.674</b>	<b>151</b>	<b>€ 5.800.000</b>	<b>€ 10.450.000</b>
<b>2024</b>	<b>23.000</b>	<b>3.390</b>	<b>13.129</b>	<b>418.594</b>	<b>150</b>	<b>€ 6.600.000</b>	<b>€ 12.120.000</b>



# I DATI DI CREDENZIALE E APP

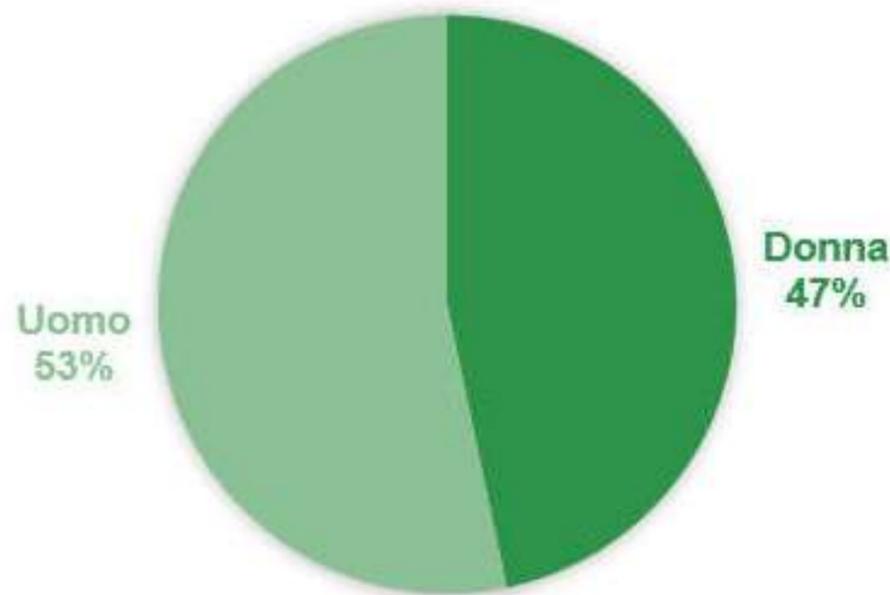
## Chi sono i camminatori della Via degli Dei?

Analisi del campione di 5286 persone  
che hanno compilato il form della  
credenziale nel 2024



# I DATI DELLA CREDENZIALE

## GENERE



## GENERE

2022

Uomini: 52,4%  
Donne 47,6%

2023

Uomini: 53,4%  
Donne 46,6%

2024

Uomini: 53%  
Donne 47%

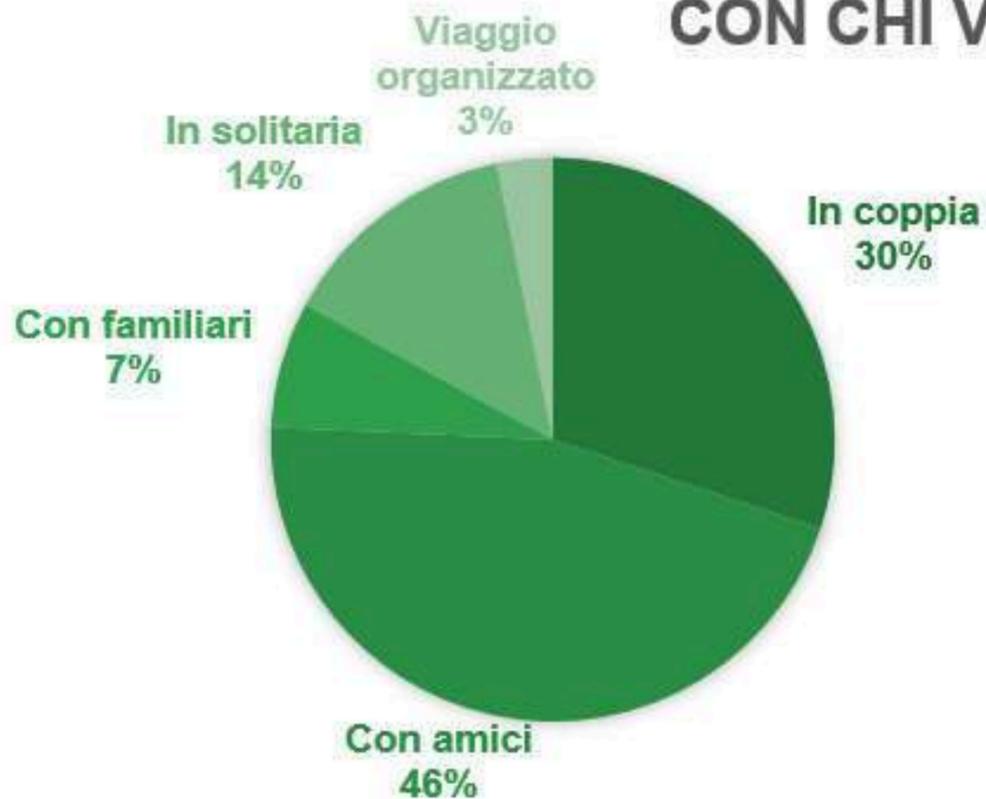
## ETÀ

Età media: 40

Età media: 39

Età media: 38,7

## CON CHI VIAGGI?



## COMPAGNIA

50% con amici  
26,3% in coppia  
11,8% da solo  
7,3% con familiari  
4,4% con AdV

44,2% con amici  
29% in coppia  
13,6% da solo  
8,7% con familiari  
4,5% con AdV

46% con amici  
30% in coppia  
14% da solo  
7% con familiari  
3% con Agenzia V.

## PERNOTTAMENTO

84,3% in strutture  
11,4% in tenda

84,3% in strutture  
14,2% in tenda

83% in strutture  
12% in tenda  
5% altro

## MERCATI

96% italiani  
4% stranieri

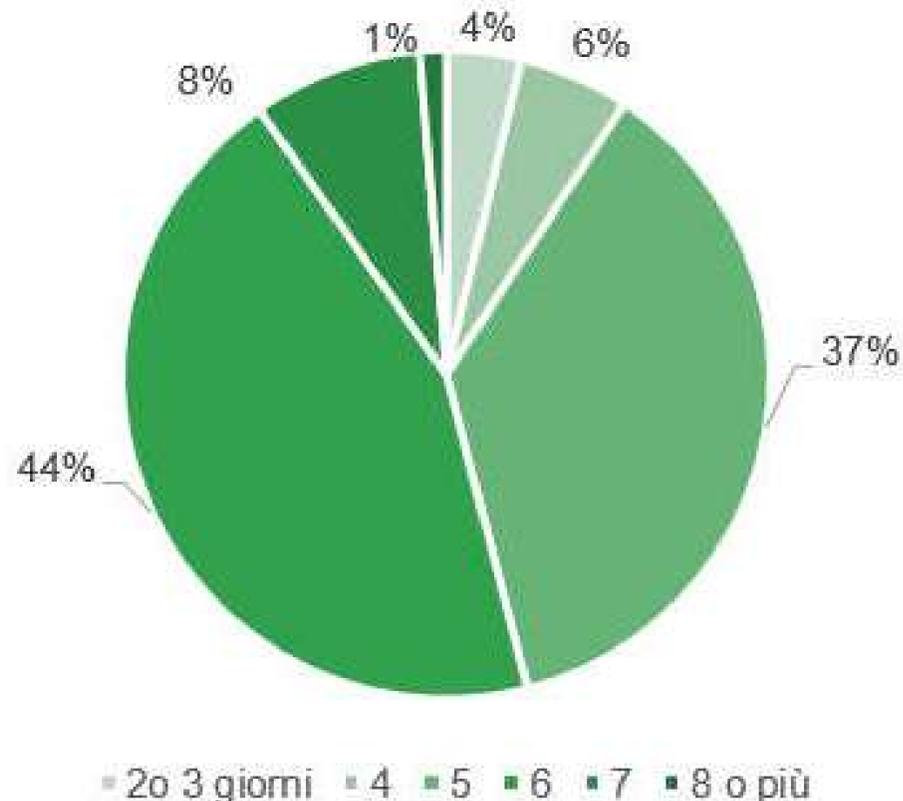
93,5% italiani  
6,5% stranieri

90% italiani  
10% stranieri

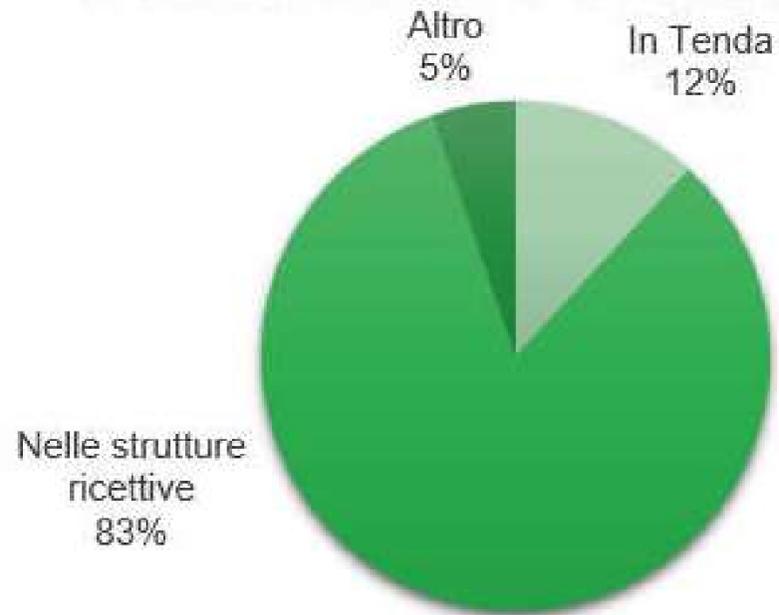


# I DATI DELLA CREDENZIALE

## GIORNI DI PERCORRENZA



## DOVE HAI SOGGIORNATO?



## LE TAPPE

La costruzione delle tappe della Via degli Dei è modulabile a seconda del tempo, delle abilità, delle esigenze dei camminatori. La sua versatilità è sicuramente uno degli elementi di forza del percorso anche se negli anni sono emerse alcune tendenze che anche gli stakeholders del settore hanno saputo cogliere.

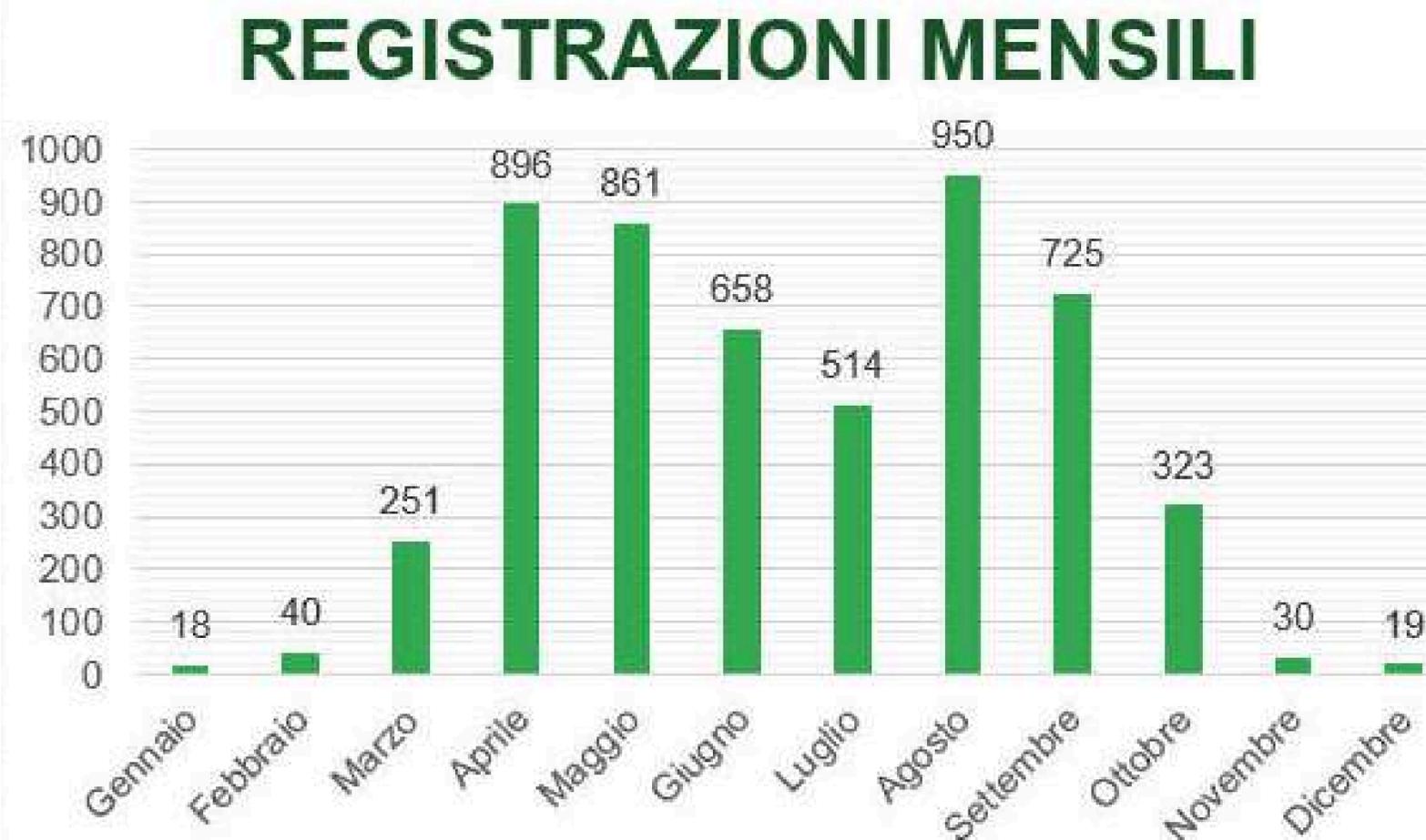
- le tappe sono aumentate da 5 a 6: non ci sono più esperti di trekking ma viaggiatori che vogliono godersi il cammino, con la giusta calma e le dovute cautele, senza correre ma aggiungendo un giorno per vivere a pieno una vacanza
- è in aumento la voglia di "fare i turisti" e di aggiungere ulteriormente tappe (siamo oltre il 9% di persone che la percorrono dai 7 giorni in su). In particolare gli stranieri scelgono di camminare in tranquillità e soffermarsi sul territorio con più calma
- è in leggero calo l'utilizzo della tenda (dal 17,8 del 2021, al 14,2 del 2023 al 12% del 2024), sintomo della volontà di vivere maggiormente il cammino come una vacanza con tutti i comfort.

In 5 giorni	In 6 giorni	In 7+ giorni
2021: 44,5%	2021: 38%	2021: 6%
2022: 36,8%	2022: 44,4%	2022: 8%
2023: 37,9%	2023: 45,5 %	2023: 8%
2024: 37%	2024: 44%	2024: 9%

## I DATI DELLA CREDENZIALE: REGISTRAZIONI ED ETA' MEDIA



	Numero persone	Età media
Gennaio	18	35,5
Febbraio	40	43,7
Marzo	251	39,4
Aprile	896	38,8
Maggio	861	43,5
Giugno	658	41,29
Luglio	514	36,9
Agosto	950	33,73
Settembre	725	35,9
Ottobre	323	43,04
Novembre	30	39,6
Dicembre	19	40,15
	5285	38,7



La Via degli Dei si conferma un cammino giovane, l'età media è di 38,7 anni, dato che si abbassa ulteriormente fino ai 33,7 anni della media di agosto, periodo molto frequentato da camminatori in erba che spesso partono in tenda in numerose compagnie.

L'itinerario è, probabilmente il più giovane d'Italia per la facilità di servizi e organizzazione, in questo periodo stiamo raccogliendo ulteriori dati con Terre di Mezzo editore e Cammini d'Italia proprio per verificarlo, la ricerca verrà presentata a marzo in occasione della fiera Fa' la cosa giusta a Milano.

Agosto resta anche il mese con il maggior numero di partenze registrate (950) anche se i picchi giornalieri sono tutti del periodo dei "ponti": 229 persone il 25 aprile, 99 il 26 e 78 il 24, per un totale tra il 20 aprile e il 12 maggio di 955 persone (più del mese di agosto).

## I DATI DELLA CREDENZIALE

**1 LOMBARDIA - 22,9%**

---

**2 EMILIA-ROMAGNA - 17%**

---

**3 VENETO - 14%**

---

**4 PIEMONTE - 11%**

---

**5 TOSCANA - 9%**

---

**6 LAZIO - 5,7%**

---

**7 TRENTO ALTO ADIGE - 4%**

---

**8 FRIULI - 2,8%**

---

**9 MARCHE - 2,5%**

---

**10 PUGLIA - 2,4%**

---

**11 LIGURIA - 1,8%**

---

**12 SICILIA - 1%**

---

## MERCATO STRANIERO

**1 GERMANIA - 15,2%**

---

**2 UK - 11%**

---

**3 OLANDA - 11%**

---

**4 BELGIO - 10,8%**

---

**5 SVIZZERA - 9,9%**

---

**6 SPAGNA - 6,6%**

---

**7 USA E CANADA - 4,7%**

---

**8 AUSTRALIA - 4,4%**

---

**9 FRANCIA - 3%**

---

**10 REP. CECA - 3%**

---

# I DATI DELLA CREDENZIALE

Al primo posto si conferma la Lombardia e in generale il Nord Italia con una menzione d'onore per l'Emilia Romagna, anche punto di partenza del cammino. Prima regione a Sud si riconferma anche il Lazio.

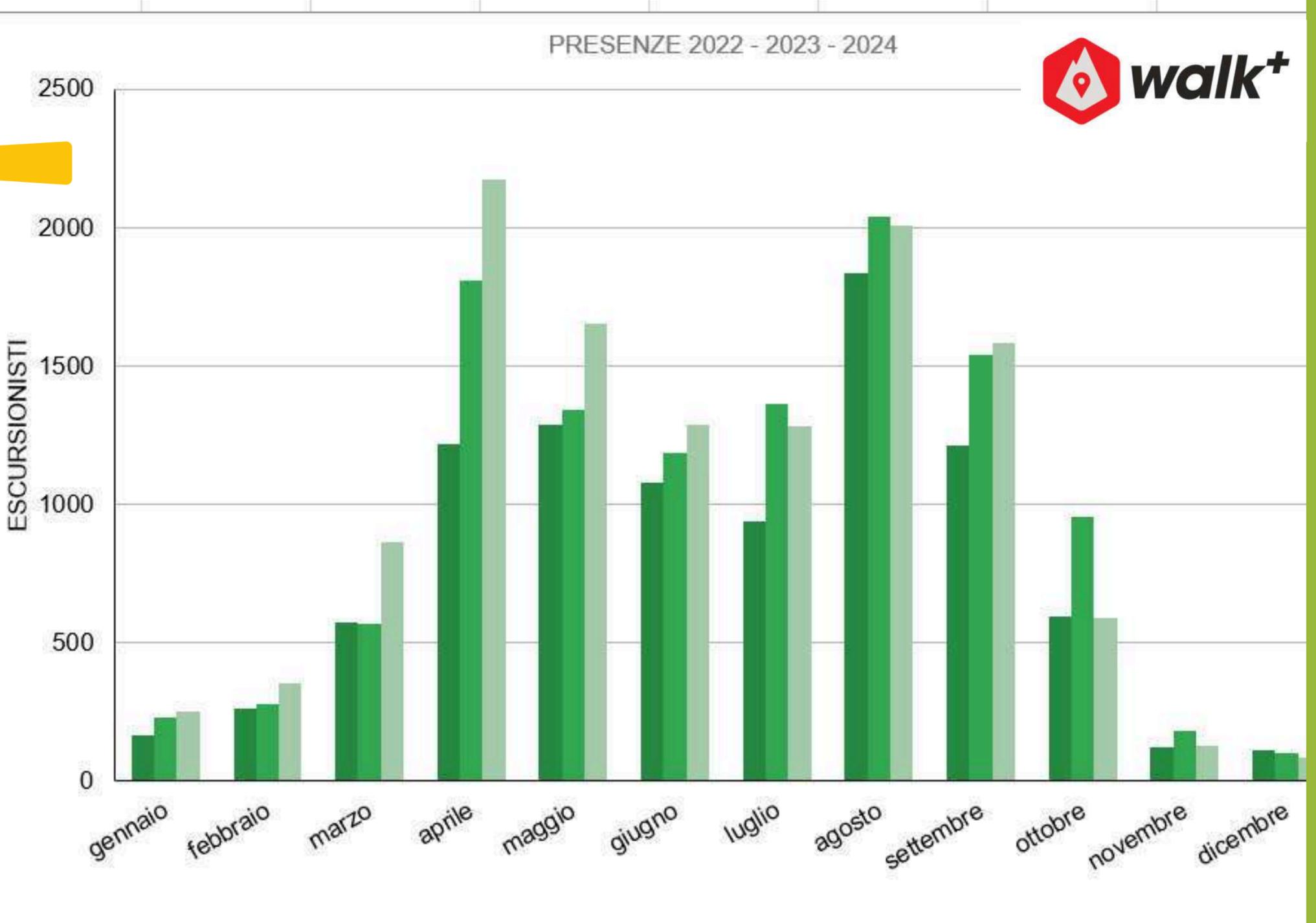
In crescita il campione straniero (dal 4% del 2022 al 10% di quest'anno) che ha confermato la predominanza dell'Europa del Nord ma con nuovi mercati in crescita come USA e Canada, Australia (+2% rispetto al 2023).

Il primo posto della Germania (al suo secondo anno consecutivo) ha portato alla traduzione del sito ufficiale, oltre che in inglese, anche in tedesco.



I DATI DI WALK+: LA CRESCITA NEGLI ANNI

PRESENZE	2022	2023	2024
gennaio	163	229	253
febbraio	264	277	355
marzo	576	569	864
aprile	1220	1807	2174
maggio	1286	1344	1655
giugno	1080	1186	1290
luglio	936	1363	1281
agosto	1836	2042	2007
settembre	1212	1541	1582
ottobre	596	956	592
novembre	123	180	127
dicembre	109	100	82
<b>TOTALE</b>	<b>9401</b>	<b>11594</b>	<b>12262</b>



Alcuni dati rilevanti:

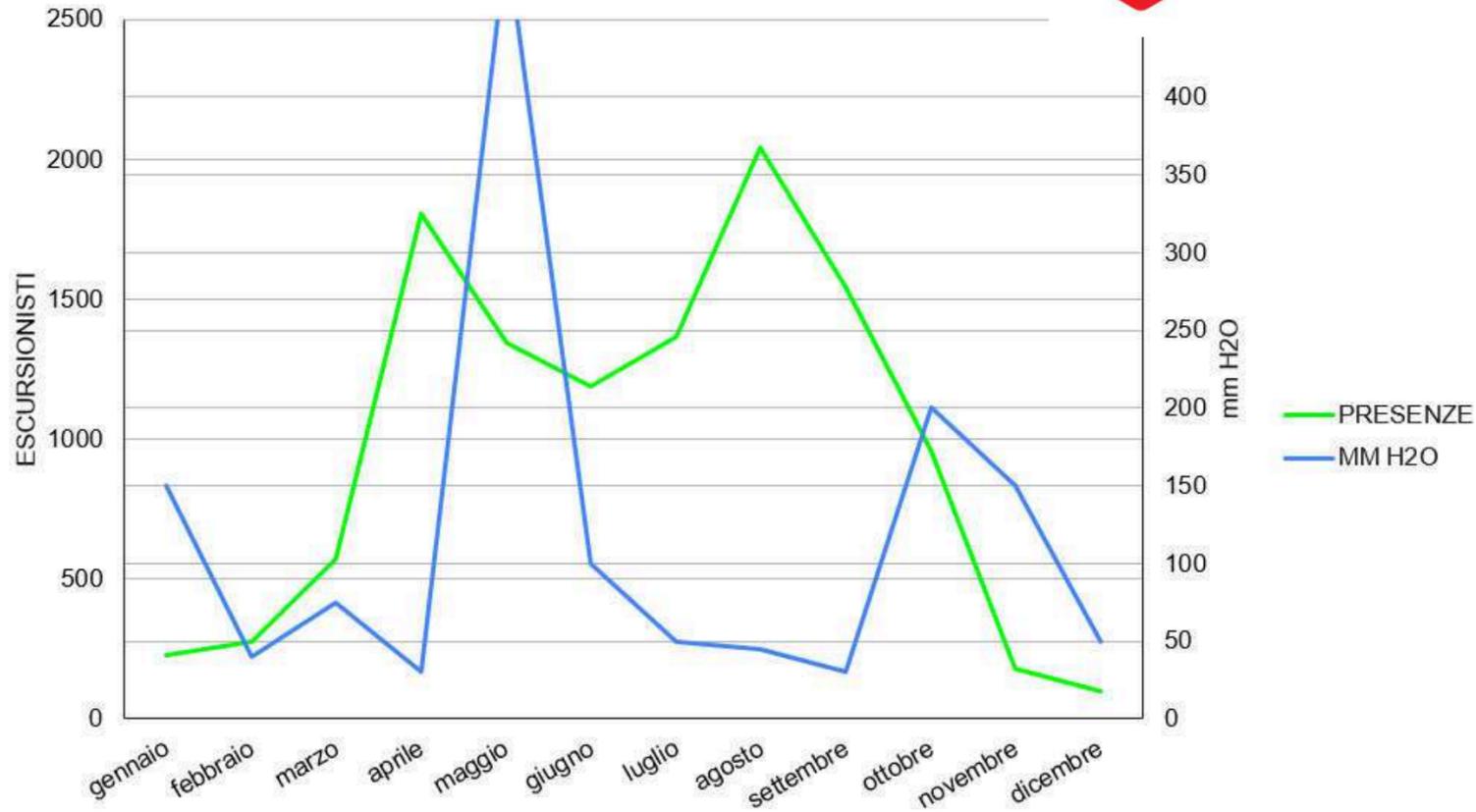
- Il mese di "picco" che normalmente è sempre estato agosto, nel 2024 è diventato aprile
- Il mese di ottobre 2023 è stato eccezionale grazie ad un clima estremamente favorevole (v. analisi slide successiva)
- La stagione è iniziata prima (+ 400 persone nei primi 3 mesi)



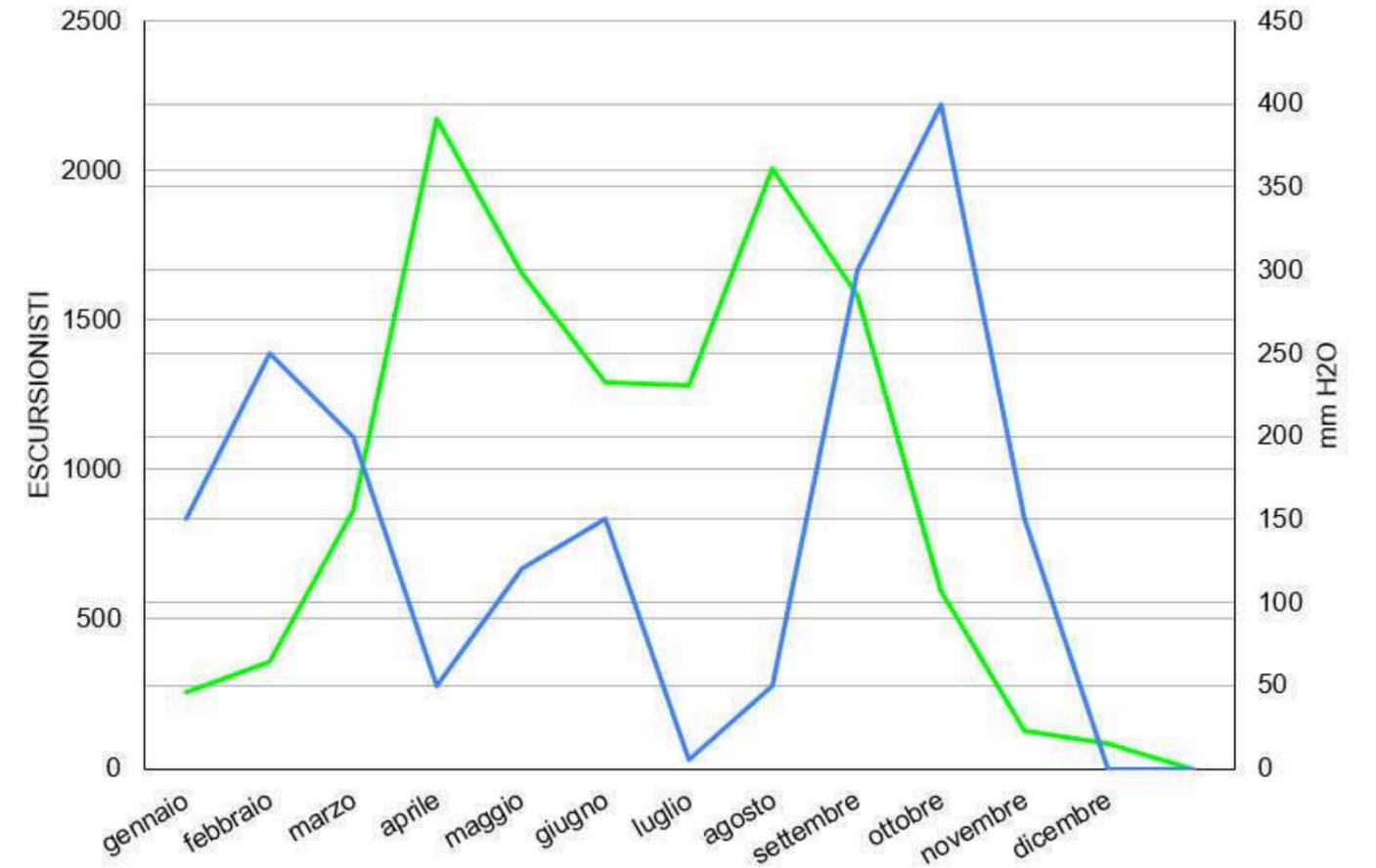
# I DATI DI WALK+: L'INCIDENZA DEL CLIMA



MM H2O e PRESENZE 2023



MM H2O e PRESENZE 2024



2024	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
MM H2O	150	250	200	50	120	150	5	50	300	400	150	
PRESENZE	253	355	864	2174	1655	1290	1281	2007	1582	592	127	82
T MAX BOLOGN	10	14	17	20	23	28	33	33	25	19	13	
T MIN BOLOGN	2	6	6	7	10	13	18	18	13	11	4	

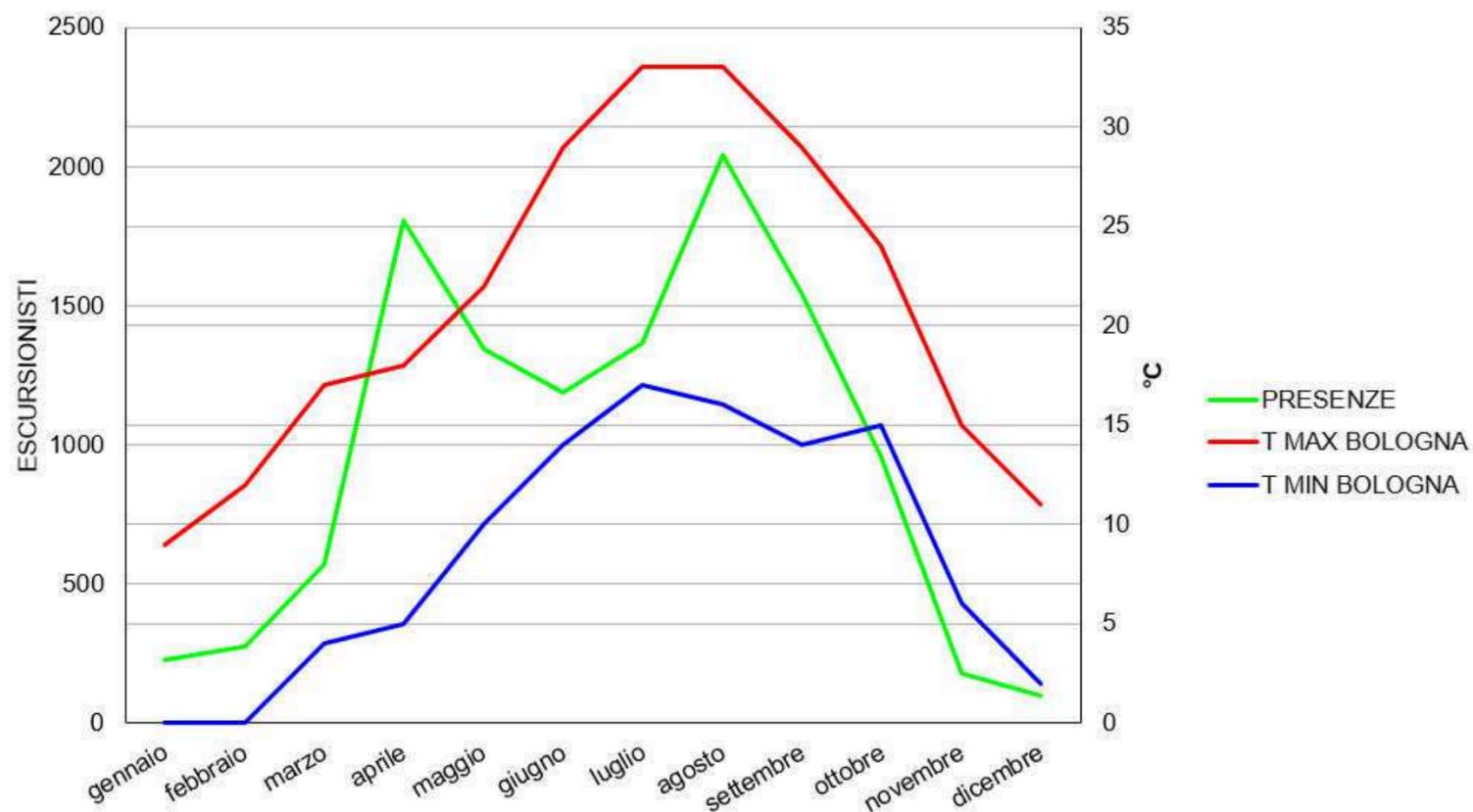
2023	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
MM H2O	150	40	75	30	500	100	50	45	30	200	150	50
PRESENZE	229	277	569	1807	1344	1186	1363	2042	1541	956	180	100
T MAX BOLOGN	9	12	17	18	22	29	33	33	29	24	15	11
T MIN BOLOGN	0	0	4	5	10	14	17	16	14	15	6	2



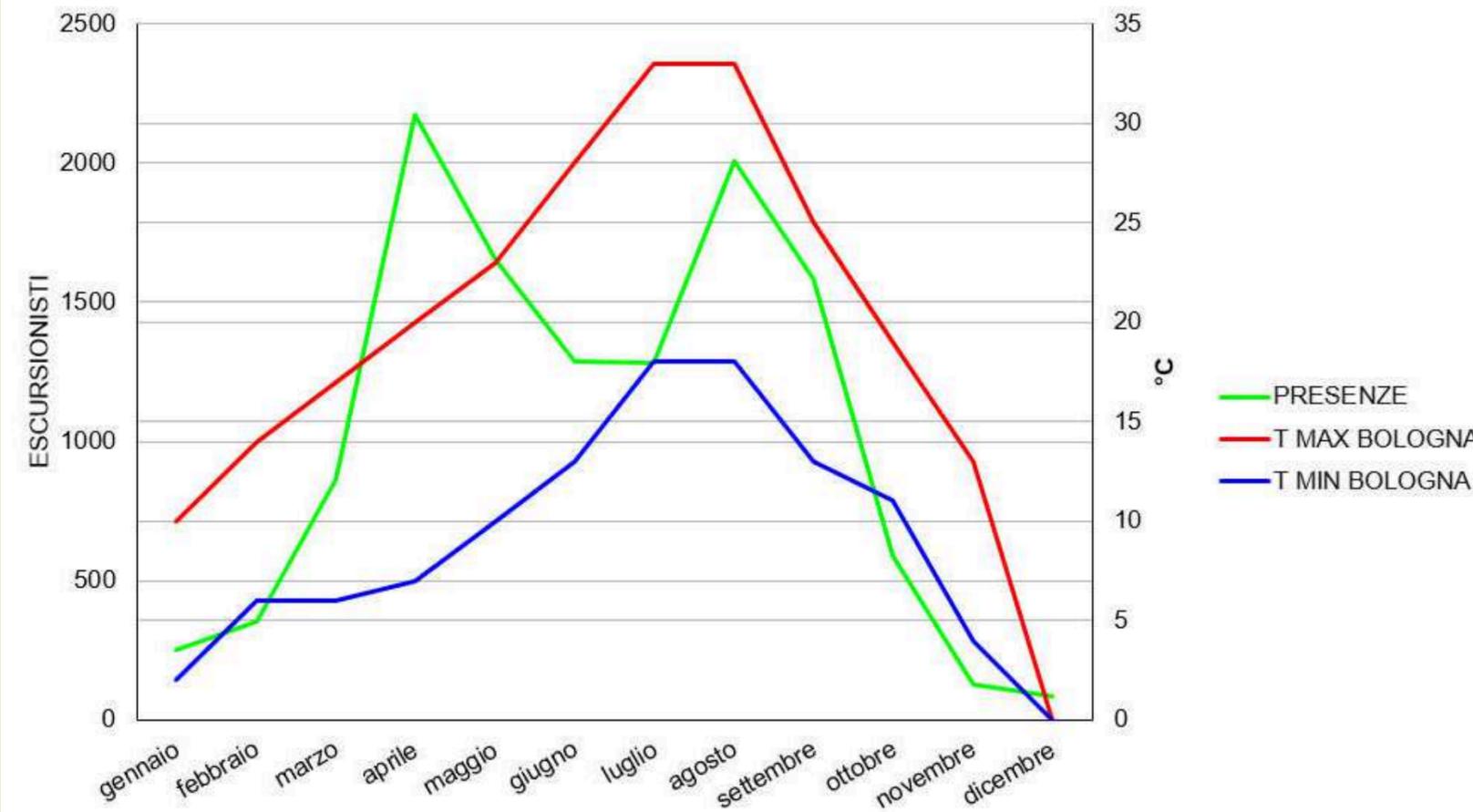
# I DATI DI WALK+: L'INCIDENZA DEL CLIMA



PRESENZE e TEMPERATURE 2023



PRESENZE e TEMPERATURE 2024



2024	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
MM H2O	150	250	200	50	120	150	5	50	300	400	150	
PRESENZE	253	355	864	2174	1655	1290	1281	2007	1582	592	127	82
T MAX BOLOG	10	14	17	20	23	28	33	33	25	19	13	
T MIN BOLOGN	2	6	6	7	10	13	18	18	13	11	4	

2023	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
MM H2O	150	40	75	30	500	100	50	45	30	200	150	50
PRESENZE	229	277	569	1807	1344	1186	1363	2042	1541	956	180	100
T MAX BOLOG	9	12	17	18	22	29	33	33	29	24	15	11
T MIN BOLOGN	0	0	4	5	10	14	17	16	14	15	6	2



## Parte 2

# L'ATTIVITA' QUOTIDIANA



# L'ATTIVITA' QUOTIDIANA DELLA VIA DEGLI DEI

## TAVOLO DI GOVERNANCE

- Definizione degli obiettivi
- Comunicazione interna
- Coinvolgimento del territorio

## STAFF COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

- Grafica
- Sito web
- Social network
- App Wal +
- Ufficio Stampa
- Controllo branding
- Controllo contenuti e gestione criticità

## STAFF MARKETING

- Controllo e garanzia standard qualitativi
- Fiere e workshop
- Analisi dei dati
- Progetti e collaborazioni
- Creazione e differenziazione del prodotto
- Rapporto con operatori

## STAFF ACCOGLIENZA

- Front Office sempre aperto 7/7
- Telefono sempre attivo 7/7
- Email a cui risponde sempre qualcuno



# GLI STRUMENTI ORDINARI E QUOTIDIANI

Cosa significa dare risposte immediate e avere una comunicazione continuativa nel corso del tempo

**SITO WEB**



**FACEBOOK**



**INSTAGRAM**



**UFFICIO STAMPA**



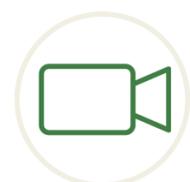
**ARCHIVIO VIDEO E FOTO**



**EMAIL**



**ORGANIZZAZIONE EDT**



**CREDENZIALE**



**APP WALK+**



## Parte 3

# LA CERTIFICAZIONE



# LA CERTIFICAZIONE



## L'ANALISI

Nei primi mesi del 2024 ci siamo occupati di raccogliere tutti i dati che sono raccolti nel nostro "carnet di autovalutazione" che sarà lo strumento con cui lavoreremo nei prossimi 3 anni. L'ispezione per mantenere la certificazione è annuale su base triennale e prevedere degli step di controllo semestrali.



## IL SOPRALLUOGO

Tre giorni sul territorio in compagnia degli ispettori di Vireo, ente certificatore italiano, circa 40 interviste agli stakeholders, almeno 50 documenti ed "evidenze" dell'attività realizzata che abbiamo dovuto preparare, 8 comuni visitati. Un momento di incontro e confronto con chi si occupa di certificazione è stato fondamentale per capire su cosa lavorare e cosa migliorare, punti deboli e punti di forza. Alla fine ci hanno consegnato le "migliorie" da fare per ottenere la certificazione.



## IL RICONOSCIMENTO

A inizio dicembre è arrivato finalmente il riconoscimento della Via degli Dei come primo cammino al mondo sostenibile. Ma questo non deve essere solo uno slogan, è un lavoro da impostare nel lungo periodo. La certificazione infatti non finisce nel momento in cui viene ottenuto il certificato ma inizia proprio da lì: obiettivi e correzioni saranno all'ordine del giorno delle attività 2025.



Il periodo di analisi della struttura, del territorio, degli stakeholders è stato fondamentale anche per noi come punto di partenza per far emergere punti di forza e punti di debolezza su cui lavorare. La strada è ancora lunga ma conoscerla è sicuramente il primo passo:

## PUNTI DI FORZA

- Il sistema di governance
- La collaborazione con gli stakeholders
- Il presidio del territorio
- L'evidente sviluppo economico
- La continuità del progetto di marketing e sviluppo

## PUNTI DI DEBOLEZZA

- Coinvolgere maggiormente i residenti
- Definizione carta requisiti per le strutture
- Migliorare le informazioni sul cambiamento climatico
- Formalizzare il piano di comunicazione per la gestione della crisi
- Definire eventuali progetti di offsetting



- è uno standard internazionale che costituisce la base per l'impegno sul turismo sostenibile;
- è riconosciuto in tutto il mondo da istituzioni, turisti e i principali intermediari;
- nasce dal turismo per il turismo, quindi i principi non sono ingegneristici ma derivano dalla tecnica turistica;
- è multisetoriale, in quanto si rivolge a tutta la filiera;



# IL SOPRALLUOGO



I tre giorni di sopralluogo sono stati molto interessanti perchè ci siamo completamente immersi nella Via. Abbiamo alternato momenti di interviste in ufficio in cui abbiamo fatto vedere la documentazione prodotta, abbiamo incontrato circa 40 stakeholders territoriali, abbiamo ascoltato con i nostri operatori, incuriositi e preoccupati da queste ispezioni, abbiamo incontrato anche cittadini e camminatori con cui ci siamo fermati a chiacchierare.

I 2 ispettori, abituati a realtà come Singapore o il Tarvisio, hanno riconosciuto la grande capacità di accoglienza del nostro territorio.

## GLI STAKEHOLDERS INCONTRATI IL PRIMO ANNO:

- Sindaci, assessori e istituzioni;
- Ristoratori, produttori, albergatori, uffici turistici;
- Associazioni (CAI e Pro Loco)
- Luoghi di interesse turistico (musei, oasi naturalistiche, flaminia militare);
- guide Gae;
- Cittadini, partner e gestori di servizi (Hera);



### Gestione sostenibile (Governance)

- Rafforzare e accrescere la formazione della struttura interna che si occupa di temi sostenibili: creando tavoli di lavoro costanti e operativi per ascoltare e programmare azioni concrete e partecipate di sviluppo sostenibile.

### Sostenibilità socio-economica

- Implementare il sostegno alle comunità locali ascoltando i residenti che dobbiamo coinvolgere sempre più in questo percorso per la Certificazione, in quanto primi fruitori e abitanti della Destinazione;
- Collaborare con gli stakeholders locali (ricettività, ristorazione, produttori) alla stesura di una carta dell'accoglienza del cammino con le linee guida per una corretta ospitalità, basata sui principi della sostenibilità;
- Migliorare il sistema di accessibilità del cammino in modo da implementare le occasioni di inclusione.

### Sostenibilità culturale

- Destagionalizzare l'offerta, per sviluppare nuovi periodi turistici, come anche la stagione invernale, per decongestionare i momenti di massima affluenza.

### Sostenibilità ambientale

- Educare il fruitore per offrire le informazioni utili, corrette e necessarie per un percorso di accoglienza anche riguardante la sostenibilità ambientale;
- Migliorare il tracciato e realizzare piani di fuga e di gestione delle emergenze.





# LA STRATEGIA



## SITO

La strategia ha trovato nel restyle del sito un passaggio chiave. Abbiamo ripensato la navigazione del portale per "accompagnare" l'utente verso le sezioni con le informazioni più richieste e più cliccate, ristrutturando la home secondo i risultati delle analisi fatte sul nostro target. Maggiore impatto anche alla coerenza grafica per creare una marcata continuità tra il sito e materiali off-line. Infine, un resyle anche di sezioni: esempio per tutti la nuova sezione "eventi" un ulteriore contenuto di valore e di legame con il territorio



## BRAND

La Via degli Dei deve parlare dei suoi valori, di una promessa tra gestione, territori e fruitori. Su questo abbiamo ampiamente lavorato rafforzando, nei toni e nella comunicazione verbale e non, una immagine che trasmettesse valori di responsabilità ambientale e sociale, cercando di migliorare su questo tema la percezione e la consapevolezza dei nostri camminatori e del target.



## SOCIAL

Sui social toni, immagini e scelte di redazione sono stati coerenti con la strategia adottata differenziando sempre di più la comunicazione sui canali per rivolgerci a target di età sempre più diversi e specifici. Per il 2024 abbiamo voluto coinvolgere nella comunicazione dei content creator, scelti anche per comunione di valori, per inserire nella creazione di messaggi e contenuti queste figure sempre più protagoniste della comunicazione social.

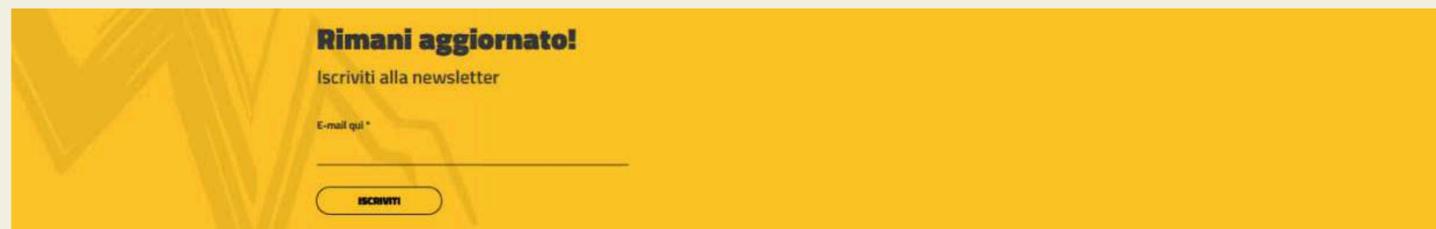


## RESTYLE SITO WEB

Tra le prime azioni dell'anno, il restyle del sito ha avuto la priorità per intercettare il flusso maggiore di utenti in fase di progettazione del cammino. Abbiamo rivoluzionato design, grafica e la navigazione della home, per accompagnare gli utenti verso i contenuti più utili ma anche più richiesti dopo le analisi fatte sul nostro camminatore/ciclista tipo nel corso dei mesi precedenti.

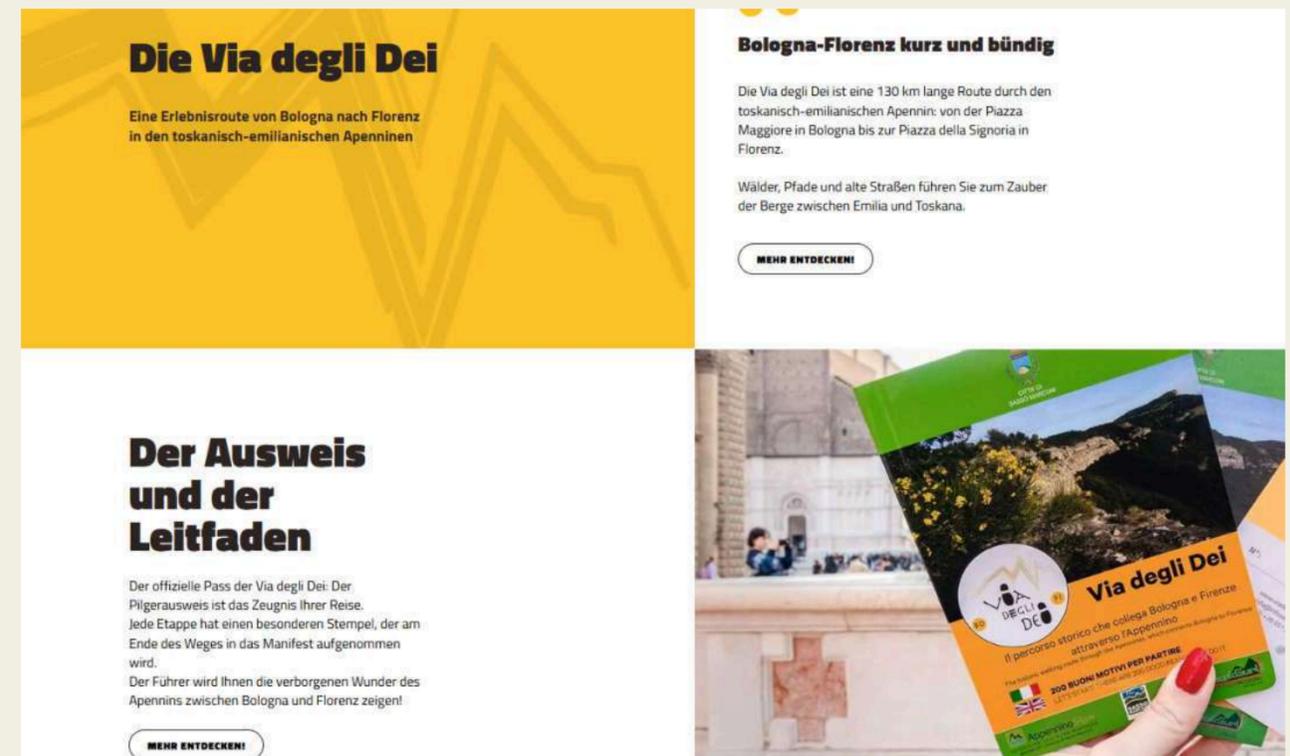
## RESTYLE SITO WEB (I)

A fine anno i dati (*si veda report comunicazione*) hanno confermato che il sito mantiene un'elevata media di durata della navigazione e media di pagine visitate, media maggiore rispetto a quella di siti simili. Il sito è stato arricchito nei suoi contenuti ed è continuata l'attività di aggiornamento e integrazione nelle sezioni relative alle tappe e alle strutture ricettive.



Altra azione, frutto dell'analisi sul target e sul fruitore della Via, la traduzione del sito in Tedesco. Proprio la Germania passa al primo posto per sessioni dai paesi esteri.

Altre implementazioni sul sito sono state: le sezioni di raccolta contatti per creare il database per la Newsletter, la sezione Eventi dedicata alle iniziative turistiche dei territori, il blog e la sezione sostenibilità, dove parlare della Via e dei suoi valori fondanti, parte integrante del percorso per la Certificazione GSTC.



# RESTYLE SITO WEB. IL BLOG, LEAD ED EVENTI

# RESTYLE SITO WEB (II)

Il blog è una delle nuove sezioni del sito. E' uno spazio inaugurato a fine anno ma che sta già diventato un nuovo contenitore di contenuti diversificati, sulla Via e sui territori, sul mondo outdoor e affini, dove fare community, informazione e coinvolgere gli utenti.

Le sezioni per ora attive sono: Consigli sul cammino, Volti della Via, Accessibilità e inclusività, Strada Facendo, Sostenibilità, Curiosità e Ultime Notizie.

La pagina "eventi" ha invece accompagnato il sito dalla prima parte dell'anno. In questa sezione abbiamo raccolto gli eventi dei territori per coinvolgere nella promozione dei territorio gli attori locali, ma anche per proporre agli utenti della Via ulteriori occasioni di visita e di scoperta dei territori: occasioni per venire o per tornare nelle nostre località anche sciolti dalla stagionalità.



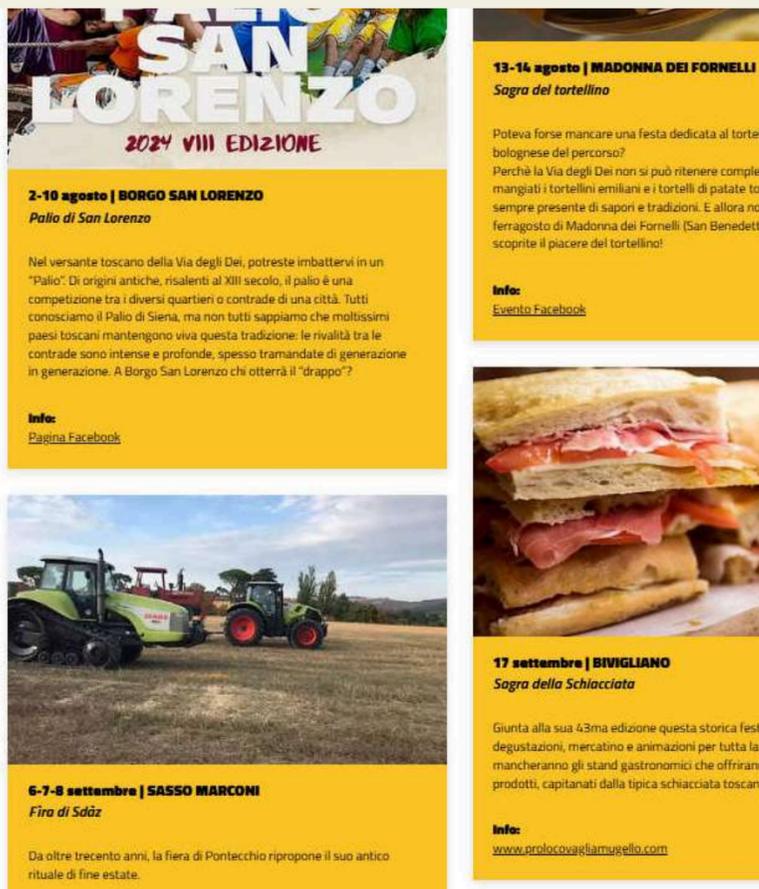
Infine, una nota sull'andamento della raccolta dei contatti che, da inizio a fine anno, sono arrivati a oltre 700 contatti, a ciascuno verrà così inviata la newsletter ufficiale della Via degli Dei.

- Dal 16 al 19 maggio | BARBERINO DI MUGELLO**  
*Cantà Maggio*  
Il classico Palo dei Rioni, imperdibile nella sua goliardia ma anche nella partecipazione di tutte le generazioni a confronto con la tradizione. Il tiro alla fune, la corsa dei carretti allo sterzo, la corsa delle botti e quella del martinaccio (sapele cos'è?...) improvvisamente vi ritroverete immersi nelle sfide di un tempo per la conquista del "Maggio" (il campanile), calate però nella modernità dei nostri giorni!  
**Info:**  
Email: [prolocobarberino.net](mailto:prolocobarberino.net)
- 25-26 maggio | SCARPERIA**  
*Infiolata*  
Da oltre 40 anni, a maggio, Scaperia, uno dei Borghi più belli d'Italia, viene invasa da una moltitudine di petali colorati. L'evento, l'"infiolata", vede l'allestimento di quadri floreali di diverse dimensioni in tutto il centro storico e diventa il momento giusto per visitare gioielli rari come il Museo dei Ferri Taglienti e il Palazzo dei Vicari dove ammirare l'orologio del Brunelleschi, il più antico esemplare degli orologi da torre in Italia.  
**Info:**  
[www.prolocoscarperia.it](http://www.prolocoscarperia.it)
- 25-26 maggio e 1-2 giugno | FIRENZUOLA**  
*Sagra del Prugnolo*  
"Al primo tuono nasce il prugnolo", anche detto "fungo della saetta", per la sua forma a zig-zag, fungo primaverile tipico delle prime colline dell'Appennino, molto amato dagli appassionati di enogastronomia. Per celebrarlo, due week end in cui degustarlo in ogni forma: dai crostini ai tipici tortelli di patate, dal tortello artigianale alla Fiorentina al Prugnolo... e molto altro!  
**Info:**  
Tel. 338 1881825
- 6-9 giugno | BORGO SAN LORENZO**  
*Fiera Agricola Mugellana*  
Una delle manifestazioni più longeve del territorio: allevamento e agricoltura sono i protagonisti al Foro Boario di Borgo San Lorenzo dove i visitatori potranno conoscere gli animali allevati in Toscana e oltre. Bovini, ovini, caprini, suini, il pollame, fino ai cavalli.
- 8 giugno | SANT'AGATA**  
*Festa delle Fragole*  
Due giorni di mercato a km0 e momenti di intrattenimento con musica, due giorni per la "Ballata delle Fragole", classica sagra di paese che si svolge in un borgo senza tempo, quello di Sant'Agata che racchiude alcuni dei gioielli più imperdibili della Via degli Dei: l'emozionante museo di Leprino, lo storico museo archeologico, il...
- 14-16 giugno | CASALECCHIO DI RENO**  
*Festa dei Sapori Curiosi*  
Il prodotto locale è al centro di questa manifestazione, ormai alla sua 12esima edizione, che ha saputo crescere nel tempo facendo collaborare produttori, ristorazioni e associazioni, abbinando i primi piatti tradizionali ma rivisitati al vino tipico della cucina bolognese (il Pignoletto). Per gli appassionati di sapori di ottimo livello ma "curiosi" perché di nicchia, questa diventa un'occasione imperdibile!

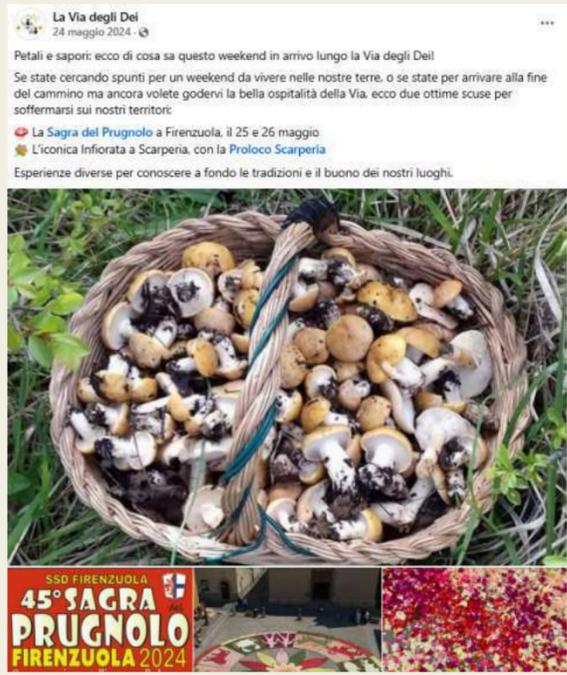


Teniamo molto a parlare di terre della Via e non delle sole aree attraversate dal sentiero. La Via degli Dei e i suoi territori sono diventate più di un cammino: sono un ambiente naturale, culturale, umano, fatto di tradizioni e di spiccato carattere, dove l'ospitalità e le occasioni di viaggio si possono proporre tutto l'anno, con l'obiettivo di destagionalizzare.

Anche questo dietro la scelta di dare massimo risalto agli eventi turistici dei territori: una selezione di appuntamenti, almeno uno a comune/località, scelti coinvolgendo associazioni, comuni, pro loco e attori locali per essere messi nella vetrina del sito della Via, e interessati da una campagna di comunicazione a parte che si è espressa online sul sito e sui social con grafiche personalizzate e offline, tra le pagine di "Strada Facendo", l'ultima pubblicazione ufficiale della Via in occasione dei dieci anni dalla Firma del Protocollo di intesa.



Storie in evidenza su IG



Post su facebook con tag e lavoro in rete tra pagine di promozione locale



Storie personalizzate per ciascun evento



Sulle pagine di "Strada Facendo"

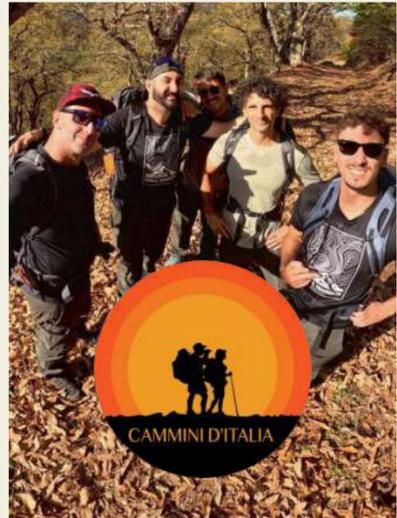


## NUOVI LINGUAGGI PER I SOCIAL MEDIA

Oggi la comunicazione social più efficace non può non tenere conto del valore e della collaborazione con content creator e influencer: i primi creano contenuti di valore coerenti col brand, i secondi riescono ad influenzare la loro community e solitamente hanno seguito molto più ampio. Oggi le figure si possono anche sovrapporre ma per l'abitudine e la modalità di fruizione dei social della maggior parte degli utenti è chiaro che è sempre più necessario che la strategia (soprattutto instagram) li coinvolga.

Per la Via degli dei, il 2024 è stato l'anno che ha inaugurato questa strategia di comunicazione attraverso la collaborazione con quattro influencer/C.C./community, scelti per ragioni ed obiettivi diversi, per veicolare messaggi distinti ma fortemente caratterizzati.

## LA NUOVA STAMPA: Influencer e Content Creator (I)



### **CAMMINI D'ITALIA. 2 reel in collaborazione**

Cammini d'Italia è la community più grande, attiva e tra le più influenti nel mondo outdoor e cammini. Il rapporto con loro è stato costruito in diverse occasioni, dalle fiere agli scambi online confrontandoci e con spunti reciproci per la creazione di alcuni contenuti. Il loro ultimo reel



### **CAMMINO DEL CRETINO. Storie e 1 reel in collaborazione.**

Non facciamoci ingannare dal nome: la sua community è estremamente attiva, consapevole e con il gioco e l'ironia di Nico veicola messaggi su temi per noi fondanti tra cui preparazione ed equipaggiamento, pulizia e rispetto dell'ambiente, legame con il territorio e il valore umano della Via. Il suo linguaggio è molto fresco, irriverente e vicino al target più giovane, coerente con il mondo Via degli Dei.



### **ITINERARIOACOLORI. 6 reel in collaborazione, storie, archivio foto e video. Video You Tube e articolo blog**

Marta ha una spiccata sensibilità nel raccontare temi a noi cari: approccio corretto al cammino e all'ambiente, al territorio e al suo valore culturale ed umano. Ha percorso la Via a Maggio, raccontandola "live" attraverso le storie e concentrandosi su temi diversi nei reel a seguire. Nei mesi a seguire ha rilanciato con nuovi contenuti blog e You tube. Ha fornito video e foto a nostra disposizione per contenuti futuri.



### **NONSOLOISOLE. Archivio foto e video. Storie**

Giada è una content creator molto attiva nel territorio Emiliano Romagnolo ma i suoi contenuti spaziano tra temi outdoor, enogastronomici e culturali, con una fanbase molto reattiva. Il suo taglio di comunicazione è molto spontaneo e vivace, perfettamente in linea con il mood della Via e anche anagraficamente dialoga bene col target più giovane e con la fascia 35-54



## ESEMPI E CONTENUTI

Vediamo alcuni dei contenuti creati in collaborazione o ricondivisi sulle nostre pagine, fatti da content creators o da influencer del mondo cammini e outdoor con alcuni esempi esplicativi dell'efficacia del messaggio trasmesso.



### CAMMINI D'ITALIA.

Con il team di Cammini d'Italia il rapporto è proficuo e sempre più collaborativo. Tra i contenuti fatti, ci hanno contattati per chiederci consigli su luoghi curiosi della Via e con il nostro tramite hanno dato visibilità al Centro Tutela Fauna Esotica e Selvatica di Monte Adone, un modo per parlare a elevatissimi volumi di utenti di una realtà radicata e significativa per il territorio



### ITINERARIOACOLORI.

I contenuti di Marta vertono sul tema della consapevolezza ed educazione all'ambiente. Il suo pubblico si è mostrato molto attento e vicino ai valori. Non solo, durante il cammino ha fatto foto e video rimaste nei nostri archivi e pronti per essere trasformati in nuovi contenuti per le nostre strategie.



## LA NUOVA STAMPA: Influencer e Content Creator (II)



### CAMMINODELCRETINO.

Con Nico, volto e protagonista della pagina Il Cammino del Cretino, abbiamo fatto un reel in collaborazione sull'aspetto sociale della Via: dall'importanza di partire con uno zaino leggero alla bellezza di poter pernottare e cenare in compagnia presso gli operatori, esperienza fondamentale e tipica del carattere del nostro cammino.



E' sempre più netta la distinzione e l'ampiezza della forbice tra le età degli utenti social e questo dato è determinante per le nostre strategie. Dopo questo anno di analisi abbiamo dati demografici molto interessanti su cui basarci e su cui poter incentrare strategie e studi per nuove strategie di comunicazione. Immagini, testi, tipologia di messaggio e modalità con cui lo si esprime diventano sempre più differenziate per canale e per strumento all'interno di ciascun canale, per dialogare nel modo più efficace con ciascun segmento di età, adattandoci alle sue abitudini di navigazione social.

### FACEBOOK



Il canale dove l'età media degli utenti è più alta (fascia 35-44 e 45/64+) e dove lo spazio per testi ampi-link al sito- descrizioni più approfondite trova terreno fertile. Nonostante si possano fare storie, l'utente è poco abituato a visualizzarle, native invece dell'altra piattaforma Instagram.

Su facebook possiamo inserire clic più intuitivamente cliccabili nei post; il tone of voice è colloquiale ma non nei toni e nelle modalità di Instagram o di tiktok.

La scelta di pubblicazione punta molto al racconto, ai clic al sito, alle descrizioni. Sul social, la fascia 18-24 è praticamente assente.

### INSTAGRAM



la piattaforma dove tra tutte spopola la fascia di età 25-34 seguita dalla 35-44. Qui l'utente è abituato a scrollare velocemente il proprio feed, si ferma davanti a immagini che catturano l'attenzione ed è soprattutto abituato a interagire e soffermarsi sui profili attraverso le storie.

Proprio le storie sono infatti la parte più cospicua dei contenuti pubblicati, trend opposto a facebook in questo caso. Sul social la fascia 18-24 è presente ma sta perdendo sempre di più l'abitudine di usare questo spazio.

### TIKTOK



Arriviamo così al social più recente per la nostra strategia ma quello che ci metterà di nuovo in contatto con i "giovanissimi". Da Facebook, ad Instagram, è qui che si è spostata la maggior parte dell'utenza 18-24, su un social che se all'inizio era dedicato esclusivamente all'intrattenimento, oggi è usato dagli utenti come motore di ricerca, differenza e caratterizzazione fondamentale e che ci impone di essere presenti con contenuti adeguati che abbiamo studiato, pensato e analizzato nel 2024 per una strategia più efficace da implementare anno dopo anno. Qui, la fascia 18-24 è la prima per visualizzazioni e la nostra idea è consolidarci sempre di più per intercettare i viaggiatori più giovani e "del domani".



Parte 5

10 ANNI DI CAMMINO



## IL CALENDARIO DEI 10 ANNI DELLA VIA

La prima produzione stampa del 2024 è stato il calendario da scrivania dei 10 anni, in edizione limitata e distribuito tra comuni e operatori, per creare un primo prodotto celebrativo della ricorrenza. Il calendario, nel classico formato 12 mesi da scrivania, ha foto e relative curiosità a scandire ciascun mese.

## 10 ANNI DI DOMANDE SULLA VIA DEGLI DEI

Il 2024 è stato l'anno in cui abbiamo raggiunto i 10 anni dalla firma del protocollo di intenti che ha dato forma e struttura al cammino: una tappa che impone di fare nuovi ragionamenti di valori e vision per il futuro.

Per l'occasione abbiamo dunque realizzato una nuova pubblicazione, gratuita, con cui abbiamo raccontato la via, territori, dato consigli e corrette informazioni partendo dalle 10 domande più ricorrenti sopra il cammino. Un modo per guardare indietro la strada percorsa insieme e per dare linee guida sul futuro anche, pagina dopo pagina per mettere in risalto territorio, ambiente, buone pratiche e i delicati e preziosi equilibri ed ecosistemi umani e naturali attraversati.



### QUALCHE DATO SULLA PUBBLICAZIONE

- 8.000 copie stampate
- preferenza di stampa su carta riciclata
- 21 punti di distribuzione
- 52 pagine
- scaricabile online

Versione online



## STRADA FACENDO

“  
*Cari, che dire: questa guida è davvero figa.  
Se facessero tutte così le guide  
escursionistiche, fare trekking sarebbe  
come bere un bicchier d'acqua.  
Completa e snella nello stesso tempo.  
Smart e seria, dove occorre.  
Non pallosa e o 'maestrinica'.  
Insomma, bravi!*

*Un saluto da Firenze.  
Gennaro*



## UN FILM SULLA VIA DEGLI DEI

# LA STRADA CHE INCANTA

Ad inizio 2024 è uscito nelle sale "La strada che incanta. Storia della scoperta della Via degli Dei", un docu-film emozionante le cui riprese sono state fatte nei mesi precedenti, con anche il supporto e la partecipazione di Appennino Slow.

Il docufilm, prodotto da Icaro, racconta della Via e delle persone le cui vite si sono legate per sempre a questi luoghi e fatti, che hanno reso la Via ciò che è oggi. Ripercorrendo passi, vicende e sentieri, attraverso le testimonianze dei protagonisti è nata una pellicola riproposta in molte sale cinematografiche e che ha registrato un "tutto esaurito" nell'evento dedicato a Sasso Marconi.

Attraverso i canali e il sito della Via, abbiamo segnalato appuntamenti, date, proiezioni per far conoscere a più utenti possibili di questo prezioso film che tra Emilia Romagna, Toscana, Piemonte, Lombardia, sono state più di 30.

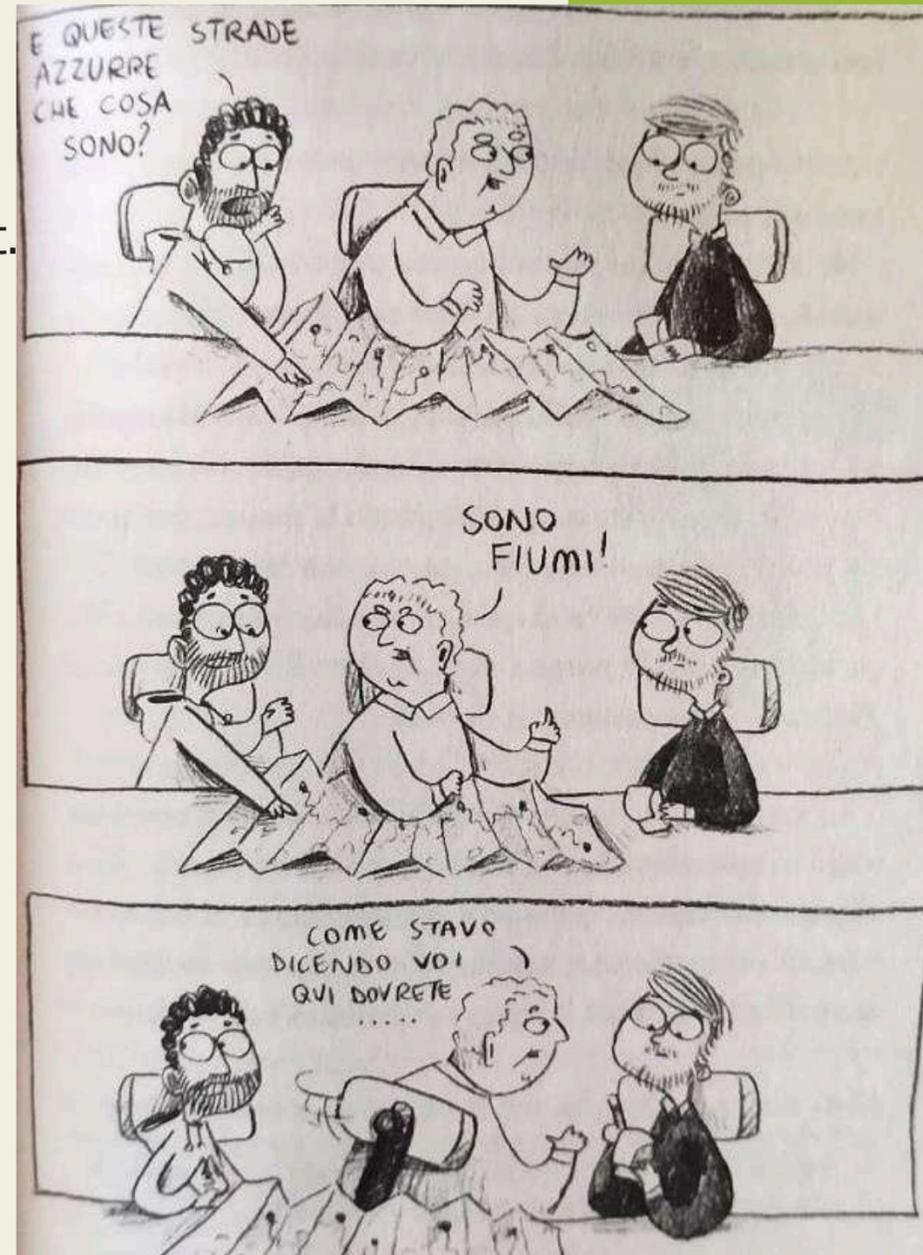
**IL FILM HA VINTO IL PRIMO PREMIO COME BEST INTERNATIONAL DOCUMENTARY ALL'HOLLIWOOD INTERNATIONAL GOLDEN AGE FESTIVAL**



## UN LIBRO PER RAGAZZI SULLA VIA DEGLI DEI (+ ALTRI 2)

Dopo l'esperienza 2023 conclusasi con l'articolo su Focus Junior dedicato alla Via degli Dei, lo scrittore Angelo Mozzilla e il disegnatore Davide Panizza hanno deciso di andare oltre: hanno infatti pubblicato un libro per ragazzi dedicato all'"impresa formidabile di due escursionisti improbabili". Il libro è stato presentato sia c/o eXtraBO sia durante l'evento Appennino Outdoor Fest.

## BELLO IL BOSCO MA NON CI VIVREI



110°  
GRAND HOTEL MAJESTIC  
GIÀ BAGLIONI  
BOLOGNA  
LEADING HOTELS

### Presentazione Libro illustrato

**Flaminia Militare**  
La strada dell'amicizia  
testo di Silvia Ceriagi • illustrazioni di Davide Tonioli

**Sabato 6 Aprile 2024**  
alle ore 17.00

L'evento si terrà presso  
la Sala Europa

gentilmente concessa dal  
**Grand Hotel Majestic Già Baglioni**,  
via dell'Indipendenza n. 8, Bologna

Con l'occasione sarà anche possibile  
visitare il pregevole basolato romano  
presente nel seminterrato

Info: Angelo Farneti, cell. 389 3168348

Comune di Monzuno  
COMUNE DI SAN BENEDETTO VAL DI SAMBRO  
Comune di Firenzuola  
Circolo LEGAMBIENTE SettaSamoggiaReno

Bello il bosco ma non ci vivrei si aggiunge ad altre 2 pubblicazioni, quelle del fumettista Davide Tonioli:

- La Via degli Dei
- Flaminia Militare. la strada dell'amicizia



## Parte 6

# PARTNERSHIP E ANIMAZIONE TERRITORIALE



# LA PARTNERSHIP CON AITR: UNA MISSION CONDIVISA

# LA DELEGAZIONE KOSOVO

La collaborazione con AITR è continuata con il progetto #NaturKosovo, iniziativa per sviluppare il turismo sostenibile in Kosovo, attraverso la salvaguardia e la valorizzazione del tratto kosovaro della Via Dinarica, un percorso di 120 km sui Balcani.

Dopo la delegazione venuta sul nostro territorio nel 2023, è stata la volta del nostro staff che, nelle giornate dal 14 al 18 luglio, è stato invitato per condividere la decennale esperienza da gestore della Via degli Dei, raccontando come best practice la governance del primo cammino sostenibile al mondo.

Il progetto è una iniziativa finanziata da "AICS -Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo" con il supporto dell'Ambasciata d'Italia a Pristina, implementata dalle ONG italiane "Volontari nel Mondo RTM" e "CELIM" in partenariato con il "CAI – Club Alpino Italiano", "Utalaya Foundation" e "A.I.T.R. – Associazione Italiana Turismo Responsabile".

Il progetto è stato ripreso e raccontato anche in Italia, in occasione di AITR Incontra (29-30 Novembre, San Giovanni in Persiceto), uno dei principali eventi nazionali sul turismo responsabile.

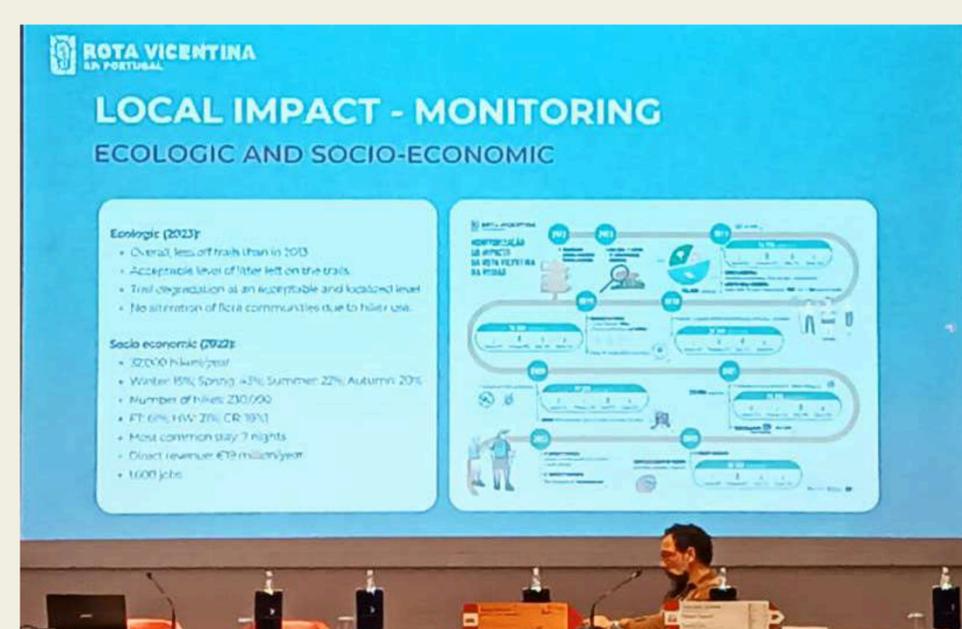


Il 23 e 24 novembre abbiamo partecipato, a Venezia, agli Stati Generali del Turismo Outdoor “Camminare l’Italia: verso una visione comune”, organizzati dal CAI con il patrocinio del Ministero del Turismo, Sport e salute, Città di Venezia e Rai Veneto, che sono stati un’importante occasione di condivisione e dialogo fra gli operatori e le istituzioni (Ministero del Turismo, Regioni, Comuni e altri Enti Pubblici) per approfondire le tematiche strategiche, fondamentali per governare lo sviluppo dei cammini italiani, sempre più numerosi. La Via degli Dei è stata protagonista non solo delle 2 giornate ma anche dei tavoli di lavoro a cui abbiamo partecipato in vista dell’evento:

- Tavolo 2: 6 novembre. Governance – Organi di governo del cammino: organizzazioni territoriali e gestione degli stakeholder, sostenibilità economica dei soggetti gestori degli itinerari.
- Tavolo 3: 30 ottobre. Raccolta dati: verso un osservatorio sul turismo outdoor e sui cammini.
- Tavolo 6: 30 ottobre. Accessibilità: la pratica delle attività outdoor è un diritto per tutti: buone pratiche esistenti e proposta di linee guida operative per i progettisti, le amministrazioni e i gestori.
- Tavolo 8: 6 novembre. Accoglienza e sostenibilità: buone pratiche per ridurre l’impatto sull’ambiente naturale.



SCARICA IL DOSSIER FINALE



# LA VIA DEGLI DEI COME BEST PRACTICE

A maggio abbiamo partecipato al seminario "Tendenze del viaggio slow nell'evoluzione del patrimonio e del turismo culturale", promosso dal Centro di Eccellenza DTC Lazio e dall'Università LUMSA nell'ambito del progetto di ricerca nazionale Changes, Spoke 9, finanziato dall'Unione europea nell'ambito di NextGenerationEU.

L'obiettivo dell'iniziativa è stato quello di sviluppare una riflessione multidisciplinare sul turismo esperienziale – in particolare modo quello legato ai cammini lenti e alla narrazione che su di essi può essere fatta dai viaggiatori/turisti – inteso come volano positivo per una fruizione consapevole di percorsi, territori e monumenti significativi per l'uomo nelle diverse epoche. Dopo il convegno sono state realizzate una serie di interviste (a Stefano Lorenzi, Francesca Biagi, Chiara Tallone) ed è recentemente uscita la pubblicazione:

Tema di riferimento: *Turismo culturale e creativo e questioni di sostenibilità*

**La valorizzazione del patrimonio culturale e paesaggistico attraverso il turismo dei cammini. Un approccio interdisciplinare applicato al caso La Via degli Dei**

Marta Grasso  
Centro di Eccellenza DTC Lazio, Università LUMSA, m.grasso5@lumsa.it

Virginia Mondello  
Centro di Eccellenza DTC Lazio, Università LUMSA, v.mondello@lumsa.it

Mario Morrica  
Centro di Eccellenza DTC Lazio, LUMSA, m.morrica@lumsa.it

parole chiave: ecosistema culturale, co-creation, experience, sustainable tourism;

Il presente intervento sviluppa in maniera complementare i temi dello Spoke 9 "Cultural Resources for Sustainable Tourism" del progetto PNRR "CHANGES", secondo i quattro assi di ricerca dell'experience, della co-creation, dell'ecosistema e della governance, i cui obiettivi sono: la definizione di linguaggi narrativi innovativi basati sullo storytelling del viaggio culturale nei paesaggi contemporanei; l'elaborazione di nuovi modelli di business incentrati sulla creazione di narrazioni basate sulla cultura.; la creazione di network stakeholder engagement e valutazione di impatto esterno; la proposta di strategie politiche volte a favorire un miglior coordinamento tra gli attori istituzionali e la costruzione di nuovi modelli reticolari di partecipazione (pubblici e privati). Tali obiettivi trovano il loro fulcro nella best practice "Via degli Dei" in quanto esperienza di turismo sostenibile *slow* in Italia, con significativi effetti sulle economie locali, sulle modalità di gestione e inclusione relative ai processi di marketing territoriale ed esperienziale, di implementazione dei sistemi valoriali delle nuove comunità aperte ai residenti temporanei e sullo sviluppo della cultura del digital storytelling in direzione di una narrazione collettiva. Contesti istituzionali che supportano la struttura di



# LO STUDIO DI LUMSA

Finanziato dall'Unione europea NextGenerationEU | Ministero dell'Università e della Ricerca | Italia Domani | DTC LAZIO CENTRO DI ECCCELLENZA DEL PATRIMONIO CULTURALE E DEL TURISMO

LUMSA UNIVERSITÀ

CHANGES - Spoke 9, Cultural Resources for Sustainable Tourism - Deliverable D3.c, D3.a, D6.f, D4.c.

Seminario di Ricerca  
**Tendenze del viaggio slow nell'evoluzione del patrimonio e del turismo culturale**

8 maggio 2024, ore 15.00  
Aula 25 - Piazza delle Vaschette 101, Roma

**h 15.00**  
SALUTI ISTITUZIONALI  
**Patrizia Bertini Malgarini**  
Direttore del Dipartimento di Scienze Umane, Università LUMSA  
**Valeria Guerrisi**  
Research Manager CdE DTC Lazio

**h 17.00**  
*I luoghi vissuti nella letteratura: da sfondo a identità*  
**Chiara Orefice** CHAIR  
Researcher CdE DTC Lazio, Università LUMSA

INTERVENGONO  
**Manuel Favaro**  
Università LUMSA  
*I luoghi del romanzo nero di consumo*  
**Cecilia Spaziani**  
Università LUMSA  
*Peregrinazioni corpo-mente nel romanzo Fratelli di Carmelo Samonà. Gli alberi e il parco nel processo identitario*

MODERA  
**Antonio Ciaschi**  
Università LUMSA

**h 15.30**  
*Paesaggi in movimento: sviluppi sul patrimonio identitario, proiezioni territoriali e riverberi sulle comunità*  
**Mario Morrica** CHAIR  
**Marta Grasso, Virginia Mondello**  
DISCUSSANT  
Researchers CdE DTC Lazio, Università LUMSA

**h 18.00**  
CONCLUSIONI  
**Simone Bozzato**  
Presidente del Centro di Eccellenza DTC Lazio

INTERVENGONO  
**Paolo Piacentini**  
Esperto nazionale di cammini, autore  
*Passo dopo passo la cura del sé, dell'altro, del territorio*  
**Silvio Marino**  
AEFV - Associazione Europea Vie Francigene  
*Uno sguardo sul Giubileo: cammini, opportunità per borghi e aree interne*  
**Stefano Lorenzi**  
Appennino Slow  
*Paesaggi costruiti dai cammini: conoscenza, consapevolezza e gestione dei beni comuni*

<https://meet.google.com/nae-kjzh-jfd>

www.lumsa.it  
www.dtc Lazio.it



## COLLABORAZIONI

- Collaborazione con NoisyVision Onlus e il viaggio sensoriale e inclusivo lungo la Via degli Dei
- Tavolo dei Cammini di APT Servizi Emilia Romagna
- Università di Roma, Trento, Ferrara, Macerata, Urbino, Facoltà di Economia ed Economia del Turismo (tesi di laurea, interviste...)
- Delegazione straniera in Italia per formazione: Colombia

## DOCENZE

- ITS - Fondazione Turismo e benessere Bologna
- Cescot
- Bologna Business School
- Docenza IFOA a Firenze - Promozione dell'attrattività e competitività dell'azienda - L'esempio Via degli Dei



Si segnala la partecipazione ad Ulisse Fest, la festa del viaggio, organizzata da Lonely Planet ad Ancona in luglio dove abbiamo parlato della Via degli Dei come motore di sviluppo per il territorio dell'Appennino.

# PARTNERSHIP E COLLABORAZIONI

## Scoprire, incontrare, camminare



Marco Giovannelli



Monica Nanetti



Stefano Lorenzi



Denis Falconieri

I cammini come esperienza di vita. Un incontro per conoscere progetti e percorsi in giro per l'Italia e non solo. Con **Monica Nanetti**, giornalista, autrice e camminatrice, **Stefano Lorenzi**, direttore di Appennino slow e promotore della Via degli Dei, **Marco Giovannelli**, giornalista e camminatore, direttore di Festival Glocal. Modera **Denis Falconieri**.



## CONVEGNI

- Convegno del Touring Club sul turismo escursionistico - BIT Milano
- Convegno a Bivigliano: "Parliamo di cammini con Paolo Ciampi, Elena Beleffi e Stefano Lorenzi
- Ecoturismo, organizzazione territoriale delle comunità ospitali", organizzato dal Biodistretto della Via Armerina e Forre, ASTA Alta Scuola di Turismo Ambientale
- Francigena Fidenza Festival, Convegno "Camminare in Emilia Romagna 2024" - La Via degli Dei si presenta

## INTERVISTE

Intervista in studio a Story Time - Radio Canale Italia - La Via degli Dei

Intervista su Radio Toscana - I dati della Via degli Dei

Interviste varie (Repubblica, Resto del Carlino, Rai, Skytg24..)

Podcast per Spotify "Erranti" - La Via degli Dei in 6 puntate



**Sulla via degli dei: APPENNINO SLOW**  
Erranti

Oggi inizia una nuova avventura firmata Erranti sulla Via Degli Dei. Ecco quindi la prima puntata, ci troviamo a Sasso Marconi dove Francesca di Appennino Slow ci racconta i...

19 dic 2024 • 34 min 21 sec.

# PARTNERSHIP E COLLABORAZIONI

**5 febbraio 2024 | ore 14-15**  
**Presentazione dello studio TCI-ENIT sul turismo escursionistico**  
Un'analisi della domanda e dell'offerta dei percorsi e dei cammini in Italia  
Sala Brown 1 | BIT 2024 | Milano Allianz MiCo

*Il turismo escursionistico – viaggio itinerante a piedi, in contesti generalmente rurali o montani per motivazioni naturalistiche, religiose/spirituali o di benessere psicofisico – è ormai diffuso da anni e ha avuto un primo solido riconoscimento in Italia nel 2016, quando è stato proclamato l'Anno dei Cammini, pur restando comunque in una dimensione limitata in termini di utenza. Una sua più ampia diffusione si è avuta nel periodo Covid che ha rappresentato un punto di discontinuità in generale per il mondo dei viaggi. Con la pandemia, infatti, e con le connesse necessità di distanziamento e di stare all'aria aperta, il turismo a piedi ha vissuto uno sviluppo improvviso e forse inatteso: a una nicchia consolidata di appassionati si è affiancato infatti un pubblico più generalista. L'incontro è l'occasione per presentare i risultati dello studio condotto dal Centro Studi TCI per ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo e per parlarne con alcuni protagonisti del settore.*

**INTERVENTI**  
Giulio Lattanzi, Direttore Generale Touring Club Italiano  
Stefano Lorenzi, Coordinatore Appennino Slow  
Matteo Montebelli, Responsabile Ricerche e Pubblicazioni Centro Studi Touring Club Italiano  
Maria Elena Rossi, Direttore Marketing e Promozione ENIT-Agenzia Nazionale del Turismo  
Antonella Tiranti, Dirigente Servizio Turismo, Sport e Film Commission Regione Umbria

Modera Stefano Brambilla, Caporedattore Contenuti Digitali Touring Club Italiano

## PARTECIPAZIONE A EVENTI SUL TERRITORIO

- San Locca day - Bologna
- Appennino in Vetrina – Monghidoro
- Montagna in Fiera - Castiglione dei Pepoli (con Focus Appennino in Vetrina)
- Fira di Sdaz - Pontecchio Marconi
- Appennino Outdoor Festival - Sasso Marconi
- Tartufesta - Sasso Marconi
- Festa della Via della Lana e della Seta - Castiglione dei Pepoli
- Festa della Via medicea (presentazione di tutti i cammini) - Prato

## EVENTI E MANIFESTAZIONI



A photograph of two hikers walking away from the camera on a dirt trail through a forest. The hiker on the left is wearing a grey cap, a light-colored shirt, dark shorts, and a large blue and black backpack, using two trekking poles. The hiker on the right is wearing a white shirt, dark pants, and a black backpack, also using trekking poles. The forest is dense with tall trees and green undergrowth. A large green diagonal shape is overlaid on the right side of the image, containing white text.

Parte 7

# AZIONI DI MARKETING

Appennino Slow

## PARTECIPAZIONE A WORKSHOP E FIERE DI SETTORE

Grazie alla collaborazione con Territorio Turistico Bologna- Modena, APT Servizi e Bologna Welcome abbiamo partecipato a diverse fiere nazionali ed internazionali specializzate sulle tematiche di outdoor.

Di seguito le fiere e i workshop a cui abbiamo partecipato come staff Appennino Slow:

- Agri Travel & Slow Travel Expo Bergamo - Febbraio - Workshop operatori B2B e postazione
- Bit Milano - Febbraio - Presentazione B2C
- Fre.e - Monaco di Baviera - Febbraio - Postazione B2C
- B2CSalon Mahaa Lione - Marzo - Postazione B2C
- Fa' la cosa giusta Milano - Marzo - Postazione B2C
- Fiera del Cicloturismo Bologna - Aprile - postazione B2C
- Salone del Camper Parma - Settembre - Postazione B2C
- Italian Bike Festival Misano Adriatico -Settembre- Workshop operatori B2B e postazione B2C
- TTG Travel Experience Rimini - Ottobre - Workshop operatori B2B e postazione B2C

A queste fiere si aggiungono le fiere a cui abbiamo fornito i prodotti turistici da presentare a cui ha partecipato lo staff di extraBO:

- Vakantiebeurs - Utrecht, 11-14 gennaio 2024
- Matka Travel Fair Helsinki - 17-21 febbraio 2024- Workshop operatori B2B
- FESPO Zurigo - 1-4 febbraio 2024 - Postazione B2C
- ITW NOVA Desenzano del Garda - 11-14 aprile 2024 - Workshop operatori B2B
- Workshop Paesi Nordici Stoccolma 2023-2024 - Workshop operatori B2B

# FIERE E WORKSHOP



## PARTECIPAZIONE A WORKSHOP E FIERE DI SETTORE

La partecipazione a questi eventi continua ad essere un investimento davvero importante e significativo, in termini di costi e di impiego di risorse umane, ma riteniamo che sia indispensabile porre delle basi per raggiungere nuovi mercati.

I riscontri ottenuti, sia positivi, che negativi, in termini di interesse, rappresentano un archivio di informazione fondamentale per proseguire nell'opera di promocommercializzazione.

Chiaramente, questo tipo di attività non si limita alla presenza allo stand o al workshop ma, per portare dei risultati prevede anche un incessante lavoro da parte del nostro staff di:

- analisi del mercato a cui proporsi (quali sono le parole chiave, le necessità, gli interessi principali, i must have, le specificità..)
- studio dei principali benchmarkers
- ideazione della proposta giusta (con la consapevolezza che richiederà continui aggiustamenti)
- individuazione delle strategie e dei canali di comunicazione suddivisi per mercati e target in accordo col comparto comunicazione
- definizione del budget di investimento per la campagna di comunicazione

I riscontri positivi iniziano a vedersi: i dati dimostrano che sia nelle richieste di informazione che nei pacchetti turistici c'è una corrispondenza tra i bacini di utenza principali e le fiere di settore/workshop a cui abbiamo partecipato.



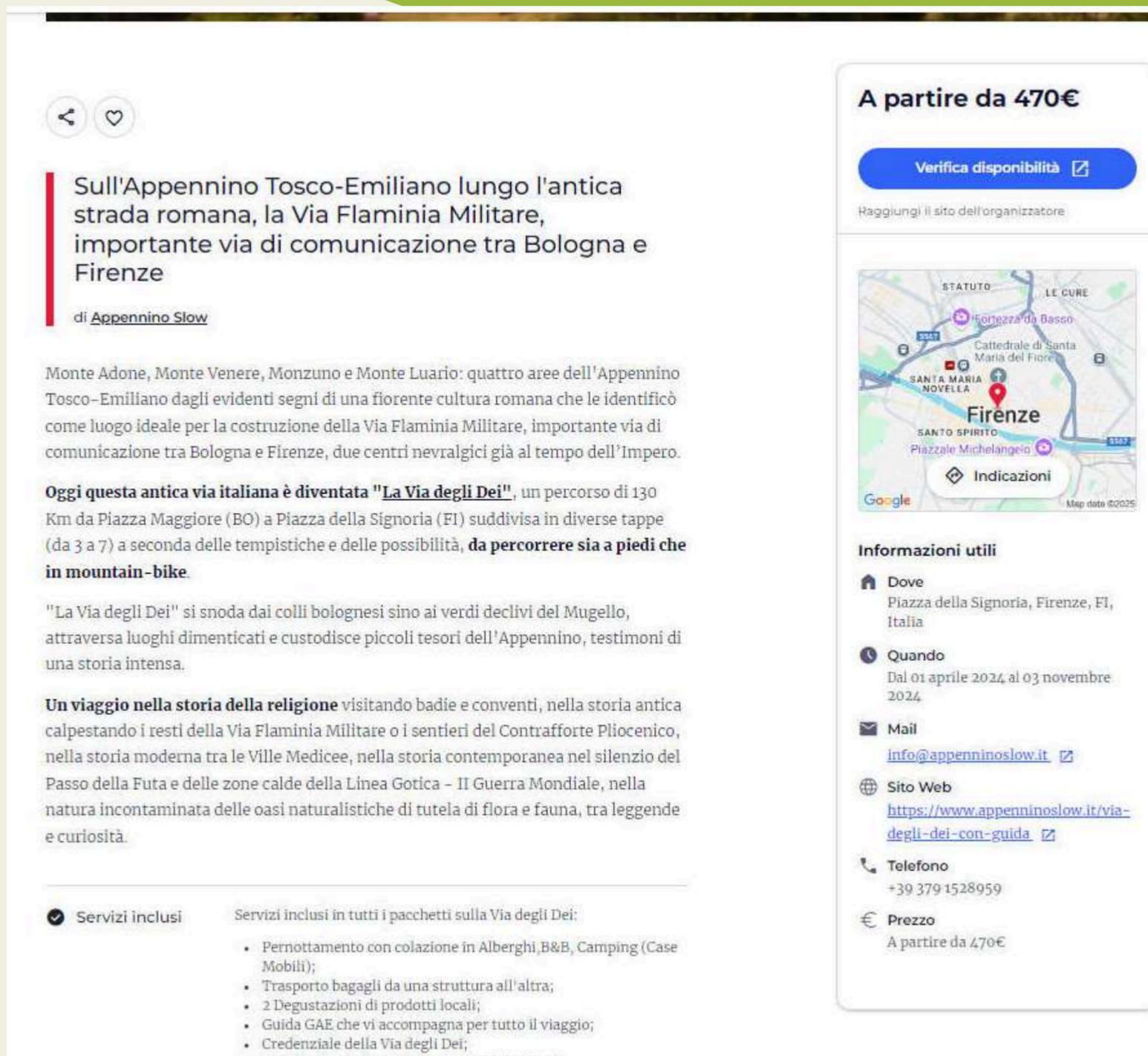
## COMMERCIALIZZAZIONE DI PROPOSTE TURISTICHE

# FIERE E WORKSHOP

Continua la collaborazione con le nostre DMC di riferimento (Bologna Welcome lato emiliano e Visit Tuscany lato toscano) per la commercializzazione di pacchetti B2B relativi al territorio della Via degli Dei.

Oltre all'inserimento di proposte uguali su entrambi i versanti (differenziate però tra gruppi e individuali con la possibilità di costruire viaggi su misura), abbiamo partecipato a diversi workshop B2B durante le fiere che prima ci vedevano solo al desk B2C.

La partecipazione alle fiere è importante per un confronto con gli altri operatori ed anche con il mercato e la domanda stessa: migliorare e qualificare i nostri prodotti e differenziare maggiormente i servizi che possiamo offrire sul cammino sono la base per continuare a crescere.



Sull'Appennino Tosco-Emiliano lungo l'antica strada romana, la Via Flaminia Militare, importante via di comunicazione tra Bologna e Firenze

di [Appennino Slow](#)

Monte Adone, Monte Venere, Monzuno e Monte Luario: quattro aree dell'Appennino Tosco-Emiliano dagli evidenti segni di una fiorente cultura romana che le identificò come luogo ideale per la costruzione della Via Flaminia Militare, importante via di comunicazione tra Bologna e Firenze, due centri nevralgici già al tempo dell'Impero.

**Oggi questa antica via italiana è diventata "La Via degli Dei", un percorso di 130 Km da Piazza Maggiore (BO) a Piazza della Signoria (FI) suddivisa in diverse tappe (da 3 a 7) a seconda delle tempistiche e delle possibilità, da percorrere sia a piedi che in mountain-bike.**

"La Via degli Dei" si snoda dai colli bolognesi sino ai verdi declivi del Mugello, attraversa luoghi dimenticati e custodisce piccoli tesori dell'Appennino, testimoni di una storia intensa.

**Un viaggio nella storia della religione** visitando badie e conventi, nella storia antica calpestando i resti della Via Flaminia Militare o i sentieri del Contrafforte Pliocenico, nella storia moderna tra le Ville Medicee, nella storia contemporanea nel silenzio del Passo della Futa e delle zone calde della Linea Gotica - II Guerra Mondiale, nella natura incontaminata delle oasi naturalistiche di tutela di flora e fauna, tra leggende e curiosità.

**Servizi inclusi** Servizi inclusi in tutti i pacchetti sulla Via degli Dei:

- Pernottamento con colazione in Alberghi, B&B, Camping (Case Mobili);
- Trasporto bagagli da una struttura all'altra;
- 2 Degustazioni di prodotti locali;
- Guida GAE che vi accompagna per tutto il viaggio;
- Credenziale della Via degli Dei;

**A partire da 470€**

[Verifica disponibilità](#)

Raggiungi il sito dell'organizzatore



**Informazioni utili**

- Dove**  
Piazza della Signoria, Firenze, FI, Italia
- Quando**  
Dal 01 aprile 2024, al 03 novembre 2024
- Mail**  
[info@appenninoslow.it](mailto:info@appenninoslow.it)
- Sito Web**  
<https://www.appenninoslow.it/via-degli-dei-con-guida>
- Telefono**  
+39 379 1528959
- Prezzo**  
A partire da 470€



# PROPOSTE PER IL 2025

Appennino Slow

## ALCUNE PROPOSTE IN LINEA CON LA STRATEGIA CONDIVISA 2024-2026 PER LA CERTIFICAZIONE

- PARTECIPAZIONE A FIERE E DEFINIZIONE DI CAMPAGNA COMUNICAZIONE PER LA DESTAGIONALIZZAZIONE (OBIETTIVO 1A)
- DEFINIZIONE DI UN CALENDARIO EVENTI UNICO LUNGO LA VIA (OBIETTIVO 1B)
- GUIDA VIA DEGLI DEI VEGAN, VEGETARIANA E GLUTEN FREE (OBIETTIVO 1C)
- IMPLEMENTAZIONE DELL'UFFICIO STAMPA ESTERO (OBIETTIVO 1C)
- DEFINIZIONE DI PERCORSI ACCESSIBILI PIU' BREVI (OBIETTIVO 3A)
- INCONTRI DI COORDINAMENTO CON I DUE CAI PER LA DEFINIZIONE DI STANDARD DELLA CARTELLONISTICA, ANCHE IN CASO DI EMERGENZA (OBIETTIVO 3B)
- DEFINIZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE EMERGENZA (OBIETTIVO 3C E 4C)
- CARTA DELL'ACCOGLIENZA CON GLI OPERATORI E TUTTE LE AZIONI CHE NE CONSEGUONO (OBIETTIVO 4)
- NEWSLETTER DEL CAMMINO (OBIETTIVO 5)
  
- SOSTENIBILITA' SOCIALE: questionario per un maggiore coinvolgimento dei residenti (osservazione di Vireo)

## PROPOSTE PER IL 2025



**PER COMPLETARE IL REPORT SI ALLEGA:  
ALLEGATO 1 - Report comunicazione anno 2024**

### **INFO E CHIARIMENTI**

**Appennino Slow** [marketing@appenninoslow.it](mailto:marketing@appenninoslow.it)

Stefano Lorenzi 339 8283383

Francesca Biagi 339 6409678

**Ufficio Turistico Comune di Sasso Marconi**

[info@infosasso.it](mailto:info@infosasso.it) - 051 6758409



**Appennino Slow**