Citation: C. Podda, P. Secchi, S. Lampreu (2020). Turismo religioso e sviluppo delle aree rurali. Considerazioni sul caso della Sardegna. *Bollettino della Società Geografica Italiana* serie 14, 3(2): 39-54. doi: 10.36253/bsgi-1227

Copyright: © 2020 C. Podda, P. Secchi, S. Lampreu. This is an open access, peer-reviewed article published by Firenze University Press (<http://www.fupress.com/bsgi>) and distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

Data Availability Statement: All relevant data are within the paper and its Supporting Information files.

Competing Interests: The Author(s) declare(s) no conflict of interest.

For Italian evaluation purposes: Cinzia Podda takes responsibility for sections 4, 5, 6 and 8, Paolo Secchi for sections 1, 2 and 3, and Salvatore Lampreu for section 7.

Turismo religioso e sviluppo delle aree rurali. Considerazioni sul caso della Sardegna

Religious tourism and the development of rural areas. Considerations on the case of Sardinia

CINZIA PODDA¹, PAOLO SECCHI¹, SALVATORE LAMPREU²

¹ *Dipartimento di Storia, Scienze dell'Uomo e della Formazione (DISSUF), Università degli Studi di Sassari, Italia*

² *Dipartimento di Scienze Umanistiche e Sociali, , Università degli Studi di Sassari, Italia*
E-mail: cpodda@uniss.it; paolosecchi@gmail.com; slampreu@uniss.it

Abstract. Religious tourism is a very important sector in the sphere of cultural tourism and can be an authentic engine of development, especially for rural areas, which are the subject of various policies implemented at a regional and national level within specific European programmes aimed at improving territorial cohesion and increasing social and economic development. While it is true that the most iconic sanctuaries are the main attraction, it is equally true that if adequately exploited, minor religious sites can also represent a potential resource capable of attracting new and more consistent flows of visitors. The paths of faith could be a possible answer to these development needs given that, as established by the European Council, they are a useful instrument for increasing the competitiveness and the development of the traversed areas, also strengthening their identity. In Sardinia, an attempt in this direction can be identified in the actions implemented by the Region through the establishment of the Excursion Network of Sardinia, which has recognised the importance of the “itineraries” as a tool for seasonal adjustment and sustainable development: the setting up of a Regional Cadastre for Paths and Horse trails and an organised network, such as the Sardinia Trekking Portal, to be implemented with religious itineraries, can thus be interpreted as a marketing action aimed at promoting the paths and trails.

Keywords: religious itineraries, enhancement of rural areas, territory, representations.

Riassunto. Il turismo religioso rappresenta un settore di non secondaria importanza nell'ambito del turismo culturale e può rappresentare un vero e proprio motore di sviluppo soprattutto per le aree rurali, oggetto di diverse politiche attivate a livello nazionale e regionale all'interno di specifici programmi europei tendenti a migliorare la coesione territoriale e ad incrementare lo sviluppo sociale ed economico. Se è vero che gli attrattori principali sono i santuari maggiormente iconici, è altrettanto vero che i siti religiosi minori rappresentano, se adeguatamente valorizzati, una risorsa potenziale in grado di veicolare nuovi e più consistenti flussi di visitatori. Gli itinerari della fede, poi, potrebbero rappresentare una possibile risposta a tali necessità di sviluppo visto che, come stabilito dal Consiglio d'Europa, costituiscono uno strumento utile ad accrescere la competitività e lo sviluppo delle aree attraversate, anche con il rafforzamento dell'identità. In Sardegna, un tentativo in questo senso può essere individuato nelle azioni

messe in campo dalla Regione attraverso l'istituzione della Rete Escursionistica della Sardegna, che ha riconosciuto l'importanza dei "cammini" come strumento per la destagionalizzazione e per lo sviluppo sostenibile: l'allestimento di un Catasto Regionale per i Sentieri e le Ippovie e di una rete organizzata, come il portale *Sardegna Sentieri*, da implementare con i percorsi religiosi, può essere interpretato come un'azione di marketing finalizzata alla promozione dei cammini.

Parole chiave: percorsi religiosi, valorizzazione aree rurali, territorio, rappresentazioni.

1. Premessa

Il lavoro affronta il tema del turismo religioso inteso non solamente nell'accezione estetica o legata allo svago, bensì come intenzionalità connessa alla sacralità e alla spiritualità. In questo senso, il rapporto tra individuo e religione, espresso attraverso simboli materiali e immateriali, potrebbe divenire l'oggetto di una possibile strategia destinata a migliorare le condizioni di sviluppo delle aree marginali.

In una prospettiva fenomenologica, infatti, il sacro è definibile nel senso dell'esperienza del *numinoso*, ossia il sentimento per cui l'uomo religioso si pone di fronte ad una trascendenza non commisurabile a sé (Van der Leeuw 1960; Eliade 1967; Otto 1994). Perciò, la religiosità è la ripetizione di tale esperienza in determinati luoghi, tempi e mediante specifiche ritualità, giacché "una religione è un sistema solidale di credenze e di pratiche relative a cose separate, interdette e che uniscono in un'unica comunità morale tutti gli aderenti" (Durkheim 1963). In tale quadro, la spiritualità è l'atteggiamento del credente il quale individua il radicamento più profondo della vita non nel mondo fisico ma in uno ultraterreno, laddove la vita stessa è intesa come pellegrinaggio verso un compimento ulteriore (Festugière 1913).

I fondamenti che stanno alla base del turismo religioso, pertanto, declinato nella pratica del pellegrinaggio, sono strutturalmente connessi all'accezione di sacralità, spiritualità e religiosità, i quali lo connotano di valori che possono identificarlo come bene culturale immateriale, oltre a renderlo fruibile attraverso un particolare viaggio esperienziale, vissuto non solo "fisicamente" ma, soprattutto, "interiormente" e "intellettualmente".

L'approccio metodologico tiene conto proprio di questa specificità. Il turismo religioso, infatti, non è semplicemente quello generato dai rilevanti "simboli della fede" meta di imponenti flussi turistici, ma è anche quello della ruralità, delle chiese campestri e dei "percorsi": una dimensione, intimamente legata alla sacralità, capa-

ce di generare nuovi processi di sviluppo in aree svantaggiate. Il caso della Sardegna, con l'istituzione ufficiale di una rete sentieristica "a tema", consente tale sperimentazione/applicazione in quanto offre la possibilità di promuovere i cammini della fede, all'interno del più generale processo di valorizzazione della mobilità lenta.

2. Dai percorsi della fede al turismo religioso

Distintiva di molte religioni, la pratica del pellegrinaggio si è diffusa in modo determinante nel Cristianesimo, sin dai suoi albori, come pratica di culto, di penitenza, di riscatto morale e di percorso spirituale¹. Originariamente i viaggi erano individuali, frutto di una spinta interiore che nasceva dal desiderio di ripercorrere il tragitto su cui si erano svolti gli eventi legati alla vicenda del Cristo. Altri erano animati dal desiderio di cercare reliquie sacre (Egeria, ecc.), moltiplicando le mete di pellegrinaggio, che risultava salvifico per tutti coloro che intraprendevano il viaggio lungo svariate vie di redenzione (Stopani 1991).

L'affluenza di pellegrini in Terra Santa, rimasta costante durante l'Alto Medioevo, si intensificò dopo il Mille nel clima di generale risveglio politico-sociale in cui si svolse la prima Crociata, conclusasi con la conquista di Gerusalemme. La Via Francigena, che nel tempo si era tramutata da percorso di pellegrinaggio in tragitto di commercio, in questa fase svolse un ruolo eminente di principale canale di comunicazione e contribuì a determinare l'unità culturale occidentale europea (Stopani 1991). L'espansione dell'Islam aveva reso quasi impossibile l'arrivo dei pellegrini in Terra Santa e, perciò, i pellegrinaggi si rimodularono su mete europee, quali Santiago de Compostela e Roma. Contestualmente, prese forza la connotazione penitenziale del viaggio, la quale si concretizzava nei *Giubilei del perdono*. L'idea generatrice fu quella dell'acquisizione dell'indulgenza, utile sia per sgravare la vita personale dalle sanzioni dovute al peccato, sia per ricomporre la vita collettiva mediante pratiche solidali proprie alla carità sociale².

Nel Tardo Medioevo il pellegrinaggio conobbe un'ulteriore mutazione: da penitenziale divenne devozio-

¹ Il viaggio a scopo religioso è normalmente considerato la prima forma di turismo ed il pellegrinaggio – da *peregrinus*, per *ager* (attraverso i campi) o per *eger* (passaggio di frontiere) – è una tipologia di viaggio che, secondo gli storici, era già in uso sin dagli albori dell'umanità e, sebbene in parte desacralizzato, continua a permanere nel tempo (Lavarini 1997, 29).

² All'indulgenza, si accompagnò, nel tempo, anche il pellegrinaggio penitenziale determinato dalla sanzione civile, poi scomparso. Ora si sta lavorando nell'ambito dei pellegrinaggi Romei per recuperarlo in modo innovativo.

nale e taumaturgico, ossia veniva realizzato per venerare effigi o reliquie di santi direttamente nei luoghi dove esse si conservavano. Un'evoluzione che segnò un sensibile cambiamento della religiosità popolare. Fiorirono così i santuari mariani, sulla base di apparizioni, ritrovamenti miracolosi di statue e di icone o di eventi portentosi (Loreto, Pompei, ecc.).

I significati, le motivazioni e le modalità del moderno "viaggiare sacro" conformano, però, una concettualizzazione parzialmente inedita, rispetto al pellegrinaggio, in quel particolare segmento turistico che è il turismo religioso. Non c'è dubbio che questa specifica tipologia turistica venga ad arricchire lo scenario della stessa mobilità, soprattutto nell'attuale fase storico-sociale, caratterizzata da una più consapevole fruizione del tempo libero. Il turismo religioso, infatti, articolando elementi appartenenti ad ambiti misti di evidente riferimento sociale, culturale e religioso, rispecchia tendenze tipiche della post-modernità.

Nel linguaggio corrente, "turismo religioso", prima ancora che indicare uno specifico fenomeno sociale e culturale, emerge come dizione linguistica alternativa, ma in stretta analogia con "pellegrinaggio", di cui appare sovente come sinonimo³. L'analisi di alcune sue essenziali tappe evolutive può essere utile a chiarire meglio il concetto.

Nei processi di rinnovamento avviati dal concilio Vaticano II (1962-1965) prende forma anche un *Direttorio generale per la pastorale del turismo* (*Peregrinans in terra*) destinato a diventare un riferimento imprescindibile del pensiero della Chiesa cattolica sul fenomeno del turismo. In un successivo documento, *Chiesa e mobilità umana* (1978), si sostiene che il turismo religioso si svolge con i mezzi tipici di quello moderno, ma rendendo possibile ad un maggior numero di persone la frequentazione di santuari e le visite ai luoghi più cari alla pietà cristiana.

Dopo gli anni Ottanta, sempre sulla scia del pellegrinaggio, emerge in modo graduale una nuova e particolare prassi dello spostamento a connotazione religiosa il quale, privilegiando aspetti culturali, solidali e sociali, si assimila alle forme del turismo culturale e del turismo sociale, soggettiva e sganciata dalle istituzioni ecclesiastiche (Sanguanini 1995).

Volgendo lo sguardo verso il futuro, le prospettive del turismo religioso vanno individuate nella capacità di produrre una nuova cultura del viaggio che sappia coniugare le attese delle coscienze individuali con la creatività professionale dei tour operator e con le compe-

tenze dei promotori locali ed ecclesiali. Occorre anche sottolineare che la domanda appare condizionata da tendenze esterne, come i grandi eventi religiosi, dalle mode turistiche, come l'agriturismo, dalla visibilità promozionale dei mass media, dalla cresciuta scolarizzazione e dalla ricerca religiosa (Battilani 2001). Di conseguenza, il turismo religioso presenta cifre di oscillazione e di instabilità imprescindibili dalla sua tipicità di offerta. Perciò, ancora, parrebbe necessitare di un ordinamento mediatore (politico ed ecclesiastico) in grado di ottimizzare offerta e domanda, competenze e nuove figure professionali. È per reazione a questa varia molteplicità di esigenze che si sviluppa un'ulteriore categoria di viaggio: l'itinerario culturale. Questo concetto è andato infatti ad aggiungersi alla già ampia serie di tipologie di beni culturali e, tra tutte, è di certo tra le più complesse, sia come individuazione e riconoscimento del bene stesso sia come progettazione e gestione. Peraltro, si ricongiunge direttamente al paesaggio, a sua volta bene culturale articolato ed intriso di molteplici componenti della stessa categoria concettuale, materiale e immateriale. Connesso all'idea di itinerario c'è, poi, quello di strada, di via, di movimento. L'originario modello di itinerario culturale è quello che segue le tracce di un antico cammino, di una strada storica che nei secoli ha mantenuto la sua funzione. Ma il concetto di itinerario è in realtà molto più ampio: si sono creati nuovi itinerari seguendo un tema, una tipologia di beni culturali o anche elementi legati alla produzione naturale o industriale di una regione. Un itinerario, in fondo, è la manifestazione di un processo mentale basato sull'individuazione di connessioni tra elementi esistenti o da creare, e può essere, perciò, il risultato di un'analisi storica, ma anche di una nuova ideazione progettuale.

3. I percorsi culturali religiosi come offerta turistica

Tra le offerte turistiche che rappresentano autentici casi della parziale coincidenza tra il fenomeno del turismo culturale e quello religioso, si può segnalare l'esperienza degli *Itinerari Culturali Europei* promossi dal Consiglio d'Europa nel 1987, dove i diversi cammini che conducono a Santiago de Compostela vengono presentati come il primo *Itinerario Culturale Europeo* e che, nel 1993, l'UNESCO ha dichiarato patrimonio dell'Umanità⁴. L'assise precisava che: "Per itinerario culturale euro-

³ Nocifora (2010), ad esempio, definisce il turismo religioso come "una pratica turistica che ha come meta luoghi che hanno una forte connotazione religiosa ma la cui motivazione è eminentemente culturale e/o spirituale, quando non direttamente etnica, o naturalistica, o a carattere etico/sociale, ma non religiosa in senso stretto".

⁴ Tra i *Grandi Itinerari del Consiglio d'Europa* alcuni sono connotati specificamente in senso culturale-religioso. Si possono menzionare, tra gli altri, i Cammini di Santiago de Compostela, la Via Francigena, l'itinerario di San Martino di Tours, i siti cluniacensi in Europa, la Transromanica, gli itinerari del patrimonio Romanico europeo, l'itinerario europeo

peo si intende un percorso che copre uno o più paesi o regioni e che si organizza attorno a temi il cui interesse storico, artistico o sociale sia chiaramente europeo, o in funzione del tracciato geografico dell'itinerario o in rapporto alla natura e/o alla portata del suo contenuto e del suo significato". I suoi principali obiettivi erano indicati in numero di tre: rendere più visibile ed apprezzabile e far vivere agli europei la loro comune identità culturale; tutelare e valorizzare il patrimonio culturale europeo come fattore di miglioramento del quadro di vita e fonte di sviluppo sociale, economico e culturale; offrire nuove opportunità di impiego del tempo libero, assegnando un ruolo di rilievo al turismo culturale ed alle pratiche connesse. Inoltre, veniva sottolineato che: "La qualificazione di "europeo" data ad un itinerario implica un significato e una dimensione culturale che non siano strettamente locali. L'itinerario deve articolarsi su un numero di punti forti, luoghi particolarmente ricchi di storia e rappresentativi dell'identità culturale europea". L'iniziativa del Consiglio d'Europa di fare del cammino verso Santiago un percorso simbolico nel processo di costruzione dell'Europa si basa, infatti, sulla constatazione per cui, al di là della loro dimensione religiosa, i Cammini di Santiago sono stati luoghi di scambi e di incontri continui, un modo privilegiato per comunicare e per conoscere, una sorgente di solidarietà che è alla base e all'origine dell'identità europea. In questa prospettiva, sono previsti anche diversi interventi volti a salvaguardare i percorsi stessi e il loro ambiente, a restaurare il patrimonio architettonico ad essi collegato, a predisporre iniziative di animazione culturale.

Ad oggi, il Consiglio d'Europa ha conferito il titolo di *Grandi Itinerari Culturali Europei* alle due principali vie di pellegrinaggio percorse fin dal Medioevo da migliaia di uomini e donne. Una è, appunto, il Cammino di Santiago che, attraversando il nord della Spagna, dai Pirenei alla Galizia, porta alla tomba dell'apostolo Giacomo, custodita nella cattedrale di Santiago de Compostela. L'altra è la Via Francigena che, dal nord Europa (Canterbury), percorre la Francia e si snoda per la nostra penisola sino a Roma, alla tomba dell'apostolo Pietro.

Rispetto a questi due cammini, è importante segnalare l'attivazione del progetto internazionale *I Cammini d'Europa*, ideato e maturato nell'ambito della cooperazione transnazionale LEADER+. Il suo obiettivo, in primo luogo, è costituito dalla valorizzazione dei territori attraversati dagli itinerari culturali *Via Francigena* e

Cammino di Santiago de Compostela tramite la promozione delle risorse locali (ambiente naturale, emergenze storiche, produzioni tipiche, tradizioni culturali)⁵; in secondo luogo, dallo sviluppo di attività di promozione e "commercializzazione" degli itinerari e delle realtà territoriali interessate, anche tramite azioni di collegamento ai due cammini (in termini di apertura di sentieristica, realizzazione di cartellonistica, preparazione di materiali promozionali, sostegno alle imprese, organizzazione di eventi e manifestazioni): tutto ciò con l'intento di sensibilizzare e coinvolgere enti, operatori e comunità locali nell'organizzazione e nella qualificazione dell'offerta turistica.

I numerosi risultati hanno favorito un forte coinvolgimento delle popolazioni locali, attraverso scambi di esperienze in ambito culturale e sociale, delle istituzioni, attraverso la condivisione di protocolli di cooperazione e l'avvio di gemellaggi tra municipalità, e degli operatori economici e culturali dei vari territori coinvolti. Un percorso di lavoro che si auspica destinato a continuare nel tempo e ad ampliare le possibilità di incontro e di compartecipazione di esperienze economiche, culturali e sociali di una parte importante dei popoli dell'Unione europea.

I *Cammini d'Europa*, come detto, costituiscono una fitta trama di itinerari che percorrono da ovest ad est e da nord a sud l'intera Europa. A partire dai due itinerari culturali europei principali (Via Francigena e Cammino di Santiago) si intende rafforzare la rete dei soggetti che, a vario titolo, sono interessati alla loro valorizzazione e a collaborare a progetti collaterali. È il caso del progetto di cooperazione transnazionale promosso dai due Gruppi di Azione Locale SOPRIP S.p.A. (di Parma e Piacenza) e Portodemouros (in Spagna) e, grazie alla strategia di lavoro in capo all'avvio del progetto, avvenuta nel settembre 2003, si è ampliato e consolidato un ampio partenariato che ha collaborato e continua a collaborare allo sviluppo degli obiettivi e all'attuazione delle azioni di progetto. Nel gennaio 2004 si è costituito il gruppo *I Cammini d'Europa G.E.I.E.* (Gruppo Europeo di Interesse Economico)⁶ con la funzione di struttura operativa comune con due sedi, una in Italia, a Parma, ed una in Spagna, a Santiago de Compostela⁷.

⁵ I Paesi attraversati dai due itinerari sono: Italia, Spagna, Francia, Portogallo e Svezia.

⁶ Attualmente partecipato da: SOPRIP S.p.A., Instituto de Desarrollo Comunitario de Galicia, Associazione Europea delle Vie Francigene e dai GAL Portodemouros, Valle d'Aosta, Lunigiana, Ribeira Sacra Lucense, Sviluppo Vulture, Antico Frignano, Val do Limia e Fondazione del Vastese.

⁷ Oggi la maggior parte dei pellegrini arriva al sepolcro dell'apostolo attraverso il *Cammino francese* che si snoda per 744 km: parte da St-Jean Pied de Port, varca i Pirenei a Roncisvalle e attraversa l'Aragona,

delle abbazie cistercensi, l'itinerario dei cammini di Sant'Olav e la Via Romea Germanica. Sono in corso di validazione altre proposte come, ad esempio, il Cammino di San Colombano, che coinvolge l'Italia e la Francia, e la Romea Strata che dai Paesi Baltici e dalla Polonia conduce i pellegrini alla Città di San Pietro e di San Paolo.

In seno al progetto *I Cammini d'Europa*, nell'ottobre del 2006, è stato anche costituito il *Comitato Scientifico Internazionale* che ha per obiettivo la precisazione degli itinerari che, per motivazioni storiche e tradizionali, possono definirsi *Cammini d'Europa*. Un momento importante del lavoro intrapreso è stato l'elaborazione di un progetto di marketing strategico-operativo, realizzato con la consulenza dell'*Opera Romana Pellegrinaggi*, la quale ha previsto l'allestimento di speciali pacchetti turistici, la produzione di cataloghi d'offerta e la partecipazione a fiere turistiche in campo europeo.

L'accreditamento delle strutture turistiche, di quelle ricettive e di informazione mediante la concessione in uso del marchio *Cammini d'Europa* è una delle azioni di identità ed integrazione avviate nell'ambito della rete⁸. Ogni Gruppo di Azione Locale sta, cioè, sviluppando una parte del progetto nel rispondere alle specifiche esigenze del proprio territorio secondo gli obiettivi in base ai quali si sono individuate le linee di lavoro: sensibilizzazione e coinvolgimento di enti, operatori e comunità locali; organizzazione e qualificazione dell'offerta turistica; organizzazione di eventi ed attività di interesse locale. Volendo riferirsi ad elementi quantitativi è sufficiente citare alcuni dati forniti dall'United Nations World Tourism Organization (UNWTO), riferiti al 2016, secondo cui, su 1.186 milioni di viaggiatori, più di 300 milioni di persone (pari al 27% del totale) si sono recate in una destinazione tra "i 35 principali santuari nel mondo", generando un giro d'affari di circa 18 miliardi di dollari⁹. In Italia, poi, il turismo religioso muove ogni anno oltre 40 milioni di persone tra pellegrini, vacanzieri ed escursionisti, anche se solo il 3% dei viaggi include un pernottamento, per una spesa di circa 2,5 miliardi di euro, ad esclusione dei dati riferiti alle strutture ricettive ecclesiastiche¹⁰. Per il 71,9% la motivazione religiosa rappresenta la principale ragione di scelta del soggiorno, di cui il 37% è legato alla partecipazione ad eventi di carattere spirituale. I turisti stranieri religiosi in Italia pro-

venono prevalentemente da: Germania (13,5%), Polonia (12,9%), USA (12,4%), Spagna (10,6%) e Francia (8%)¹¹. È nota la polarizzazione esercitata dai santuari maggiormente iconici, che raggiungono cifre tra i 3 e 5 milioni di visitatori (San Pietro, Loreto, Basilica del Santo a Padova, ecc.) a fronte dei siti minori, caratterizzati da un bacino di utenza circoscritto, con i visitatori locali che, pur esaurendo la visita nell'arco di una giornata, potrebbero comunque rappresentare un'alternativa, ossia un'offerta per quanti non possono permettersi di raggiungere i grandi santuari della tradizione, generando così un turismo "di prossimità".

4. I luoghi della fede tra turismo emozionale e turismo rurale

La promozione delle aree con difficoltà di sviluppo, generalmente identificate con quelle rurali¹², interne e marginali, è l'oggetto di diverse politiche attivate a livello nazionale e regionale all'interno di specifici programmi europei tendenti a migliorare la coesione territoriale e a incrementare lo sviluppo sociale ed economico. La strategia perseguita dal programma europeo *Horizon 2020*, ad esempio, è tesa proprio a favorire la crescita inclusiva, sostenibile ed intelligente grazie all'adozione di politiche basate sulla valorizzazione del capitale territoriale, da riscoprire come elemento di forte valore identitario e culturale¹³. Un capitale, a differente composizione e qualificazione, di cui le aree rurali dispongono ampiamente e che, in una dimensione incentrata sull'approccio *bottom-up*, potrebbe costituire un elemento strategico utile ad accrescere la propria competitività. La valorizzazione degli elementi più significativi e di maggior attrattività, infatti, consentirebbe, almeno potenzialmente, l'attivazione di possibili percorsi di promozione e di sviluppo del considerevole patrimonio naturale, culturale e monumentale, generalmente presente in maniera diffusa su questi territori e non sempre

Navarra, La Rioja, Castiglia, Lèon e Galizia. Esistono, però, altri itinerari, come il *Cammino del nord*, che costeggia il mare attraversando i Paesi Baschi, la Cantabria e le Asturie; il *Cammino inglese*, frequentato dagli Anglosassoni; il *Cammino portoghese*, che parte dal comune di Tui.

⁸ Possono essere accreditate all'uso del marchio le strutture di servizio, pubbliche e private, che ricadono nelle seguenti tipologie: agrituristiche, turistiche ricettive, ristoranti ed assimilati, punti vendita di prodotti tipici, imprese artigiane tradizionali, enti pubblici territoriali e loro associazioni, punti informativi turistici, ecc.

⁹ <http://www.bancaditalia.it>

¹⁰ Dei 600 milioni di viaggi annui effettuati dai turisti religiosi e pellegrini in tutto il mondo, ben il 40% interessa l'Europa (De Felice 2017) coinvolgendo, dunque, anche l'Italia, che può contare su oltre 5,5 milioni di presenze legate a questo specifico segmento (Bruzzechesse et al. 2018).

¹¹ <http://www.isnart.it>

¹² Il concetto di ruralità non è di semplice definizione, soprattutto dopo che all'accezione agraria (più tradizionale) si sono aggiunte quella industriale, post-industriale e di neoruralità basata sulla richiesta di paesaggio e di ambiente come alternativa, almeno periodica o temporale, sostenibile rispetto alla vita dalle città (Meini 2018). Tale concetto è stato investigato in termini di estensione delle aree interne e delle periferie urbane portando ad evidenziare quello di perifericità spaziale (in termini di fruizione di servizi di un certo livello) ed economica (Scanu et al. 2018).

¹³ Già nel 2013 la Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI) mirava a favorire lo sviluppo in queste aree, giudicate marginali, puntando sulla possibilità di miglioramento del benessere delle popolazioni, per l'accessibilità ai servizi, l'occupazione ed il potenziamento del capitale territoriale con il rafforzamento dei fattori di sviluppo locale (Barca et al. 2014).

valorizzato. In un momento in cui il turismo emozionale, orientato alla ricerca del diverso o dell'alterità, riscuote un ampio successo¹⁴, i monumenti – rappresentati, in questo caso, dagli edifici e dai luoghi del culto legati alla fede, dei quali spesso si è persa memoria – potrebbero essere capaci di richiamare ancora oggi migliaia di persone, soprattutto in occasione di manifestazioni in cui la ritualità sacra si mescola a quella pagana e laica di ogni epoca. La cultura religiosa è presente nei territori in rapporto ai siti di culto che vi insistono. Questo crea un rapporto interattivo che permea lo spazio circostante contribuendo ad alimentare, nei singoli luoghi, il senso di appartenenza e la devozione verso “quel simbolo” o “quel Santo”, influenzando direttamente la percezione culturale del paesaggio da essi dominato: un'attrazione-devozione che rappresenta un punto di forza tra le nuove forme di promozione che si stanno diffondendo nelle aree interne, solitamente carenti di risorse comunemente ritenute “di eccellenza” (Podda, Secchi 2019).

Il turismo religioso, infatti, oltre che i siti “rinomati”, interessa sempre più la miriade di piccole chiese, conventi e luoghi di culto poco noti e assai diffusi nelle aree più interne, le quali rappresentano, spesso, la trama di interconnessione con i poli culturali di maggior attrazione, fino a costituire un vero e proprio “sistema reticolare”. Questa forma di turismo, se stimolata adeguatamente, potrebbe essere in grado di coinvolgere istituzioni e comunità locali, giacché consentirebbe un approccio al bene religioso scevro da autoreferenzialità, in quanto inserito in un contesto identitario dominato dalla tradizione, ma capace di creare nuova attrattività, determinando un arricchimento in termini di “valore aggiunto”.

Non si può non osservare, a questo proposito, che i cosiddetti “luoghi dello spirito”, identificati come destinazioni di un turismo riflessivo e consapevole, sono ormai divenuti comuni mete di un viaggio animato dal desiderio di vacanza in luoghi ricchi di fascino, ritenuti capaci di suscitare emozioni tutt'altro che superficiali. Tali luoghi definiscono una vera e propria *geografia sacra* che tanto ha segnato e segna lo sviluppo della vita umana e lo strutturarsi, contestuale e conseguente, del territorio al cui interno sono ubicati i simboli del loro culto, dalle chiese minori alle cattedrali, dalle cappelle votive alle chiesette immerse nel verde, testimoni sovente di un antico centro poi scomparso per motivi diversi legati alla storia o alle dinamiche del tempo (Brigaglia

1988). Le tradizioni religiose e la devozione popolare, infatti, hanno punteggiato di segni significativi le strade dell'uomo, tracciando una sorta di *segnaletica spirituale* di cui i centri del culto e della fede rappresentano i capisaldi emblematici. In tale contesto, i molti santuari dedicati ai viandanti, ai pellegrini, ai passanti rivelano come nell'uomo sussistano, insopprimibili, i bisogni del sacro e del viaggio, e come il punto d'arrivo non sia mai solamente una realtà sacrale a sé stante, ma implichi molteplici relazioni con la civiltà propria di uno specifico quadro culturale (Maeran 2004). Pertanto, l'interesse per santuari e luoghi di culto, oltre a un'importante occasione di conoscenza localizzata, a prescindere dalle eventuali opere d'arte in essi contenute, costituisce anche una possibilità di conoscenza dei paesaggi culturali *tout court* in cui sono inseriti. È ormai assodato, inoltre, come tra le varie forme attuali della mobilità lenta, il fenomeno del “turismo della fede” prenda rilievo consistente ed indicativo, richiamando la prassi antica del pellegrinaggio, di cui conserva tracce profonde che rivelano una continuità storica, culturale e religiosa di indubbia incidenza simbolica e pratica nel vissuto dell'uomo contemporaneo. Pellegrino e turista affrontano, sì, un viaggio volontario e temporaneo verso un luogo “altro” rispetto alla residenza permanente, ma la distinzione più profonda rispetto al comune turista, attratto più da prodotti rivolti al ludico-ricreativo, riguarda le *intenzioni* che li muovono, le quali inducono ad imprimere allo spazio un significato intenso, specie a quello sacro e, conseguentemente, ad attribuire un differente valore d'uso al territorio. Il concetto di turismo religioso, pertanto, si lega alla richiesta di luoghi nei quali i visitatori, piuttosto che la mera soddisfazione di un'esigenza intima, di fede, tentano di recuperare il senso di identità con/in siti che hanno una profonda significazione storico-culturale (Trono 2008).

Tali considerazioni richiamano una serie di elementi i quali, se resi interagenti in maniera adeguata attraverso azioni di marketing territoriale, possono concorrere alla promozione di aree in cui, solitamente, scarseggiano risorse di particolare qualità ai fini della promozione del turismo, ma nelle quali il paesaggio culturale, grazie ai simboli della fede, può sempre rappresentare un forte segnale.

5. Percorsi di preghiera e valorizzazione delle aree rurali

La Convenzione di Faro (2005) definisce l'eredità culturale in rapporto a “valori, conoscenze, credenze e tradizioni” (art. 2) e, con l'idea di sostenibilità, ne propo-

¹⁴ La diffusione sempre più capillare della rete e dei social network ne consente, per taluni aspetti, anche una maggiore fruibilità, attraverso una sorta di azione di marketing “dal basso”, che favorisce la condivisione della propria esperienza di viaggio e, indirettamente, la promozione del patrimonio culturale e monumentale con cui il visitatore entra in relazione.

ne una visione quale volano “per arricchire i processi di sviluppo economico, politico, sociale e culturale e di pianificazione dell’uso del territorio” (art. 8). Tale prospettiva era già contemplata dall’UNESCO (2003) laddove il patrimonio culturale immateriale è ritenuto compatibile “con le esigenze di rispetto reciproco fra comunità, gruppi e individui nonché di sviluppo sostenibile” (art. 2).

In questa prospettiva, un ruolo di primo piano per accrescere l’attrattività delle aree rurali, investendo sul capitale umano e sulla valorizzazione del patrimonio culturale volto a lenire la condizione di marginalità economica, può essere svolto dal turismo rurale e, più in particolare, da quello culturale-religioso, autentico “concentrato” di conoscenze, capacità e tradizioni che, nel complesso, concorrono a definire l’identità dei luoghi in grado di generare percorsi virtuosi ed esternalità positive per le imprese.

I “luoghi dello Spirito”, beni culturali di eccellenza, sono considerati dall’UNESCO i più diffusi e i più sostenibili nella storia dell’uomo in tutto il mondo! Nella Regione Sardegna, per esempio, si presentano con forme stratificate di tipologie e portatori di differenti interazioni territoriali, tanto da essere chiamati all’interno dei capitali territoriali e svolgere un ruolo importante nel sistema complessivo delle risorse messe in gioco in un determinato contesto, secondo una visione olistica ed un approccio multidisciplinare alle diverse scale territoriali. Un aspetto particolarmente pregnante se si tiene conto della funzione che oggi assumono le aree rurali e dell’importanza ad esse assegnata dall’Europa – sul cui sviluppo sta ancora investendo – in quanto ritenuto fondamentale per raggiungere un adeguato livello di coesione tra le differenti articolazioni del suo spazio, di cui, come è noto, rappresentano complessivamente oltre il 90%. La stessa regione rurale – il cui concetto, da sempre considerato sinonimo di debolezza economico-strutturale, è mutato nel tempo fino ad assurgere a mero detentore di valori positivi essenziali per lo sviluppo locale – diviene luogo del vivere sano e di cultura, multifunzionale e relazionale (Brunori 1994; Di Iacovo 2008; Nazzaro 2008; Pacciani 2011), intriso di “atmosfera” diffuse che mettono assieme identità, tradizioni e patrimoni materiali e immateriali. Non si tratta, quindi, di semplici “contenitori” di risorse, ma di realtà vive e dinamiche in cui, per effetto delle interrelazioni tra uomo e territorio, possono originarsi nuovi processi di sviluppo locale endogeno, nella misura in cui i “sapere” e i “saper fare” costituiscono la fonte del vantaggio competitivo. Questi aspetti si ritrovano anche nella già richiamata SNAI, secondo cui queste regioni geografiche “a bassa accessibilità” sono rappresentate da “centri urbani o rurali di piccola o media dimensione, carat-

terizzati dalla carenza dell’offerta di servizi di base” (Prezioso 2015, 393), ma che contemplano “importanti risorse ambientali (risorse idriche, sistemi agricoli, foreste, paesaggi naturali e umani) e risorse culturali (beni archeologici, insediamenti storici, abbazie, piccoli musei, centri di mestiere)” (Lucatelli 2015, 19), aspetto tutt’altro che marginale, laddove è presente “quasi la metà dell’offerta ricettiva italiana” (Meini 2018, 55). Un ruolo di primo piano nel ricercare corrette modalità di attivazione e gestione di queste azioni può ravvisarsi nell’adozione delle strategie di marketing territoriale, sviluppatesi di recente quale risposta all’ipercompetizione tra aree geografiche, pure contigue, che mirano al rafforzamento del tessuto socio-economico esistente e/o potenziale e che richiedono la capacità di proporre nuove opportunità lavorative originate dalla sapiente commistione fra tradizione e innovazione (Varani, Ancarani 2000; Barros, Gama 2009; Caroli 2011). È in tali ambiti geografici, infatti, che si registra una maggior concentrazione di cause di esclusione, laddove l’azione, mirata e integrata, di politiche ed interventi finanziari, potrebbe determinare un significativo cambiamento delle condizioni di marginalità socio-economica. È oggi unanimemente associato, almeno nell’Unione europea, come la crescita inclusiva renderebbe le aree marginali più attrattive con una migliore qualità della vita, espressa da un insieme eterogeneo e coerente di variabili tra cui quelle attinenti al rafforzamento della vocazione turistica, all’aumento delle opportunità culturali per le famiglie, fino all’ampliamento delle occasioni di svago per il tempo libero. Alla dimensione inclusiva, in particolare, viene assegnato un ruolo di prim’ordine per la promozione di azioni capaci di “rafforzare la partecipazione delle persone mediante livelli di occupazione elevati, investire nelle competenze, combattere la povertà e modernizzare i mercati del lavoro, i metodi di formazione e i sistemi di protezione sociale per aiutare i cittadini a prepararsi ai cambiamenti e a gestirli e costruire una società coesa” (CE 2010, 17). In Italia, anche alla luce di sperimentazioni ed approcci allo sviluppo che recepiscono i principi espressi dall’Agenda urbana europea (AUE), tali aree sono state poste al centro di interventi, investimenti territoriali integrati ed azioni pilota, adottati, nell’ambito di una visione strategica ulteriormente arricchita dagli obiettivi di sviluppo sostenibile dell’Agenda 2030. La Regione Autonoma della Sardegna (RAS), ad esempio, attraverso i due Programmi Operativi Regionali FESR e FSE, si propone di raggiungere obiettivi funzionali al rafforzamento, in senso coesivo, del tessuto socio-economico, produttivo e culturale, in considerazione delle proprie specificità geografiche, della peculiare articolazione insediativa e della diffusa ruralità. Elementi, questi, che trovano collocazio-

ne all'interno di apposite strategie per le aree interne e rurali, per le aree urbane e per le aree cosiddette "di crisi industriale" in cui, unitamente alle riconosciute criticità, si ritrovano anche diversi *marker* che possono rafforzare la competitività¹⁵.

Appare evidente, pertanto, come gli itinerari culturali possano rappresentare una possibile risposta alle necessità di sviluppo di tali aree, visto che – come stabilito dal Consiglio d'Europa con le risoluzioni n. 4/98 e 12/07 – essi rappresentano uno strumento particolarmente utile ad accrescere la competitività delle aree marginali e, oltre a costituire un elemento di rafforzamento dell'identità europea, sono sempre più in grado di favorire lo sviluppo economico dei territori che attraversano o, quantomeno, di stimolarne la crescita. È questo il caso dei percorsi della fede, i quali, configurandosi come strumenti in grado di catalizzare in maniera sistemica una molteplicità di attori e di beni, nel loro insieme possono originare singolari quanto diversificate motivazioni di visita, le quali potrebbero essere implementate da opportune sinergie mirate a qualificare ed a stimolare i flussi di turismo in queste aree che, nel caso della Sardegna, stentano a trovare elementi utili alla destagionalizzazione e all'innovazione del prodotto offerto, che vada cioè oltre quello esclusivamente balneare (Podda et al. 2016). Legare i percorsi della fede ad altre opportunità, pure all'interno del campo della sentieristica, potrebbe rappresentare un motore di sviluppo delle aree rurali¹⁶. Non si può, infatti, non tener conto delle politiche attivate in questo senso dalla Regione, cui poter attingere per implementare la fattibilità e la concreta promozione dei sentieri della fede che resterebbero, in quest'ottica, il vero obiettivo da raggiungere, ma che, allo stato attuale, presentano evidenti cenni di debolezza strutturale, rimarcati dalla carente pubblicizzazione, nonostante gli

accordi istituzionali ed una loro alquanto timida comparsa nello scenario del mercato turistico isolano. Va, però, dato atto di alcune intuizioni che possono, in questo senso, rappresentare forme avanzate di organizzazione competitiva all'interno di un mercato "agguerrito".

6. I percorsi della fede in Sardegna: alcune prospettive

Sulla base delle ipotesi di creazione e potenziamento dei percorsi della fede in Sardegna¹⁷, da promuovere per la valorizzazione delle sue aree rurali, nella ricerca di possibili soluzioni per la loro effettiva fattibilità, è opportuno notare che la Regione, incentivando il turismo quale settore prioritario per lo sviluppo socio-economico e sostenibile, con la LR n. 16 del 2017, ha riconosciuto (art. 1) l'importanza dei "cammini" come strumento per lo sviluppo sostenibile. La destagionalizzazione dei flussi turistici potrebbe così attuarsi anche attraverso l'istituzione della Rete Escursionistica della Sardegna (RES), destinata a valorizzare la rete dei percorsi, dei cammini e degli itinerari di carattere culturale, storico e religioso, legati a pellegrinaggi, testimonianze ed eventi di indiscutibile valore territoriale. A tal fine, sulla base del disposto dell'art. 38 della suddetta legge, sono state attivate diverse forme di collaborazione con soggetti pubblici e privati e con le autorità religiose nell'intento di favorire una corretta fruizione, conservazione e manutenzione di percorsi, cammini ed itinerari¹⁸. Ciò vede la sua attuazione con la Delibera di Giunta Regionale (DGR) n. 48/36 del 2 ottobre 2018 ed il relativo allegato tecnico, in collaborazione all'Agenzia Forestale Regionale per lo Sviluppo del Territorio e dell'Ambiente della Sardegna (FoReSTAS), attraverso i quali sono state approvate le norme attuative sotto forma di *Linee guida tecniche regionali per la gestione della R.E.S.* e per l'attuazione della governance sia a livello regionale che territoriale. Si è, inoltre, previsto l'allestimento di un *Catasto Regionale per i Sentieri e le Ippovie*, come anche la suddivisione dell'Isola in zone montane e settori, nonché definiti i criteri per lo sviluppo della stessa RES e le indicazioni per la realizzazione dei progetti. Successivamente, attraverso la DGR n. 4/28 del 22 gennaio 2019, sempre in capo a FoReSTAS, sono

¹⁵ A fronte dei fondi europei destinati alla crescita e all'implementazione della coesione sociale e territoriale che ancora debbono essere spesi a valere sul POR FESR 2014-2020, una recente ricerca all'interno di un PRIN 2015 (Prezioso 2018) condotta anche da alcuni degli scriventi, ha messo in evidenza che un orientamento specifico volto ad implementare le azioni e le attività connesse "all'utilizzo e alla conservazione del patrimonio naturale e culturale, abbinando le stesse a pratiche di *social innovation* (ricercando, cioè, soluzioni aperte alla partecipazione della comunità locale, e coinvolgendo la stessa all'interno di circuiti di fruizione delle risorse territoriali in forma più coesa e inclusiva)" porterebbe a sensibili miglioramenti delle condizioni di crescita inclusiva e sostenibile. Tali azioni sarebbero rinvenibili nel potenziamento delle ICT e in sostenibili soluzioni di valorizzazione, conservazione e promozione del *cultural and natural heritage*.

¹⁶ Molto spesso, le ricadute economiche legate ai flussi di pellegrini riguardano puntualmente i luoghi intercettati dai percorsi, ma non le aree rurali circostanti. È quanto sottolineato nel progetto *rurAllure*, che si propone, appunto, di creare le condizioni affinché tali effetti possano essere partecipativi anche per le zone contermini (<https://ruralure.eu/summary/>).

¹⁷ Con Delibera regionale n. 48/9 dell'11 dicembre 2012 si riconosce la valenza turistica dei "Cammini" e degli "Itinerari turistici religiosi e dello spirito" quali tipologie di offerta del territorio, finalizzate allo sviluppo del segmento del turismo religioso e quale contestuale fattore di crescita dell'economia sarda, nonché di istituire, con Decreto dell'Assessore del Turismo, Artigianato e Commercio, un apposito registro dei Cammini di Sardegna e degli Itinerari turistici, religiosi e dello spirito.

¹⁸ <https://buras.regione.sardegna.it/custom/frontend/viewInsertion.xhtml?insertionId=95a09e04-8603-460e-8133-7e0830d4671e>

stati attivati e sono già operativi, a livello territoriale, gli *Sportelli del Sentiero* (a Cagliari, Iglesias, Oristano, Sassari, Tempio, Nuoro e Lanusei)¹⁹. Di non secondaria importanza, così come previsto nella stessa DGR, una produzione cartografica che rappresenta l'ipotesi di sviluppo triennale della RES (Fig. 1) affidando alla mappatura di dettaglio la concreta possibilità di un effettivo utilizzo dei sentieri da parte di appassionati ed escursionisti attraverso la costruzione di un Portale dedicato: *Sardegna Sentieri*. Seguendo la ratio della stessa LR n. 16/2017, presso la struttura tecnica della Direzione generale e gli uffici di ciascun servizio territoriale di FoReSTAS si sta completando il censimento dei sentieri preesistenti (per il successivo inserimento nella Rete regionale) ed avviando capillarmente interlocuzioni con gli enti locali interessati, affinché i nuovi progetti (già finanziati da fondi della programmazione UE) possano conformarsi alle Linee guida sulla RES che sono ormai già operative²⁰.

L'approccio, salvo casi eccezionali, è quello di evitare la realizzazione di nuovi percorsi per non alterare habitat ed ecosistemi già messi a rischio per il carico antropico, favorendo, invece, il recupero della viabilità rurale-forestale montana o costiera esistente²¹. All'interno del-

la RES, secondo il regolamento regionale, sono inserite anche le pertinenze e le diverse tipologie di strutture, presidi ed aree afferenti ai sentieri censiti: le stesse Linee guida prevedono (art. 12) che le strutture dell'Agenzia siano di ausilio alla rete ciclo-escursionistica ed ippoviarica²². È un aspetto, quest'ultimo, da non sottovalutare quale sostegno all'implementazione sentieristica di cui si parla e che potrebbe ben supportare l'integrazione dei sentieri della fede nella RES, quale specializzazione tematica strutturata.

Si tratterebbe, in questa ipotesi, di studiare i percorsi della fede potenzialmente attivabili in considerazione dei rapporti, geografici ed organizzativo-strutturali, con la RES in fase di realizzazione. Le due realtà, sulla base di dette ipotesi, potrebbero essere integrate e non confliggenti in quanto: a) i sentieri della RES possono essere attivati ed operare non risentendo della parallela tematizzazione di quelli della fede; b) i sentieri della fede potrebbero giovare di una rete organizzata capillarmente e strutturalmente dotata di alcune prerogative di base, oggi fondamentali per la promozione di tali attività, come il Portale *Sardegna Sentieri*²³ per garantire l'accesso e la pubblicizzazione attraverso le reti e, soprattutto, a vantaggio della sicurezza degli utenti con una metodica realizzativa riconosciuta a livello internazionale (segnaletica, percorribilità, indicazione delle difficoltà, ecc.); c) l'attivazione e l'integrazione delle due reti tematiche di sentieri potrebbe fare leva sui protocolli istituzionali sottoscritti tra la RAS e la Conferenza Episcopale Sarda (CES).

In particolare, è da richiamare il Protocollo d'Intesa, siglato nel 2016, avente ad oggetto l'attuazione di interventi di recupero e restauro degli edifici di culto a rilevante valore storico-culturale, nel quale si propone anche la valorizzazione dei percorsi della fede lungo i quali sono collocati (protocollo RAS-CES *Sardegna in 100 chiese*), nonché la messa in rete del patrimonio culturale, materiale e immateriale, nelle aree di attrazione a rilevanza strategica tali da consolidare e promuovere

¹⁹ A supportare l'attività pianificatoria della Giunta regionale è, invece, il Tavolo tecnico che definisce uno schema di interventi sulla RES, il quale sovrintende al suo sviluppo proponendo interventi e lo stanziamento di risorse (adeguate anche alle manutenzioni).

²⁰ Inserire un percorso nel catasto della RES o nella Rete delle Ippovie (RIS) significa elevarlo al rango di sentiero ufficialmente riconosciuto e catalogato dalla Regione Sardegna. Per l'individuazione dei sentieri l'Agenzia FoReSTAS adotta i criteri prioritari del Regolamento regionale, che sono: 1) lo sviluppo del Sentiero Italia e le sue connessioni; 2) l'attenzione alla *carrying capacity* ambientale sostenibile e all'interferenza antropica in siti particolarmente sensibili per flora e fauna selvatiche; 3) l'attenzione alla coerenza paesaggistica, ovvero la possibilità che un sentiero segnato sia o meno compatibile, ad esempio, con la percezione di selvaggio o di primigenio insita in certi luoghi; 4) la possibilità e facilità di effettuare regolari manutenzioni per garantire nel tempo la percorribilità dei sentieri; in questo senso, FoReSTAS privilegia le connessioni tra foreste demaniali e verso sotto-reti di sentieri preesistenti; 5) la valorizzazione dei collegamenti intervallivi tra centri abitati, lungo percorsi esistenti, tenuto conto dell'impatto ambientale determinato dalla realizzazione e frequentazione dei sentieri; 6) la separazione tra la fruizione e la percorribilità pedonale (trekking, *nordic walking*, mobilità dolce, percorsi sensoriali, sentieri didattici, percorsi per disabili) e la fruizione in bici (mountain bike) o a cavallo (ippovie); 7) le interconnessioni con il sistema delle Ciclovie regionali (cicloturismo su strada) e relativi parchi ciclabili oppure con altri sistemi di trasporto turistici (trenino verde, ecc.); 8) la possibilità di valorizzare gli attrattori turistici: naturalistici, paesaggistici, minerari, storico-culturali-religiosi (<https://www.sardegnaforeste.it/article/la-rete-dei-sentieri>).

²¹ In sostanza, non tutti i cammini e le vie possono essere elevati a percorsi della RES o della RIS: nell'ambito del programma triennale saranno progressivamente inseriti solo i sentieri compatibili con i criteri generali e per i quali l'Agenzia FoReSTAS abbia verificato la compatibilità tecnica e finanziaria degli interventi di realizzazione e di manutenzione (<https://www.sardegnaforeste.it/article/la-rete-dei-sentieri>).

²² Ai fini dell'efficientamento della RES e delle Ippovie, ma anche per la valorizzazione dei percorsi ed il potenziamento del Turismo attivo in Sardegna – in particolare per la fruizione delle zone interne e/o montane, delle foreste demaniali e delle aree naturali protette e dei Parchi naturali regionali – FoReSTAS sta individuando una rete di strutture adeguate al temporaneo rifugio di viandanti ed escursionisti che desiderino sostare lungo i tracciati di media e lunga percorrenza (<https://www.sardegnaforeste.it/article/la-rete-dei-sentieri>).

²³ Nel Portale è possibile visualizzare tutta la sentieristica della Regione. I percorsi sono fruibili in diverse forme: attraverso una cartografia puntuale che contiene la rappresentazione dell'itinerario nel quale sono contenute le informazioni che lo caratterizzano (tipologia, difficoltà, monumenti e beni che è possibile visitare lungo il cammino, punti di sosta, ecc.), ma anche mediante una mappa interattiva che organizza i cammini per aree geografiche facendo conoscere i dettagli tecnico-paesaggistici per ciascuno di essi (<http://www.sardegnasentieri.it>).

Forestas

Agenzia forestale regionale per lo sviluppo del territorio e dell'ambiente della Sardegna
 Agenzia forestale regionale per lo sviluppo del territorio e dell'ambiente della Sardegna

REGIONE AUTONOMA DI SARDEGNA
 REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

RETE ESCURSIONISTICA DELLA SARDEGNA (R.E.S.)

2019-2021

Allegato alla Delib.G.R. n. 4/28 del 22.1.2019

Cartografia d'insieme

Stato dell'arte,
 progetti in corso
 ipotesi di sviluppo
 pluriennale dei tracciati e
 macro-aree territoriali
 di intervento

Figura 1. Cartografia del programma 2019-2021 di sviluppo della Rete dei Sentieri della Sardegna con le macro-aree territoriali di intervento. Fonte: <http://www.sardegnaientieri.it/>.

processi di sviluppo territoriale²⁴. Il portale *Sardegna Sentieri* può svolgere quindi, in questa ipotesi, un ruolo di primo piano ai fini della valorizzazione della sentieristica regionale. Sotto un certo profilo, tale aspetto può essere interpretato come una grande azione di marketing finalizzata, appunto, alla promozione dei cammini, i quali si rivolgono così al mercato turistico non più in maniera autonoma e con un approccio autoreferenziale, ma attraverso una vera e propria rete capace di incidere con maggiore forza offrendo a un più ampio e variegato mercato un prodotto strutturato secondo criteri ben definiti. Nonostante la rete sia ancora in fase di completamento e il portale in corso di implementazione, si ravvisano comunque tutti gli elementi che portano a ritenere questo percorso un valido esempio di promozione che potrebbe essere ulteriormente implementato dalla presenza di una variante tematica declinata sui cammini della fede.

7. La rete dei percorsi: *Sardegna Sentieri* ed i cammini della fede

La RES può considerarsi un aspetto delle politiche del turismo in Sardegna visto che la Regione, in materia di itinerari e sentieristica, all'interno del proprio piano di sviluppo e marketing turistico (RAS 2018) annovera nel portafoglio dei prodotti da implementare anche quello dei cammini, riconoscendogli una funzione rigeneratrice nei confronti dei territori coinvolti²⁵. D'altronde, le tecnologie e le infrastrutture digitali si rivelano oggi determinanti nel produrre e veicolare immagini e rappresentazioni cartografiche del prodotto-itinerario (Podda et al. 2016; Cannizzaro 2017), con una notevole capacità di influenzare il processo decisionale del turista-utente rispetto alle diverse destinazioni e mete di viaggio presenti online.

In questa sede appare utile analizzare, sia pure succintamente, la strutturazione del portale *Sardegna Sen-*

*tieri*²⁶ in quanto rappresenta un potenziale strumento di marketing territoriale attraverso cui promuovere, in forma digitalizzata, anche gli itinerari della fede, a partire dalla loro integrazione nel sito, purché conformi ai requisiti della RES.

Con un'interfaccia dinamica e *mobile friendly*, i contenuti sono, al momento, strutturati per categorie organizzate in sezioni e sottosezioni che, se arricchite, potrebbero permettere una maggiore promozione e fruizione dei cammini religiosi della Sardegna, anche rispetto ad altre tipologie di offerte basate su sentieri ed itinerari, come quelle del turismo attivo, enogastronomico, ecc. Ancora in versione *Beta*²⁷, allo stato attuale il portale non presenta sezioni specificamente dedicate ai sentieri religiosi, non riportando nemmeno quelli ufficialmente iscritti all'interno del Registro regionale dei cammini²⁸. Tuttavia, nella sezione "Da vedere" della home page compare già la sottosezione "Luoghi di memoria e di fede"²⁹ che di fatto però rimanda a soli otto punti di interesse (POI) corrispondenti a edifici di culto³⁰ dei quali si forniscono semplici informazioni relative all'accessibilità, ma non afferenti a sentieri veri e propri. Appare però interessante osservare come già sia contemplata una sezione tematica dedicata agli argomenti di cui si parla, la quale potrebbe, pertanto, essere facilmente implementata e sviluppata in chiave sentieristica, magari rispettando l'impostazione generale del sito ad iniziare dalla sezione relativa alla "Scheda dei singoli sentieri-tracciati", con un'altra, di dettaglio, che ne potrebbe descrivere le caratteristiche (foto e dati sul territorio, *roadbook*, video, allegati pdf, ecc.) e gli aspetti tecnici (altimetria, grado di difficoltà, lunghezza, tem-

²⁶ <http://www.sardegna-sentieri.it/>

²⁷ Con l'espressione "versione Beta" si indica, nel lessico informatico, la versione di un sito internet o di un software non ancora del tutto perfezionato o stabile, il quale, avendo superato la fase iniziale detta "versione Alpha", è messo a disposizione del pubblico per consentire che un elevato utilizzo delle sue funzioni possa fare emergere eventuali *bug* di sistema da risolvere.

²⁸ Nel Registro regionale dei cammini religiosi della Sardegna risultano inseriti i cammini di Santa Barbara, di *Santu Jacu*, di San Giorgio Vescovo di Suelli, di Nostra Signora di Bonaria, di Sant'Eufisio, il Percorso Franciscano, del Santissimo Crocifisso di Galtelli, della Beata Antonia Mesina di Orgosolo, della Beata Suor Maria Gabriella Sagheddu di Dorgali, del Pontificio Seminario Regionale e della Basilica di Santa Maria della Neve a Cuglieri. Di questi, solo i prime tre presentano un proprio sito internet con indicazione delle principali caratteristiche di percorrenza, in alcuni casi con la possibilità di scaricare le tracce GPS, video, foto, ecc., mentre solamente il cammino di Santa Barbara è presente tra quelli riconosciuti dal MIBACT all'interno dell'Atlante dei Cammini d'Italia.

²⁹ <http://www.sardegna-sentieri.it/da-vedere>.

³⁰ Gli edifici sono così distribuiti: due nella Barbagia di Seulo, due nel Sarcidano, uno nel Nuorese, uno nel *Gutturu Mannu*, uno nel Supramonte e uno nei Tacchi d'Ogliastra.

²⁴ Il Protocollo vede la sua attuazione per le fasi di restauro e messa in sicurezza degli edifici di culto, ancora in corso, alle quali dovrà seguire la valorizzazione dei percorsi della fede che li intercutta.

²⁵ Con la finalità di rispondere alle nuove esigenze dei turisti contemporanei (in Sardegna principalmente attratti dal prodotto balneare) e creare, allo stesso tempo, occasioni di lavoro, il recupero e la proposizione sui mercati turistici di cammini ed itinerari religiosi rappresentano, soprattutto per le aree estranee ai flussi più consistenti, un'importante e motivata occasione per censire e valorizzare anche le architetture religiose ed il patrimonio edilizio dismesso (De Felice 2017; Battino, Donato 2017). Una recente tendenza, infatti, è quella di soggiornare in strutture religiose come monasteri o conventi, fortemente richieste da determinate nicchie di turisti-pellegrini (Malavasi 2016; Gasparini, Pignatelli 2016).

po di percorrenza presumibile e traccia GPX scaricabile dall'utente).

La collocazione dei sentieri della fede andrebbe così ad inserirsi nelle quattro aree tematiche principali che caratterizzano il portale: la “Mappa interattiva”, “Le nostre carte”, “Sentieri e itinerari”, “Da vedere”. La base cartografica dei sentieri, contenuta soprattutto nelle prime due sezioni, può considerarsi sufficientemente completa e di facile consultazione, per tipologia, informazioni e tematizzazione, resa attraverso un simbolismo strutturato e riconosciuto a livello internazionale, adeguato ad interpretare lo stato di percorribilità del tracciato. Emergono, comunque, alcuni aspetti che denotano come l'integrazione tra sentieri della fede e sentieri della natura sia possibile e potrebbe, in qualche modo, considerarsi una conseguente implementazione del portale della RES.

La sezione denominata “Itinerari” potrebbe così ospitare, oltre a quelle già presenti (*Vicino alle città, passeggiate geo-minerarie, Sardegna selvaggia*, ecc.) un'ulteriore area, *I luoghi della fede*, con una descrizione generale del “prodotto cammini religiosi”, accompagnata da immagini e video e da una mappa (possibilmente interattiva) con la rappresentazione di tutte le vie religiose o di quelle che rispondono ai requisiti generali della RES (Fig. 2).

Ai fini di una promozione turistico-religiosa più strutturata si può osservare che se la mappa interattiva permettesse l'accesso – tramite una funzione di interrogazione del sistema (*dove mangiare, dove dormire, info-point, punti panoramici*, ecc.) – alle diverse strutture

geolocalizzate (accompagnate da schede esplicative contenenti indirizzi, link di rimando a ristoranti, bar, hotel, b&b, ecc.), consentirebbe di estendere la visita ai luoghi della fede selezionati in relazione ai singoli percorsi.

Altrettanto fondamentale è il ruolo giocato dai social network: sul Portale è già presente il collegamento a Facebook (anche se la pagina risulta ancora inesistente) e al canale YouTube, sul quale sono caricati alcuni contenuti audiovisivi. Poiché oggi i social rappresentano uno dei maggiori veicoli di promozione turistica, nonché il mezzo principalmente utilizzato per interagire con i visitatori, il loro potenziamento ed ampliamento verso altri canali multimediali (Instagram, Twitter, ecc.), come anche la creazione di un'applicazione collegata al portale, potrebbe supportare l'utente sia nelle fasi decisionali e di consultazione sia in quelle più strettamente legate all'esperienza del viaggio, permettendo, ad esempio, di scoprire già virtualmente alcuni dettagli dei sentieri.

In definitiva, i vantaggi derivanti dall'implementazione degli itinerari religiosi all'interno del portale *Sardegna Sentieri* potrebbero essere diversi ed interessanti. Dal punto di vista dell'utente si avrebbe l'opportunità di vedere riunita in un unico sito l'intera offerta della sentieristica sarda legata al tematismo religioso, con la possibilità di scoprire cammini e percorsi meno noti ma, evidentemente, rispondenti a specifici requisiti, per il semplice fatto di essere stati riportati. Da quello della destinazione Sardegna, poi, si disporrebbe di uno strumento di promozione integrata tramite cui proporre sul mercato turistico un'offerta ricca e variegata, oltre che

Figura 2. Simulazione dell'inserimento della sottosezione “Tematismo” all'interno della Mappa interattiva e dell'area “I luoghi della fede” all'interno della sezione “Itinerari” sul Portale *Sardegna Sentieri*. Fonte: www.sardegnasentieri.it

conforme a standard qualitativamente alti, rafforzandone la credibilità e la capacità persuasiva nei confronti di turisti ed altri operatori della filiera. Inoltre, anche i singoli territori trarrebbero indubbi vantaggi dall'essere presenti all'interno di un canale ufficiale e ben strutturato, capace di esprimere una proposta in grado di andare oltre il mero prodotto balneare ed essere un concreto riferimento per gli altri attrattori turistici che la Regione intende potenziare.

8. Conclusioni

L'analisi condotta ha dimostrato l'esistenza dei presupposti per inserire la rete dei percorsi religiosi – in un'evidente azione sinergica, anche in considerazione dell'accordo stipulato tra la CES e la RAS e della stessa filosofia della RES – all'interno del portale della sentieristica regionale, che ne prevede l'implementazione tematica. La sola destinazione naturalistica verrebbe, così, ad essere arricchita dagli apporti legati al filone della fede. Si tratterebbe di vedere come le due realtà sentieristiche, quella già definita dalla RES e quella religiosa, possano trovare gli opportuni elementi di convergenza per stabilire l'interazione di cui si dovrebbe avvantaggiare lo sviluppo di quest'ultima. I pochi percorsi religiosi istituiti e riconosciuti ufficialmente in Sardegna (Santa Barbara, *Santu Jacu*, ecc.) rappresentano solo la fase iniziale di un sistema che possiede una notevole potenzialità. Quello di Santa Barbara, ad esempio, che si sviluppa su antichi percorsi legati allo sfruttamento dei siti minerari della Sardegna, ha avviato azioni di promozione grazie all'istituzione di una Fondazione per la gestione che, fra l'altro, ha recentemente pubblicato un avviso esplorativo per acquisire manifestazioni di interesse al fine di redigere un piano strategico del cammino, funzionale alla proposizione dello stesso in quanto prodotto territoriale a vocazione turistica³¹. Recentemente è stato presentato il progetto di ampliamento del percorso originario, che ne prevede l'integrazione con un'ampia sezione nella regione geografica della Nurra, situata nel settore nord-occidentale dell'isola, con il coinvolgimento delle diocesi di Sassari e Alghero-Bosa e dei comuni di Alghero, Olmedo, Porto Torres, Putifigari e Sassari. Si tratta di una proposta facente parte di un progetto più complessivo, esteso a tutte le aree minerarie sarde dismesse, con lo scopo di creare un *brand* identitario del turismo lento

minerario della Sardegna che, oltre al cammino di Santa Barbara, già operativo nel Sulcis Iglesiente, Arburese e Guspinese, prevede la sua estensione al Centro-Sud (Ogliastra, Barbagia di Seulo e Sarcidano) e al Sud-Est (Sarrabus-Gerrei)³².

Tutti questi sentieri denotano, comunque, le criticità di un mercato assai particolare, come appunto è quello del turismo religioso, il quale, per tipologia di utente (età medio-alta, cultura, professione, interessi più orientati verso l'esperienza emozionale), è meno avvezzo ad utilizzare i canali tradizionali del turismo classico (come le promozioni pubblicitarie e le grandi campagne di lancio di un determinato prodotto) ed è, invece, più incline a seguire le direttrici provenienti dalle fonti ufficiali, come quelle legate alla religione o agli organi istituzionali. Non c'è dubbio che il sentiero religioso reperibile in un sito istituzionale costituisca un punto di riferimento sicuro per chi intenda vivere questo tipo di esperienze. L'adozione ufficiale anche solo di uno di questi sentieri all'interno della RES comporterebbe implicitamente la validazione della sicurezza del percorso, vedendosi riconosciute tutte quelle caratteristiche (continuità, segnaletica, fondo, ecc.) di percorribilità che garantiscono il raggiungimento della meta senza ostacoli particolari. L'integrazione nella RES, inoltre, garantirebbe ai percorsi religiosi un aspetto che si potrebbe ritenere di fondamentale importanza per la pianificazione dello sviluppo dei sentieri, che passa oggi, necessariamente, attraverso le reti, i social e, soprattutto, l'immagine dei territori che attraversano. Un'azione di marketing strutturata in questo senso, infatti, non può prescindere dalla rappresentazione del percorso e dalla sua descrizione grafica che solo la mappa può rendere. La carta offre la rappresentazione, la visualizzazione del territorio su cui vivere un'esperienza di viaggio, la possibilità di rinvenire con un'ubicazione corretta nello spazio tutte le opportunità offerte dalla regione attraversata, non solo di tipo paesistico-scenografico, ma anche per quanto concerne i servizi, la scoperta di altre mete vicine (religiose o meno) da poter visitare facilmente, unitamente alle indicazioni per raggiungerle, ecc. (Scanu, Podda 2016). Di fatto, è una delle maggiori prerogative offerte dal solo appartenere alla RES: anche i non specialisti della materia, grazie alla qualità e alla logica espressiva del supporto offerto dalla rete regionale, hanno l'opportunità di cogliere tutte le specificità della sentieristica e dei territori che attraversa.

In sintesi, l'approccio cui affidare le sorti dell'innovazione turistica attraverso il potenziamento dell'escur-

³¹ <https://www.camminominerariodisantabarbara.org/2020/02/07/avviso-esplorativo-per-manifestazione-di-interesse-per-laffidamento-diretto-ai-sensi-dellart-36-comma-2-lettera-a-del-d-lgs-50-2016-della-redazione-del-piano-strategico-per-il/>

³² <https://www.camminominerariodisantabarbara.org/2021/01/23/presentata-a-sassari-la-proposta-per-la-costruzione-del-cmsb-nel-territorio-della-nurra/>

sionismo religioso non può prescindere da una vera e propria pianificazione (CE 2003) e da azioni di marketing territoriale mirate. In contesti particolari, infatti, originati dalla tipologia e dall'importanza del luogo di culto – e/o per presupposti storici, intensità devozionale, estensione geografica dell'area di influenza della devozione, particolarità delle pratiche legate alla fede, nonché per la gravitazione dei bacini di influenza turistica – la pianificazione deve essere strategicamente rivolta ad implementare l'attrattività del percorso, rendendolo competitivo all'interno della Rete regionale, se non extra regionale. Non si può, allora, non puntare su azioni di marketing ben definite, ad iniziare da quelle rivolte alla diffusione della conoscenza della sentieristica, facendo leva sugli strumenti della ICT, fra cui il mondo delle reti e dei social network, che esercitano un'azione di promozione “dal basso” e possono garantire il raggiungimento di risultati soddisfacenti. Tutto ciò, come è stato già osservato, non può che passare dalla rappresentazione cartografica, l'unica capace di evidenziare l'immagine e i caratteri del territorio e del contesto al cui interno si rinvia il percorso.

Riferimenti bibliografici

- Badone, E. (2014). Conventional and Unconventional Pilgrimages: Conceptualizing Sacred Travel in the Twenty-first Century. In Pazos. A.M (ed.), *Redefining Pilgrimage. New Perspectives on Historical and Contemporary Pilgrimages*. Ashgate, Burlington, 17-42.
- Balletto, G., Milesi, A., Ladu, M., Borruso, G. (2020). A Dashboard for Supporting Slow Tourism in Green Infrastructures. A Methodological Proposal in Sardinia (Italy). *Sustainability*, 12, 3579.
- Barca, F., Casavola, P., Lucatelli, S. (2014). *Strategia Nazionale per le Aree interne: definizione, obiettivi, strumenti e governance*. Roma, Collana Materiali Uval, 31.
- Barros, C., Gama, R. (2009). Marketing territorial como instrumento de valorização dos espaços rurais: uma aplicação na rede das Aldeias do Xisto. *Cadernos de Geografia*, 28/29, FLUC, Coimbra, 93-106.
- Battilani, P. (2001). *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo*. Bologna, Il Mulino.
- Battino, S., Donato, C. (2017). Turismo religioso e chiese campestri come elementi di configurazione del paesaggio rurale in Sardegna. In Sechi Nuvole M., Vidal Casellas D. (a cura di). *Sistema integrat del paisatge entre antropització, geo-economia, medi ambient i desenvolupament econòmic*. Girona, Documenta Universitaria, 495-508.
- Battisti, G. (2019). Geografie del sacro: la letteratura mistica come fonte di conoscenza. *Documenti geografici*, (2), Roma.
- Bencardino, F., Greco, I. (2007). Ripensare il rapporto tra turismo e territorio. In Bencardino F., Prezioso M. (a cura di). *Geografia del turismo*. Milano, McGraw- Hill, 95-135.
- Bravi, M. (2019). Luoghi sacri e turismo religioso. Spunti di riflessione dalla santa sede. *Documenti geografici*, (1), Roma.
- Brigaglia, M. (a cura di). (1988). *Le chiese nel verde*. Milano, Amilcare Pizzi Editore.
- Brunori, G. (1994). Spazio rurale e processi globali: alcune considerazioni teoriche. In Panattoni A. (a cura di). *La sfida della moderna ruralità. Agricoltura e sviluppo integrato del territorio: il caso delle colline pisane e livornesi*. CNR-RAISA, 2018, Pisa, 1-23
- Bruzzechesse, I., Collodet, F., Pitardi, C., Sarnari, S. (2018). *Il turismo religioso*. Report 2018. Vaticano.com.
- Cannizzaro, S. (2017). Itinerari della fede in Sicilia con un'analisi della comunicazione online. *Annali del Turismo*, 6, 135-152.
- Caroli, M.G. (a cura di). (2011). *Il marketing territoriale: idee ed esperienze nelle regioni italiane*. Milano, Franco-Angeli.
- Comunità Europea [CE] (2003). *La valorizzazione del patrimonio naturale e culturale per lo sviluppo di un turismo sostenibile in destinazioni turistiche non tradizionali*. Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità europee, Lussemburgo.
- CE (2010). *Europa 2020. Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva*. COM (2010) 2020.
- Congregazione per il Clero (1969). *Direttorio Generale per la Pastorale del turismo “Peregrinans in terra”*.
- Costa, N. (1995). Il turismo religioso: definizioni e caratteristiche. *Annali Italiani del Turismo Internazionale*, 1 (2), 121-168.
- Costa, N., (2000). Il giubileo: centro di pellegrinaggio, luogo del turismo religioso e media evento de-territorializzato. *Annali Italiani del Turismo Internazionale*, 229-257.
- Council of Europe (1987). *The Santiago de Compostela Declaration*. <https://rm.coe.int/16806f57d6>
- Council of Europe (2005). *Framework Convention on the Value of Cultural Heritage for Society*. Faro. <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/199>

- Dallari, F., Trono, A. (a cura di). (2008). *I viaggi dell'anima. Cultura e territorio. Potenzialità e problemi dello sviluppo del turismo religioso*. Bologna, Patron.
- De Felice, P. (2017). La Regula benedettina e gli insediamenti monastici. Il fondamento di una rete per lo sviluppo del turismo religioso nella provincia di Frosinone. *Bollettino della Associazione Italiana di Cartografia*, 159, 69-79.
- Di Iacovo, F. (a cura di). (2008). *Agricoltura sociale: quando le campagne coltivano valori*. Milano, FrancoAngeli.
- Durkheim, E. (1963). *Le forme elementari della vita religiosa*. Milano, Edizioni di Comunità.
- Eliade, M. (1967). *Il sacro e il profano*. Torino, Bollati Boringhieri.
- Festugière, M. (1913). *Essay sur la liturgie*. Abbaye de Maredsous, Ed. De Maredsous.
- Gasparini, M.L., Pignatelli, G. (2016). Conventi e monasteri della penisola sorrentina: una nuova forma di ospitalità sostenibile. *Annali del Turismo*. V, Novara, Edizioni di Geoprogress, 33-56.
- Istituto Nazionale Ricerche Turistiche [ISNART] (2013). *Rapporto sul turismo in Italia*. <http://www.isnart.it/banca-dati/downloadDocumenti.php?idDoc=423>
- ISNART (2020). *Turismo religioso: un business da 1,4 miliardi di euro*. https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/admin.isnart.it/docs/docRassegnaStampa/ISNART_RassStampa008571.pdf
- Lavarini, R. (1997). *Il pellegrinaggio cristiano*. Genova, Marietti.
- Lemmi, E. (2015). *Turismo e management dei territori. I Geoitinerari, fra valori e progettazione turistica*. Bologna, Patron.
- Lemmi, E. (2020). Heritage and new communication technologies: development perspectives on the basis of the Via Francigena experience. *HTHIC Heritage, Tourism and Hospitality International Conference 2020*. Conference Preceedings, 43-63.
- Lucatelli, S. (2015). La strategia nazionale, il riconoscimento delle aree interne. *Territorio*, 74, 80-86.
- Lucatelli, S. (2016). Strategia Nazionale per le Aree Interne: un punto a due anni dal lancio della Strategia. *Agriregionieuropa*. 12, 45, <https://agrireregionieuropa.univpm.it/it/content/article/31/45/strategia-nazionale-le-aree-interne-un-punto-due-anni-dal-lancio-della>
- Maeran, R. (2004). *Psicologia e turismo*. Bari, Laterza.
- Malavasi, M. (2016). Soggiornare in strutture mistiche. Una nuova tendenza dell'ospitalità turistica. *Annali del Turismo*, 5, 141-159.
- Mantino, F., Lucatelli, S. (2016). Le aree interne in Italia: un laboratorio per lo sviluppo locale. *Agriregionieuropa*. 12, n. 45, <https://agrireregionieuropa.univpm.it/it/content/article/31/45/le-aree-interne-italia-un-laboratorio-lo-sviluppo-locale>
- Meini, M. (a cura di). (2018). *Terre invisibili. Esplorazioni sul potenziale turistico delle aree interne*. Soveria Mannelli, Rubettino.
- Nazzaro, C. (2008). *Sviluppo rurale, multifunzionalità e diversificazione in agricoltura. Nuovi percorsi di creazione di valore per le aziende agricole delle aree interne del Mezzogiorno d'Italia*. Milano, FrancoAngeli.
- Nocifora, E. (2010). Religious tourism and pilgrimages. The example of Rome. *Revista de Ocio y Turism*. 3 Turismo y centros de peregrinación mundial, 180-190.
- Otto, R. (1994). *Il sacro*. Milano, Feltrinelli.
- Pacciani, A. (a cura di). (2011). *Aree rurali e configurazioni turistiche. Differenziazione e sentieri di sviluppo in Toscana*. Milano, FrancoAngeli.
- Péricard-Méa, D. (2004). *Compostela e il culto di san Giacomo nel Medioevo*. Il Mulino, Bologna.
- Pinna, G. (2017). *Il cammino di Santa Barbara*. Milano, Terre di Mezzo Editore.
- Pontificio Consiglio della Pastorale per i Migranti e gli Itinerari (2001). *Orientamenti per la Pastorale del Turismo*. http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/migrants/documents/rc_pc_migrants_doc_20010711_pastorale-turismo_it.html
- Pontificia Commissione per la Pastorale delle migrazioni e del Turismo (1978). Lettera circolare alle Conferenze Episcopali Chiesa e mobilità umana. *Pastorale del Turismo*, 18.
- Podda, C., Camerada, V., Lampreu, S. (2016). Cartografia e promozione del turismo in aree a economia debole. Dal marketing territoriale ai percorsi a base culturale. *Bollettino della Associazione Italiana di Cartografia*, 157, 92-104.
- Podda, C., Secchi, P. (2019). Territorio, fede, paesaggio. Il ruolo degli edifici di culto nella caratterizzazione dei paesaggi del passato. *Atti della conferenza nazionale ASITA*. Milano, ASITA, 885-900.
- Prezioso, M. (2015). Perspectives for achieving Territorial Cohesion in Europe. *RSA Workshop on the EU cohesion Policy: Focus on the Territorial Dimension*. Lisbona, IGOT.

- Prezioso, M. (a cura di). (2018). *Quale Territorial Impact Assessment della Coesione Territoriale nelle regioni italiane*. Bologna, Pàtron.
- Prezioso M. (a cura di). (2020). *Territorial Impact Assessment of national and regional cohesion in Italy*. Bologna, Pàtron.
- Regione Autonoma della Sardegna (2018). *Destinazione Sardegna 2018-2021. Piano Strategico di Sviluppo e Marketing Turistico della Sardegna*. http://www.regione.sardegna.it/documenti/1_231_20181221121007.pdf
- Sanguanini, B. (1995). *Turismo religioso e santuari di fine millennio*. Rimini, Guaraldi Editore.
- Scanu, G., Podda, C. (2016). Cartografia e turismo in aree rurali. *Bollettino della Associazione Italiana di Cartografia*, 158, 167-182.
- Scanu, G., Donato, C., Mariotti, G., Madau, C., Camerada, V., Battino, S., Podda, C., Lampreu, S. (2018). Inner areas/ periferie metropolitane e differenze con le internal areas. In Prezioso, M. (ed.). *Quale Territorial Impact Assessment della Coesione Territoriale nelle regioni italiane*. Bologna, Pàtron, 197-205.
- Scanu, G., Battino, S., Camerada, M. V., Donato, C., Lampreu, S., Madau, C., Mariotti, G., Podda, C. (2020). Inclusive growth in inner and internal areas: policies e sustaining quality of life as driver of territorial development. In Prezioso M. (a cura di). *Territorial Impact Assessment of national and regional cohesion in Italy*. Bologna, Pàtron, 142-155.
- Stopani, R. (1991). *Le vie di pellegrinaggio nel medioevo*. Firenze, Le lettere.
- Trono, A. (2008). Turismo religioso e patrimonio religioso: prospettive e problematiche nel quadro delle regioni del Mezzogiorno d'Europa. In Dallari, F., Trono, A. (a cura di). *I viaggi dell'anima. Cultura e territorio. Potenzialità e problemi dello sviluppo del turismo religioso*. Bologna, Pàtron.
- Trono, A., Dallari, F. (2009). Religione e Turismo, un'endiade difficile e problematica. In Dallari, F., Trono, A., Zabbini, E. (a cura di). *I viaggi dell'Anima. Società, Culture, heritage e Turismo*. Bologna, Pàtron, 13-19.
- Trono, A., Oliva, L. (2013). Percorsi religiosi tra turismo culturale e strategie di pianificazione sostenibile: ricerca e innovazione. *Annali del Turismo*, 2, 9-34.
- UNESCO (2003), *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Parigi. <https://www.unesco.org/culture/ich/default.aspx?cid=2003-ITA>
- UNESCO (2005), *Convenzione sulla protezione e la promozione della diversità delle espressioni culturali*. Parigi. <http://unesco.blob.core.windows.net/documenti/959ca9b1-de58-4896-8d39-2168b1710090/Convenzione%20Internazionale%20sulla%20Protezione%20e%20la%20Promozione%20della%20Diversit%C3%A0%20delle%20Espressioni%20Culturali.pdf>
- UNWTO World Tourism Barometer (2020). 18 (1), January 2020.
- Valdani, E., Ancarani, F. (2000). *Strategie di marketing del territorio*. Milano, Egea.
- Van der Leeuw, G. (1960). *Fenomenologia della religione*. Torino, Boringhieri.