

STRATEGIA DEI PERCORSI LETTERARI TRANSFRONTALIERI (W.P.1.2.2)

Isola, dicembre 2025

Il progetto DANTE è co-finanziato dall'Unione europea nell'ambito del Programma Interreg VI-A Italia-Slovenia.
Projekt DANTE sofinancira Evropska unija v okviru Programa Interreg VI-A Italija-Slovenija.

www.ita-slo.eu/dante

I. PRINCIPALI OBIETTIVI DEL PROGETTO	4
a) Elaborazione di una strategia transfrontaliera integrata e sostenibile per il turismo letterario, che colleghi il patrimonio naturale e culturale alle pratiche contemporanee delle industrie culturali e creative	4
b) Indirizzare due principali gruppi target	5
II. ANALISI DEL CONTESTO	6
a) Panoramica e sintesi delle attuali strategie, politiche e analisi a livello locale, regionale ed europeo	11
b) Analisi dei principali fattori della domanda	23
c) Analisi SWOT del turismo letterario nell'area transfrontaliera	27
III. FATTORI MOTIVAZIONALI E COMPORTAMENTO DEI GRUPPI TARGET	34
a) Analisi dei motivi che spingono i turisti a visitare i percorsi letterari	34
b) Fattori che influenzano le abitudini di spesa	35
c) Modello comportamentale: bisogni, desideri, caratteristiche del gruppo, processo decisionale, decisione di consumo, esperienza dell'utente	36
IV. SEGMENTAZIONE DEI GRUPPI TARGET	37
a) Segmentazione demografica e psicografica	37
b) Segmentazione geografica	42
V. POSIZIONAMENTO DEL PERCORSO LETTERARIO TRANSFRONTALIERO	48
a) Creazione di una chiara identità del percorso letterario	48
b) Differenziazione rispetto ai prodotti concorrenti	49
c) Inclusione del patrimonio naturale e del patrimonio culturale immateriale	50
VI. MARKETING MIX DEL PERCORSO LETTERARIO TRANSFRONTALIERO DANTE	52
a) (P1) Prodotto o servizio	64
b) (P2) Prezzo	69
c) (P3) Percorsi di marketing	70
d) (P4) Promozione e comunicazione	71
e) (P5) Persone	76
f) (P6) Processi	77
g) (P7) Prove fisiche	79
VII. CONCLUSIONE CON SINTESI DELLE ATTIVITÀ DOPO L'ATTUAZIONE DELLA STRATEGIA	80

a) Sintesi delle principali attività.....	80
b) Tempistiche e fasi di attuazione	88
c) Raccomandazioni per il supporto istituzionale, il finanziamento e la gestione dei percorsi.....	92
VIII. SINTESI PER IL GRANDE PUBBLICO (Citizen summary).....	93
BIBLIOGRAFIA.....	94

I. PRINCIPALI OBIETTIVI DEL PROGETTO

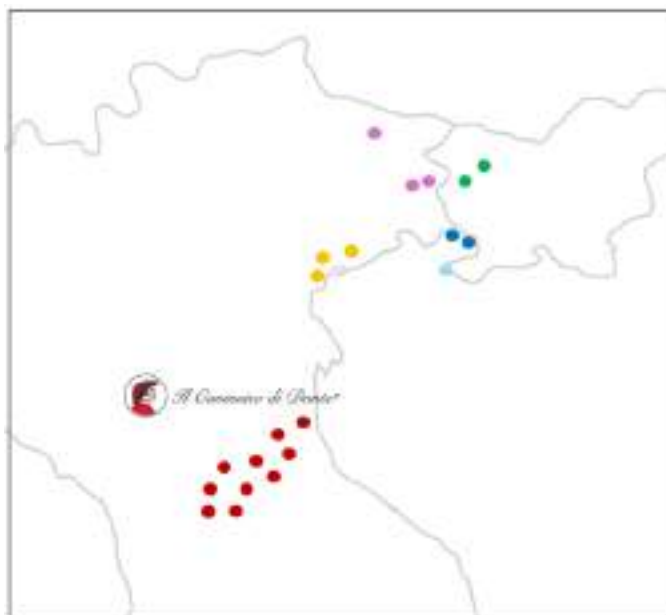
- a) **Elaborazione di una strategia transfrontaliera integrata e sostenibile per il turismo letterario, che colleghi il patrimonio naturale e culturale alle pratiche contemporanee delle industrie culturali e creative**

L'obiettivo generale del progetto, definito in base all'indagine e disamina di tutto il materiale, è quello di **aumentare la coesione regionale del turismo letterario** attraverso la creazione di una destinazione letteraria transfrontaliera integrata, sostenibile e resiliente, che offra **un turismo culturale lento**, progettando un modello di governance transfrontaliero.

Un importante obiettivo del progetto prevede di **cambiare l'approccio al patrimonio** dell'area transfrontaliera, che il turismo integra attraverso percorsi letterari e una strategia transfrontaliera **per il potenziamento sostenibile e duraturo dell'offerta**.

L'obiettivo strategico primario del progetto è quello di creare sinergie e collegare il turismo letterario transfrontaliero DANTE con il *Cammino di Dante*, affinché l'intero percorso ottenga la **certificazione Itinerari culturali (Cultural Routes)**, rilasciata dal Consiglio d'Europa.

Collegamento tra il percorso letterario transfrontaliero DANTE e il Cammino di Dante:





Il piano d'azione e il calendario di realizzazione del percorso letterario transfrontaliero DANTE includeranno i criteri volti all'ottenimento della predetta certificazione.

b) Indirizzare due principali gruppi target

Nella strategia per il turismo letterario transfrontaliero DANTE sono stati individuati **due macrogruppi di destinatari**, ovvero segmenti di mercato. Il primo segmento è costituito da **singoli individui**, che nella letteratura specialistica e scientifica vengono spesso associati alla nostalgia e al sentimentalismo (Squire, 1993; Herbert, 1995, 2001; Robinson, Andersen, 2002). Questo gruppo comprende esperti del mondo accademico e della ricerca e, soprattutto, turisti interessati ai viaggi culturali di varia portata e di diversi contenuti. Entrambi condividono l'interesse per la lettura e sono sensibili al connubio tra conoscenza, esperienze ed emozioni.

Il secondo segmento è costituito da **organizzazioni e istituzioni** che considerano il patrimonio letterario quale impulso e fattore trainante delle visite turistiche. Questo gruppo viene individuato dalla strategia come un segmento importante, poiché concorre a imprimere un valore aggiunto all'offerta turistica in parola. Contribuisce inoltre sensibilmente a scoprire e comprendere le singole località del percorso letterario, incoraggiando così i viaggi che generano un impatto economico positivo.

Per ciascun segmento la strategia propone una segmentazione più puntuale in base allo scopo del viaggio, al comportamento dei consumatori, alle caratteristiche demografiche/economiche/psicografiche/geografiche e al prezzo che sono disposti a pagare.

Singoli individui

Per il segmento dei consumatori individuali vengono di seguito individuati e descritti tutti i principali sottosegmenti. Va inoltre evidenziata la necessità di considerare, in fase di descrizione operativa della strategia e di elaborazione del piano d'azione, le specifiche caratteristiche del **gruppo target primario e secondario degli individuali** e di comprendere le motivazioni e i fattori di attrazione dei singoli gruppi target mediante diversi strumenti di marketing e

comunicazione efficaci. Sebbene i turisti letterari siano riconosciuti come un pubblico di nicchia, non va tuttavia trascurato l'**aspetto relativo al senso di appartenenza**, proprio del turismo letterario. Nella strategia è stato così evidenziato il profondo legame di connessione tra le persone e la **creazione di comunità** di individui, legati da interessi comuni. Sono stati anche definiti i **profili** dei gruppi target dei soggetti che, nel piano d'azione di attuazione della strategia, concorreranno a sviluppare un'offerta su misura, modulata secondo le diverse tipologie di persone.

Organizzazioni e istituzioni

Le organizzazioni e le istituzioni rappresentano una forma di marketing indiretto, complementare al marketing diretto rivolto ai singoli individui. Attraverso il segmento delle organizzazioni e delle istituzioni verranno avviate attività di **promozione e coinvolgimento delle comunità locali e di integrazione dell'attuale offerta**. Questo segmento stimola opportunità imprenditoriali e di sviluppo, oltre ad avere un impatto significativo sulla **promozione di un'esperienza turistica letteraria sostenibile e autentica**, che sta ultimamente espandendosi. Inoltre, la crescita di questo settore viene promossa anche da partenariati tra enti e organizzazioni locali, istituzioni culturali, associazioni turistiche e imprese private. In questo contesto, anche il turismo letterario ha un grande impatto economico, non solo in termini di sostegno dell'occupazione nell'economia locale, ma anche come importante elemento che determina l'esperienza turistica complessiva.

II. ANALISI DEL CONTESTO

Il turismo letterario

Nel 2024 il turismo rappresentava il 10% dell'economia globale contribuendo al PIL mondiale per 10,9 miliardi di dollari. Il settore ha generato 357 milioni di posti di lavoro in tutto il mondo, pari a un rapporto di circa uno su dieci, evidenziando il ruolo centrale che il comparto ha sul mercato occupazionale. Anche la spesa dei turisti stranieri è cresciuta fortemente, attestandosi a 1,9 miliardi di dollari americani (Fonte: worldbank.com).

Negli ultimi anni la tutela del patrimonio e la sostenibilità ambientale sono diventati elementi fondanti per lo sviluppo del turismo. Considerato il forte dinamismo del **turismo** degli ultimi anni gli operatori del settore devono

necessariamente adeguarsi ai **bisogni dei turisti del XXI secolo**. Middleton (2001, pag. 53) ha profilato gli utenti dei servizi turistici descrivendoli come:

- più abbienti,
- più istruiti e interessati a una formazione continua,
- impegnati attivamente a mantenersi in salute,
- di età più avanzata, ma ancora attivi, che hanno effettuato svariati viaggi ed esperienze di viaggio internazionali,
- maggiormente influenzati dai mass media e dalle informazioni, in genere,
- hanno una migliore capacità nell'utilizzo delle nuove tecnologie,
- hanno marcate richieste individuali e sono culturalmente eterogenei.

Numerosi studi e le attuali **tendenze del settore** evidenziano che in futuro verrà rivolta grande attenzione al fattore esperienziale teso a garantire un'esperienza e soggiorno sostenibili. I turisti sono sempre più alla ricerca di momenti autentici e significativi, di esperienze complete, il che rappresenta la marca distintiva del turismo letterario.

Il **turismo letterario** è una forma di turismo culturale e patrimoniale che si concentra sulla "visita di luoghi noti, associati agli autori letterari e alle loro opere" (Squire, 1993). Il turismo letterario è un intreccio di diverse pratiche in termini di visita e segnalazione di luoghi legati ad autori e alle loro opere (Watson, 2009). Questa forma di turismo unisce cultura, arte, storia e interessi personali per la letteratura. È una nicchia del "turismo culturale", poiché attiene al patrimonio culturale (Robinson & Andersen, 2002). Solitamente riguarda viaggi in luoghi, dove sono ambientati testi letterari "fittizi e non", luoghi legati "alla vita e alla morte di scrittori", luoghi che hanno "ispirato autori letterari" e luoghi creati per "celebrare la letteratura e i suoi autori" (Hendrix, 2008, Croy, 2012). Uno dei maggiori cambiamenti, che hanno interessato il turismo letterario negli ultimi anni, è stato il passaggio da segmento di nicchia a offerta turistica più diffusa.

Nel 2024 il mercato globale del turismo letterario è stato valutato a 2,4 miliardi di dollari che, si stima, crescerà con un tasso annuo del 3,3% entro il 2034 (Fonte: futuremarketinsights.com). Secondo le analisi del settore si prevede un mercato sviluppo, alimentato dal crescente interesse per le destinazioni letterarie e dal concetto di pellegrinaggio letterario. Un ulteriore impatto significativo sul turismo letterario è dato dall'ascesa dei media digitali e sociali che lo rendono più accessibile. Piattaforme, come Instagram, Meta o X, influenzano il turismo letterario aumentando la consapevolezza e raggiungendo un pubblico globale. Questo sviluppo digitale attrae infatti turisti di ogni età e ceto sociale. Tali

constatazioni indicano che questo tipo di turismo non è più solo un segmento di nicchia. Lo stesso studio rileva inoltre il particolare interesse delle generazioni più giovani (con una crescita del 60% tra i millennial), segnalando un cambiamento sempre più evidente. Secondo l'89% dei turisti il viaggio è infatti un momento per "investire in sé stessi" e non solo per riposarsi.

Il periodo post-pandemico preannuncia un ulteriore sviluppo e crescita del turismo letterario, legato al crescente bisogno di viaggi culturali e alla scoperta di destinazioni fuori dai circuiti turistici di massa. Alcuni turisti ricercano soprattutto esperienze di viaggio che privilegiano la lentezza e la sostenibilità. Nel turismo letterario sono importanti anche la personalizzazione e creazione tailormade dei pacchetti di viaggio. Il turismo letterario unisce così due pratiche culturali: il viaggio e la lettura. Secondo il Travel Weekly si sta diffondendo la tendenza di una nuova generazione di gruppi di lettura, wine bar a tema letterario, letture pubbliche e l'ascesa dei cosiddetti BookTok e Bookstagram a dimostrazione che la lettura è di moda, cosa che l'industria dei viaggi sta seguendo da vicino. La piattaforma per eventi dal vivo Eventbrite ha riportato un aumento del 26% degli eventi letterari nel 2023 e un aumento del 35% delle presenze negli Stati Uniti. I tour operator stanno confezionando itinerari destinati ai bibliofili per ravvivare il loro amore per i libri. Sebbene il turismo letterario rientri nel segmento dei cosiddetti viaggi di nicchia del turismo culturale, il suo potenziale in termini di contenuti è straordinario in quanto attiene al patrimonio culturale (Robinson & Andersen, 2002). Come scrivono Potočnik Topler et al. (2024), i viaggi turistici letterari hanno una durata e una dimensione spaziale più o meno lunga e comprendono visite ai luoghi in cui ha vissuto uno scrittore, luoghi reali o immaginari descritti nella sua opera, visite ai paesaggi che hanno ispirato i suoi testi, visite a città letterarie che possono ospitare festival tematici.

Nel turismo letterario i festival sono le destinazioni più popolari, soprattutto per la loro capacità unica di unire la passione letteraria all'approfondimento culturale e all'appartenenza ad una comunità (ad esempio, l'Edinburgh International Book Festival, l'Hay Festival, il Jaipur Literature Festival). Ai partecipanti offrono una piattaforma dinamica dove possono prendere parte a letture d'autore, conferenze, firmacopie e laboratori letterari dando vita a un'atmosfera vivace che celebra la letteratura nelle sue varie forme e generi. Nel 2024 i festival hanno rappresentato il 37,6% del valore totale di questa tipologia di turismo.

Segmento

Festival

Segment	Festivali
Quota (2024)	37,6%

Fonte: Literary Tourism Market, 2024

Un'altra importante tendenza riscontrata nello sviluppo del turismo letterario riguarda le piattaforme online per la prenotazione di escursioni, alloggi ed esperienze. Piattaforme, quali TripAdvisor, Airbnb Experiences e i siti di tour operator, offrono elenchi completi di viaggi letterari con la possibilità di personalizzare l'itinerario in base ai propri interessi e desideri. Sono inoltre un importante canale di promozione e comunicazione, poiché consentono all'utente di esplorare, confrontare e prenotare viaggi letterari, alloggi ed esperienze, rendendo le informazioni meglio accessibili al visitatore straniero. Assieme ai social network, le piattaforme sono per gli operatori di nicchia e gli operatori locali un valido aiuto per raggiungere un pubblico più ampio.

Segmento	Prenotazioni online
Quota (2024)	48,4%

Fonte: Literary Tourism Market, 2024

Nella tabella seguente sono indicate le altre forme di turismo letterario, con particolare attenzione alla variegata offerta di esperienze dedicate agli appassionati e agli studiosi di letteratura.

Tabella: Forme di turismo letterario

FORMA	DESCRIZIONE	ESEMPI
Luoghi descritti nel testo	Viaggio in luoghi reali o immaginari raffigurati nelle opere letterarie.	Visitare luoghi dei romanzi, come i luoghi di Orgoglio e pregiudizio
La vita e la morte degli scrittori	Visita ai luoghi legati alla vita e alla morte degli autori.	Visitare il luogo di nascita di Shakespeare a Stratford-upon-Avon o la casa di Hemingway a Key West.
Paesaggi suggestivi	Scoperta dei paesaggi che hanno ispirato le opere letterarie.	Visita al Lake District, luogo di ispirazione per Wordsworth e Coleridge
Festival letterari e città del libro	Partecipazione a festival o visita a città dedicate ai libri e alla letteratura.	Il Festival Hay a Hay-on-Wye in Galles
Città della letteratura UNESCO	Viaggi in città famose per il loro patrimonio e contributo letterario.	Edimburgo in Scozia; Melbourne in Australia.
Siti commemorativi	Visita dei monumenti e delle tombe di scrittori famosi.	La tomba di Dante a Ravenna in Italia; la tomba di Chateaubriand a St. Malo in Francia.
Visite a dimore e luoghi cari	Visite guidate ai luoghi legati a illustri scrittori.	Visitare le "Dimore i luoghi prediletti dai più illustri poeti britannici"
Parchi letterari	Esplorazione di alcuni parchi che celebrano il patrimonio letterario.	Parchi letterari in Italia dedicati a diversi autori e alle loro opere.
Passeggiate e percorsi letterari	Partecipazione a passeggiate guidate e a percorsi che sviluppano temi letterari e storie.	Visite guidate su Jane Austen a Bath, nel Regno Unito; passeggiate letterarie a Parigi alla scoperta dei luoghi prediletti da Hemingway.
Pellegrinaggi letterari	Viaggi storici e contemporanei nei luoghi di importanza letteraria.	Pellegrinaggi nei luoghi petrarcheschi in Provenza o nei luoghi di Dante a Firenze e Ravenna.
I grandi viaggi romantici (Grand Tours)	Viaggi storici nei luoghi legati a personaggi del Romanticismo e di epoche precedenti.	Visita di Lord Byron nei luoghi letterari italiani.
Musei letterari	Visita di musei dedicati a determinati autori o movimenti letterari.	Museo degli scrittori a Edimburgo, dedicato a Walter Scott, Robert Louis Stevenson e Robert Burns.
Turismo lento e sostenibile nel periodo post Covid	Focus su viaggi sostenibili e culturalmente interessanti in luoghi letterari meno noti.	Dopo il Covid, enfasi sulla scoperta di destinazioni letterarie meno frequentate

Fonte: Researching literary tourism, Potočník Topler e altri, 2024

Con l'aumento del livello di istruzione nella seconda metà del XX secolo, le pratiche culturali e commerciali del turismo letterario sono diventate oggetto di attività di studio che hanno contribuito alla formazione di una classe istruita di esperti nell'industria dei viaggi, indirizzati a ricercare il senso e il progresso.

Questo è anche lo scopo e l'obiettivo perseguiti nel creare il percorso letterario transfrontaliero DANTE. Il focus e il filo conduttore della presente strategia è quello di fornire strumenti per promuovere ulteriormente il turismo letterario, sia in termini commerciali che di ricerca.

a) Panoramica e sintesi delle attuali strategie, politiche e analisi a livello locale, regionale ed europeo

Le **attuali strategie** nonché le analisi e le politiche elaborate **confermano l'importanza del turismo letterario**. Tale forma di turismo offre un'opportunità unica nel coniugare il patrimonio letterario con la rinascita delle comunità locali e la promozione di pratiche turistiche sostenibili (Potočnik Topler, 2020, 23-25). Tutti questi benefici costituiscono un'importante punto di partenza per l'elaborazione del piano strategico del progetto Dante, fondato sul patrimonio letterario dell'area che comprende le regioni italiane del Veneto e del Friuli Venezia Giulia nonché le regioni slovene Obalno-Kraška e Severno-Primorska.

In quanto Stati membri dell'UE, la Slovenia e l'Italia sono tenute a rispettare la normativa comunitaria in materia di patrimonio culturale e della sua valorizzazione nel turismo. In questo contesto costituiscono un importante riferimento le linee guida dell'UNESCO sul patrimonio mondiale, che incoraggiano gli Stati membri a proteggere e conservare il patrimonio culturale, rilevante per finalità turistiche. L'UE incentiva altresì gli Stati membri a integrare il turismo culturale all'interno delle più ampie politiche di turismo sostenibile.

L'attuale **Strategia nazionale italiana** per lo sviluppo del turismo (PST 2023-2027), alla quale le istituzioni regionali e provinciali si sono armonizzate, prevede di dare maggiore importanza al turismo culturale e letterario. La **Regione Veneto** promuove infatti il patrimonio culturale e le tradizioni locali incoraggiando, con la Legge n. 23/2004, la creazione di itinerari turistici letterari legati a siti storici e case-museo. Anche la **Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia** ha sviluppato un quadro giuridico e normativo di tutela del patrimonio culturale e delle tradizioni, che è in linea con le raccomandazioni della legislazione europea e italiana. A riguardo la Legge regionale n. 22 ha introdotto un contributo finanziario da destinare ai beni culturali di particolare interesse.

Anche l'**attuale strategia turistica slovena** (2022-2028), incentrata sullo slogan "Green Boutique", ha dato grande enfasi al turismo culturale nonché all'equilibrio tra l'offerta turistica e l'ampio ventaglio di attrazioni naturali slovene. La Legge sulla tutela del patrimonio culturale (ZVKD-1) stabilisce le procedure per il monitoraggio e la conservazione del patrimonio culturale, promuovendone la sua fruizione a fini turistici a condizione che ne vengano preservati il suo valore storico e la sua integrità. Entrambi i Paesi riconoscono quindi nel turismo un'importante

fonte di reddito e il valore di nicchia del turismo letterario che può contribuire a uno sviluppo più ampio del comparto turistico.

Attualmente il turismo letterario in Italia è molto ben sviluppato. Infatti molte regioni offrono percorsi letterari consolidati, musei e luoghi commemorativi dedicati a famosi autori italiani e stranieri. L'Italia, per la sua tradizione culturale e letteraria e per la sua conformazione geografica, dispone di un contesto molto più ampio e sviluppato per il turismo letterario.

Oltre ai parchi letterari, anche i **percorsi letterari** rivestono grande importanza. Il Cammino di Dante (<https://www.ilcamminodidante.it/>) è il primo cammino di pellegrinaggio al mondo che non ha contenuti sacri, ma è dedicato a un autore letterario e alla sua opera, la Divina Commedia. L'offerta turistico-letteraria in Friuli Venezia Giulia, grazie alla sua ricca storia, vanta un ampio repertorio di itinerari letterari e diversi **percorsi tematici**, suddivisi in Scrittori di guerra, Scrittori dei corsi d'acqua, Scrittori di montagna I, Scrittori di montagna II, Scrittori di città, Scrittori di confine, Scrittori delle pianure. Molti luoghi in Friuli Venezia Giulia sono anche sede di **festival letterari** in forma di eventi culturali, musicali e sportivi. In questa sede vengono evidenziati solo alcuni luoghi specificamente legati a eventi letterari e artistici, che potrebbero contribuire direttamente allo sviluppo di itinerari turistico-letterari.

Anche la Regione **Veneto** vanta una ricca offerta turistico-letteraria che include parchi letterari, case-museo e musei letterari, festival ed eventi culturali, caffè letterari, aperitivi letterari nonché itinerari e percorsi letterari. I **parchi letterari** sono aree geografiche, spesso paesaggi naturali o piccoli centri abitati, che sono indissolubilmente legati alla vita e alle opere dei grandi scrittori. Nell'area metropolitana di Venezia non ci sono parchi letterari, che ritroviamo invece nella regione del Veneto, nello specifico il Parco letterario Andrea Zanzotto (Treviso) e il Parco letterario Francesco Petrarca e dei colli Euganei situato nella Riserva naturale dei Colli Euganei (Padova). **Le case-museo e i musei letterari** rientrano tra le più importanti risorse culturali del turismo letterario.

Le più importanti dell'area di Venezia e del Veneto sono:

Città Metropolitana di Venezia	Regione Veneto	
Peggy Guggenheim Collection Venezia (VE)	Villa Emo Veduggio (TV)	Villa Buzzati Traverso Belluno (BL)
Casa Museo Palazzo Fortuny Venezia (VE)	Museo Casa Giorgione Castelfranco Veneto (TV)	Case Mazzanti Padova (PD)
Casa Goldoni Venezia (VE)	Villa museo Goffredo Parise Ponte di Piave (TV)	Castello di Monselice Monselice (PD)

Casa Andrich Isola di Torcello (VE)		Museo Gipsoteca Antonio Canova Possagno (TV)	Casa Museo Giacomo Matteotti Fratte Polesine (RO)
Casa Bortoli Venezia (VE)		Casa natale e museo di San Pio X Riese (TV)	Palazzo Maffei Verona (VR)
Museo Nazionale di Villa Pisani Stra (VE)		Casa natale di Tiziano Vecellio Pieve di Cadore (BL)	Museo di Hemingway e della Grande guerra Bassano del Grappa (VI)
Museo Letterario Ippolito Nievo Fossalta di Portogruaro (VE)		Casa museo Gaia de cammino Portobuffolè (TV)	Museo di Vittorino Cazzetta Selva di Cadore (BL)
Museo di Villa Foscari Rossi Stra (VE)		Museo della Casa dell'Alchimista Tambre (BL)	Casa Museo Fioroni Legnago (VR)
Casa di Marco Polo Venezia (VE)		Casa Museo del Petrarca Arquà Petrarca (PD)	
Galleria di Palazzo Cini Venezia (VE)			
Casa rossa Venezia (VE)			

Fonte: Strategia transfrontaliera per la gestione dei percorsi turistici letterari

I festival letterari rappresentano una delle risorse culturali più dinamiche del turismo letterario che offrono opportunità di dibattiti e approfondimenti, diventando delle vere e proprie "scenografie letterarie". Nella Città Metropolitana di Venezia e in Veneto si svolgono i seguenti festival letterari:

Città Metropolitana di Venezia	Regione Veneto	
Incroci di Civiltà, Festival Internazionale di Letteratura Venezia (VE)	Tribùk Abano Terme (PD)	Festival Treviso Giallo Treviso (TV)
Festival delle idee Mestre (VE)	Rovigoracconta Rovigo (RO)	Festival della letteratura di Schio Schio (VI)
Equilibri Venezia (VE)	Festival della lettura Vorlage, Dolcè (VR)	Una montagna di libri Cortina d'Ampezzo (BL)
I do love festival letterario Dolo (VE)	Quello che le donne scrivono Rovigo (RO)	I confini della libertà Verona (VR)
Festival della letteratura di viaggio Jesolo (VE)	Caratteri mobili Lonigo (VI)	Profumo di carta Isola vicentina (VI)
Venice Noir Venezia (VE)	Festival Wunderkammer Verona (VR)	Festival letterario in Arzignano Arzignano (VI)
PortoImmaginario Portogruaro (VE)	Foresta di Libri Vittorio Veneto (TV)	Boschi di carta Pieve di cadore (BL)
Mestre book fest Mestre (VE)	Piccola festival della letteratura Bassano del Grappa (VI)	Trichiana il paese del libro Trichiana (BL)
	Una basilica di libri	Festival del viaggiatore Verona (VR)

Fonte: Strategia transfrontaliera per la gestione dei percorsi turistici letterari

Gli **itinerari letterari** sono percorsi che permettono ai visitatori di esplorare luoghi legati a opere letterarie o alla vita di scrittori famosi. Nell'area metropolitana di Venezia e in Veneto si trovano i seguenti itinerari:

Città Metropolitana di Venezia	Regione Veneto	
Itinerario Carlo Goldoni Venezia (VE)	Colli Euganei e le targhe letterarie	Ippolito Nievo in Polesine
Casa Museo Palazzo Fortuny Venezia (VE)	Belluno a casa di Buzzati Belluno (BL)	Il Veneto di Giovanni Comisso
Museo Batteria Pisani Cavallino Treporti (VE)	Dante in tour: from Inferno to Paradise Verona (VR)	I luoghi di Hemingway in Veneto
Sulle tracce di Hemingway Venezia (VE)	Itinerario letterario di Andrea Zanzotto	Il cammino di Mario Rigoni Stern
I luoghi di Ippolito Nievo Portogruaro (VE)	Verona di Shakespeare Verona (VR)	
Venezia con Tiziano Scarpa Venezia (VE)		

Fonte: Strategia transfrontaliera per la gestione dei percorsi turistici letterari

I caffè letterari uniscono la tradizione dei caffè come luoghi di incontro con attività dedicate alla letteratura e all'arte. Nella Città Metropolitana di Venezia e in Veneto si trovano i seguenti locali storici:

Città Metropolitana di Venezia	Regione Veneto	
Caffè Florian Venezia (VE)	Caffè Pedrocchi Padova (PD)	Gioia caffetteria Oderzo (TV)
Caffè Quadri Venezia (VE)	Caffè letterario Treccani Padova (PD)	Caffè letterario Montebelluna (TV)
Caffè la Calcina Venezia (VE)	Casa Mazzanti caffè Verona (VR)	Caffè e parole Verona (VR)
Caffè Lavena Venezia (VE)	Lettherarium Belluno (BL)	Leggi e gusta Vago (VR)
sullaluna Venezia (VE)	LibrOsteria Padova (PD)	Il minotauro Verona (VR)
Caffè letterario di Venezia Venezia (VE)	Caffè letterario di ENAIP Veneto Feltre (BL)	Bar 2000 - caffè letterario Campolongo di Cadore (BL)
Caffè letterario San Donà di Piave (VE)	Tulipane Conegliano Conegliano (TV)	Bistrot Letterario Vigonza (PD)
Caffè la Serra Venezia (VE)	Il caffè letterario Treviso (TV)	Alle dolomiti caffè Padova (PD)

Fonte: Strategia transfrontaliera per la gestione dei percorsi turistici letterari

Gli **aperitivi letterari** sono diventati di recente un nuovo concetto che prevede un momento di convivialità in cui le persone discutono di libri e letteratura, scambiano idee sulle tecniche di scrittura o presentano opere e autori, contribuendo a creare un'atmosfera accogliente e piacevole. Nella provincia di Venezia e in Veneto si svolgono le seguenti iniziative:

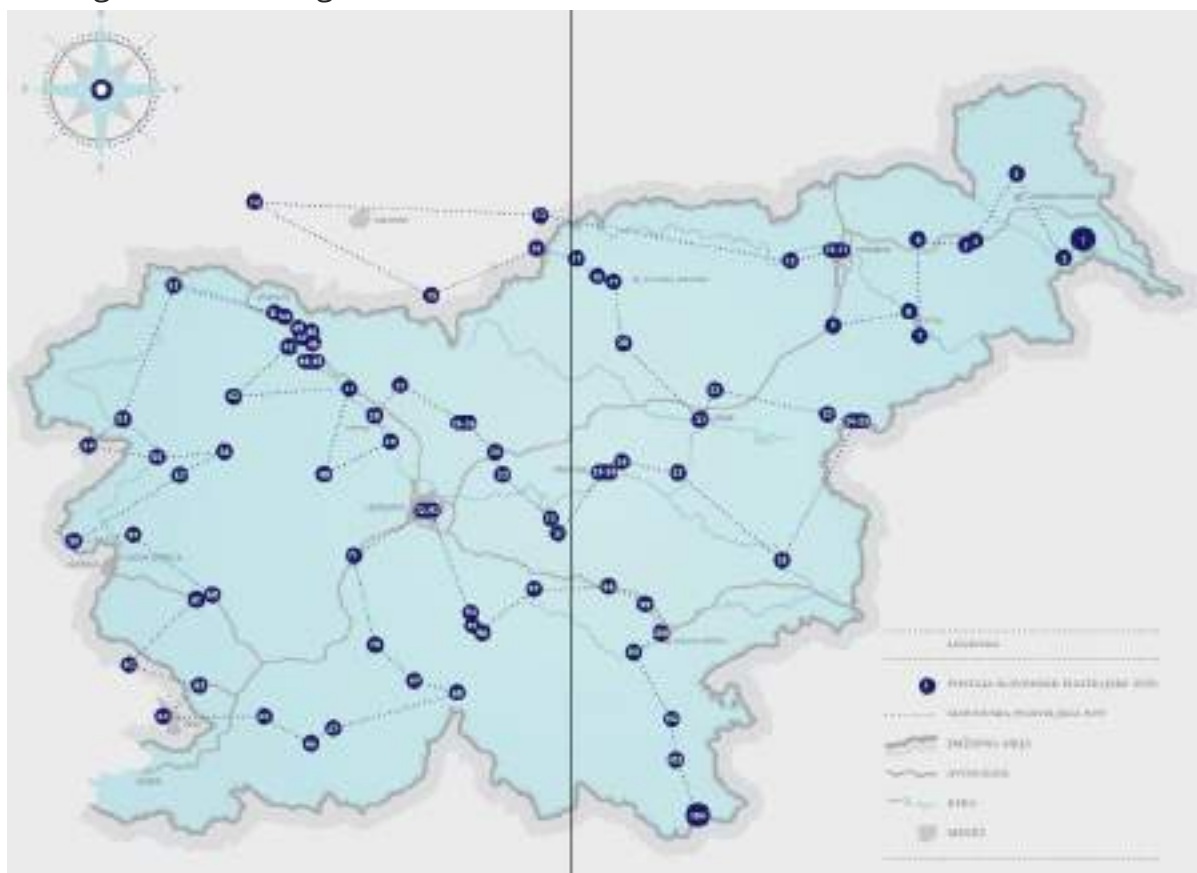
Città Metropolitana di Venezia	Regione Veneto	
Aperitivo letterario di gruppo Portogruaro, VE	Aperitivo letterario: la valigia delle vacanze Verona (VR)	Aperitivi con Autore Battaglia terme (PD)
Aperitivo letterario Mestre (VE)	Tabula con libri Asiago (BL)	Il veneto legge, aperitivo con autore Monselice (PD)
Aperitivi letterari a ritmo jazz Venezia (VE)	Aperitivi letterari Soave (VR)	Niente di vero Verona (VR)
	Aperitivo di storie Vittorio Veneto (TV)	Aperitivo con autore Verona (VR)
	Spritz letterario Padova (PD)	

Fonte: Strategia transfrontaliera per la gestione dei percorsi turistici letterari

La **Slovenia** presenta un'offerta turistica letteraria frammentata, legata al patrimonio culturale e letterario locale che, sebbene sia meno conosciuto al grande pubblico, sta attualmente crescendo consolidandosi come un importante nicchia turistica. Prevala il turismo letterario, legato ai grandi nomi della letteratura nazionale. Oltre alle biblioteche, che organizzano spesso eventi letterari e culturali, in alcune località slovene sono stati allestiti spazi speciali

dedicati alla presentazione e promozione della letteratura e dei suoi autori, soprattutto sloveni, ma anche stranieri. Nel 2013, l'**Associazione degli scrittori sloveni** ha presentato un percorso letterario sloveno di oltre 700 chilometri che attraversa l'intera Slovenia (Društvo-dsp, 2020), collegando 104 **case natali e dimore di poeti e scrittori sloveni**.

Immagine: Strada degli scrittori sloveni



Fonte: drustvo-dsp.si

Lo sviluppo del turismo letterario in Slovenia è in linea con l'ambizione della Slovenia di posizionarsi come una destinazione verde, attiva e sana con esperienze di alta gamma, che intende perseguire attraverso il sistema di certificazione nazionale per la promozione dello sviluppo sostenibile del turismo, denominato Schema verde del turismo sloveno (STO, 2018).

Oltre alla Strada degli scrittori sloveni, sono stati sviluppati anche itinerari dedicati ad autori specifici. Degno di nota è il percorso letterario delle scrittrici, che collega musei, monumenti, sale di lettura, sale commemorative, caffè includendo non solo il mondo scientifico e culturale, ma anche le comunità locali, le attrazioni turistiche, la gastronomia e l'industria creativa. I **percorsi letterari sloveni** offrono una varietà di contenuti, legati anche ai festival. Oltre alle attività letterarie e turistiche slovene, vanno menzionati i **festival letterari internazionali** organizzati proprio in Slovenia. Seppur presente, l'attività letteraria e turistica ha in Slovenia uno sviluppo diversificato per zone del paese ed è, rispetto all'Italia, in generale meno avanzata. Le principali ragioni di questa situazione vanno ricercate in minori stanziamenti di fondi e investimenti e, di conseguenza, nell'assenza di promozione del turismo letterario, che potrebbe inoltre concorrere alla

promozione della letteratura slovena, della lettura e dell'alfabetizzazione. I siti internet delle varie case commemorative sono spesso disponibili solo in lingua slovena il che non li rende accessibili ai potenziali turisti stranieri. Tra le varie cause vanno anche indicate la scarsa notorietà degli scrittori sloveni all'estero in generale e, in alcuni casi, la lontananza dei siti letterari nonché la carente infrastruttura viaria (Jurinčič, 2016; Potočnik Topler, 2016; Potočnik Topler, 2017). Inoltre, in determinati contesti, il livello di promozione dei luoghi letterari, dei punti di interesse e dei percorsi rappresenta una sfida che richiede modalità di presentazione più attraenti e interattive, disponibili anche in lingua inglese. Il progetto di turismo letterario transfrontaliero Dante rappresenta quindi un importante potenziale.

Analisi delle buone pratiche:

Il Cammino di Dante



L'itinerario letterario, che si estende tra Ravenna e Firenze attraversando due regioni italiane, segue il percorso di vita di Dante Alighieri e collega i luoghi del suo esilio.

Prospettiva di marketing:

- Enfasi sull'autenticità e sul turismo lento (slow tourism) - pubblicizzato come percorso per gli amanti della cultura che desiderano vivere il mondo di Dante attraverso la natura. Combina l'escursionismo con l'alta cultura.
- Racconto storico-narrativo - utilizza brani della Divina Commedia, la simbologia dell'Inferno, del Purgatorio e del Paradiso.
- Paesaggio e turismo culturale - combina escursionismo, città medievali italiane e letteratura.
- Pubblico target: turisti culturali, escursionisti, intellettuali, festival letterari, anche visitatori Erasmus e internazionali.

- Canali di comunicazione: sito web, profili social Meta (Facebook, Instagram, Youtube), collegamento con le organizzazioni turistiche della Toscana e dell'Emilia-Romagna.

Anche il rapporto sul viaggio di studio a Firenze e in Emilia-Romagna, realizzato nell'ambito del progetto DANTE, ha evidenziato alcune importanti pratiche contemporanee e la valenza del percorso dantesco. In termini di sostenibilità, degna di nota è l'offerta del tradizionale pranzo dantesco secondo il concetto di "Kilometro zero". Vengono inoltre citati esempi di rappresentazione delle opere di Dante in formato digitale, come ad esempio l'esperienza virtuale in VR, la segnalazione dei punti di interesse mediante codice QR, le presentazioni multimediali della vita e dell'opera di Dante e altri approcci innovativi volti alla conservazione e presentazione di contenuti letterari. Il principale punto di forza del percorso è la combinazione unica di natura e patrimonio letterario, che il visitatore può sperimentare fisicamente. Sebbene i singoli punti del percorso offrano, attraverso i canali digitali, un'esperienza del patrimonio letterario dagli standard elevati, il percorso è poco conosciuto al grande pubblico e ha quindi un grande potenziale in termini di aumento della propria visibilità, vista anche la tendenza globale verso lo slow travel.



Jane Austin Literary Trail



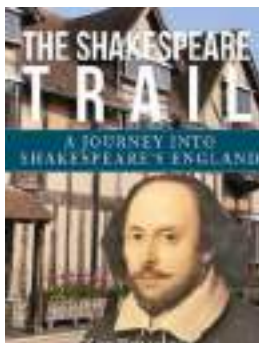
Il percorso letterario dedicato a Jane Austen accompagna il visitatore alla scoperta dei vari luoghi che hanno ispirato i suoi romanzi. È possibile visitare la sua casa (museo) e i siti in cui sono ambientate le sue opere, come ad esempio *Orgoglio e pregiudizio*, immergendosi nei tranquilli villaggi inglesi e passeggiando nella campagna che la stessa autrice ha descritto.

Prospettiva di marketing:

- Emotional branding - estetica vittoriana romantica, tranquilli villaggi inglesi, nostalgia dell'“Inghilterra nobiliare”.
- Eventi e giornate a tema - tè, balli vittoriani, anniversari dei personaggi letterari.
- Pubblico target - principalmente donne tra i 20 e i 60 anni, appassionati di romanzi, turiste culturali, incluso gruppi turistici.
- Canali di comunicazione - profili social Meta, brochure sulla vita della scrittrice, comunità letterarie sulle reti social, pop-up market organizzati. La Jane Austen House utilizza ampiamente i social network e blog, organizza vari eventi e gestisce negozi di souvenir.

Il principale punto di forza (selling point) dell'itinerario è la nostalgia romantica, soprattutto durante la visita della residenza dell'autrice. Il percorso è meno conosciuto a livello globale rispetto a quelli dedicati a Shakespeare o Potter.

Shakespeare Trail



Il percorso collega i luoghi chiave della vita e produzione artistica dell'autore offrendo uno sguardo sulla storia dell'Inghilterra del XVI secolo.

Prospettiva di marketing:

- Shakespeare come simbolo della cultura globale - forte pubblicità nazionale come "esperienza da fare".
- Sostegno delle istituzioni - Royal Shakespeare Company, musei, turismo britannico.
- Forte componente educativa - gruppi scolastici, scambi internazionali, festival teatrali.
- Pubblico target: turisti internazionali, studenti, accademici, appassionati di teatro;
- Canali di comunicazione - campagne professionali, social network, blog, podcast, produzioni teatrali, forte presenza nei media. Essendo basato su un'immagine molto tradizionale, il percorso potrebbe non essere apprezzato dal pubblico più giovane, che cerca una modalità di presentazione più moderna.

Il principale punto di forza sta nella figura di Shakespeare quale marchio globale, che gode di un forte sostegno culturale e istituzionale.

Harry Potter Locations trail



Il percorso non è un classico itinerario letterario, bensì unisce i luoghi legati ai libri e ai film partendo da Londra passano per Oxford fino a raggiungere la Scozia, dove si trovano numerosi set cinematografici.

Prospettiva di marketing:

- Marketing per franchising estremamente forte - Warner Bros e Visit Britain promuovono esperienze legate al film e al libro.
- Attrattività visiva e luoghi fotogenici - enfasi sui luoghi "instagrammabili".
- Esperienze interattive - visite ai luoghi utilizzati per le riprese, viaggi in treno, negozi a tema.
- Pubblico target - famiglie, giovani adulti, appassionati di cultura pop, turisti internazionali.
- Canali - TikTok, Instagram, YouTube, campagne pubblicitarie globali.

Principale punto di forza: si entra nel mondo della magia - forte legame emozionale con un'icona della cultura pop.

Walk of peace

Walk of peace non è un percorso letterario bensì un memoriale e un viaggio dedicato allo straordinario valore universale della pace.



Prospettiva di marketing:

- Connessione internazionale - dalle Alpi all'Adriatico.
- Differenziazione - non è solo un percorso escursionistico e storico, ma un'esperienza combinata che coinvolge emotivamente. Escursioni guidate, escursioni stagionali, esperienze di più giorni.
- Pubblico target - turisti culturali, escursionisti, famiglie e gruppi scolastici.
- Forte componente narrativa - è un marchio che vende un'esperienza con una forte connotazione, e non un'attrazione.
- Canali di comunicazione - centri visitatori (contenuti interattivi, informazioni, materiale promozionale), social network, fiere del libro.
- Esempio di turismo lento e sostenibile, in forte espansione.

Itinerario letterario dedicato a Cankar



L'itinerario letterario dedicato allo scrittore sloveno Cankar è un percorso turistico culturale dal marcato carattere identitario legato all'alta riconoscibilità culturale di Ivan Cankar quale icona della letteratura slovena.

Prospettiva di marketing:

- Principale potenziale del percorso - forte identità culturale nel luogo autentico dove è cresciuto l'autore.
- Differenziazione - visto l'aumento di proposte concorrenti (itinerario dedicato a Prešeren, itinerario dedicato a Kosovel, ecc.) è necessaria una maggiore differenziazione.
- Pubblico target - turisti culturali, famiglie e visitatori individuali, scuole.
- Forte base narrativa - la storia della vita di Ivan Cankar, raccontata attraverso i luoghi in cui sono state scritte le sue opere, costituisce una buona base per offrire un'interpretazione moderna e adeguarsi alle tendenze turistiche contemporanee verso un'offerta esperienziale.
- Canali di comunicazione – attenzione ai canali e alle forme tradizionali (manifesti, volantini, partnership con TV Slovenija). Forte legame con le associazioni alpinistiche, portali di percorsi ciclabili ed escursionistici. Canali digitali (ottimizzazione SEO, social network) meno sviluppati.
- Necessità di aumentare la riconoscibilità del marchio – utilizzo di un'identità visiva comune e miglioramento dell'esperienza.

Tutti i casi analizzati dimostrano che lo sviluppo futuro del turismo letterario dipende in larga scala dalle esperienze interattive e dalla capacità di creare storie dal forte impatto che vadano oltre il semplice testo letterario e si traducano, per il visitatore, in un'esperienza personale. I casi esaminati dimostrano che il successo è garantito quando il marchio, la location e l'esperienza fanno parte di una narrativa unica e riconoscibile.

b) Analisi dei principali fattori della domanda

Vista la sua transdisciplinarietà, il turismo letterario va analizzato da diversi punti di vista. Per una migliore individuazione dei fattori che stimolano questo tipo di turismo, durante la stesura della strategia transfrontaliera di turismo letterario nell'ambito del progetto DANTE sono state utilizzate competenze letterarie, geografiche, economiche e di marketing.

Gli appassionati, spesso definiti turisti letterari, cercano luoghi legati ai propri libri e autori preferiti. Questa tendenza, nota come biblio-turismo, evidenzia il

profondo legame emotivo e culturale che i viaggiatori instaurano con la letteratura, spingendoli a intraprendere viaggi ispirati ai libri e alla narrazione di storie. Per le finalità del progetto Dante, i partner progettuali hanno condotto un'approfondita analisi ed esaminato la letteratura relativa all'importanza e opportunità del turismo letterario, hanno organizzato vari workshop e redatto un questionario di indagine rivolto ai potenziali portatori di interesse o utenti finali. L'indagine ha individuato 9 gruppi di stakeholder specifici:

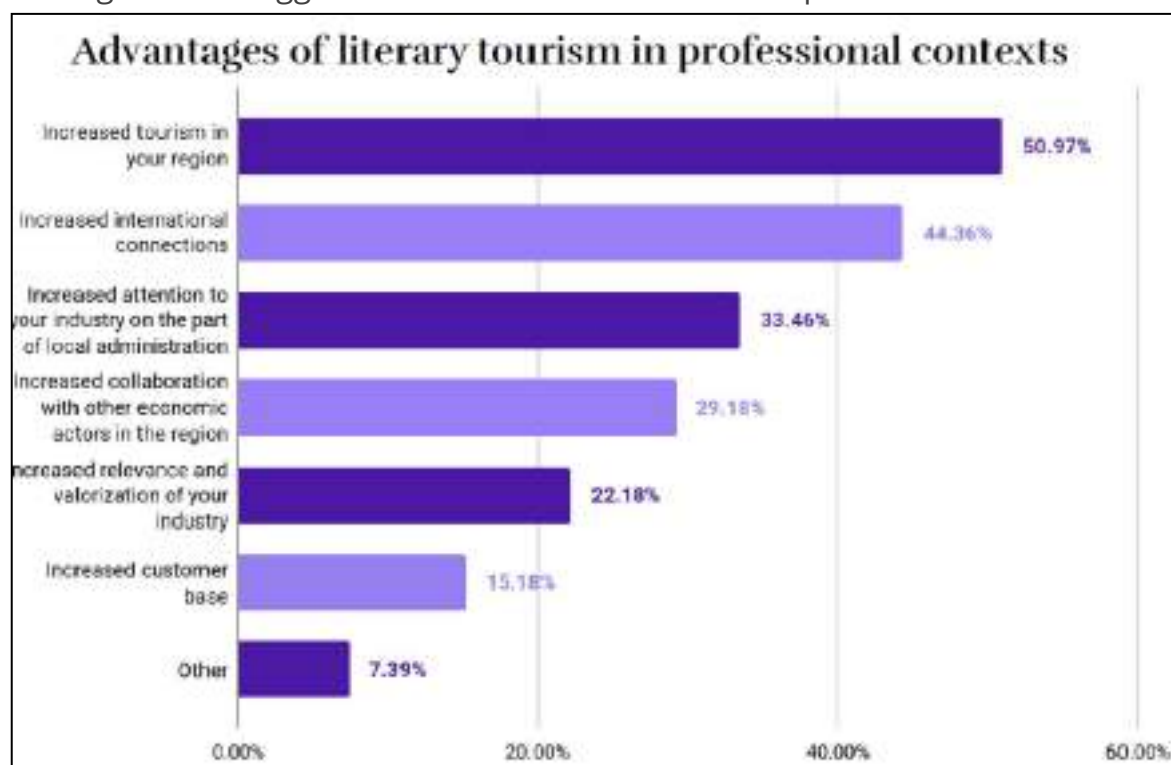
1. artisti - poeti, scrittori, traduttori, editori
2. bibliotecari e antiquari
3. organizzatori di eventi turistici
4. responsabili di istituzioni culturali
5. rappresentanti degli enti locali e regionali
6. rappresentanti del settore turistico (alberghi, ristoranti, negozi)
7. guide turistiche e fornitori di pacchetti turistici
8. giornalisti e social media manager
9. docenti universitari, ricercatori e accademici.

Sintesi dei principali risultati

La maggior parte degli intervistati ritiene che il turismo letterario sia una forma di turismo molto importante (45,9%) o importante (28%). Il vantaggio maggiormente citato è l'aumento del turismo nella regione (50,97%).

Gli stakeholder ritengono che il percorso letterario Dante rappresenti una grande opportunità per promuovere e valorizzare il patrimonio locale e preservare le tradizioni culturali e letterarie esistenti. Sottolineano inoltre l'importanza del progetto nel consolidare le relazioni tra Italia e Slovenia e nel gettare le basi per un miglioramento reciproco del patrimonio letterario e delle tradizioni dei due popoli. Sostengono il coinvolgimento attivo delle comunità locali nello sviluppo del progetto, poiché considerano l'approccio partecipativo fondamentale per creare esperienze turistiche autentiche che riflettano meglio le esigenze e le aspettative della popolazione residente, assicurando al contempo un ampio sostegno agli elementi comuni. Secondo le parti interessate, il coinvolgimento di esperti nel turismo letterario è una priorità in quanto tecnici specialisti possono creare modelli turistici di successo e generare impatti positivi per le comunità coinvolte.

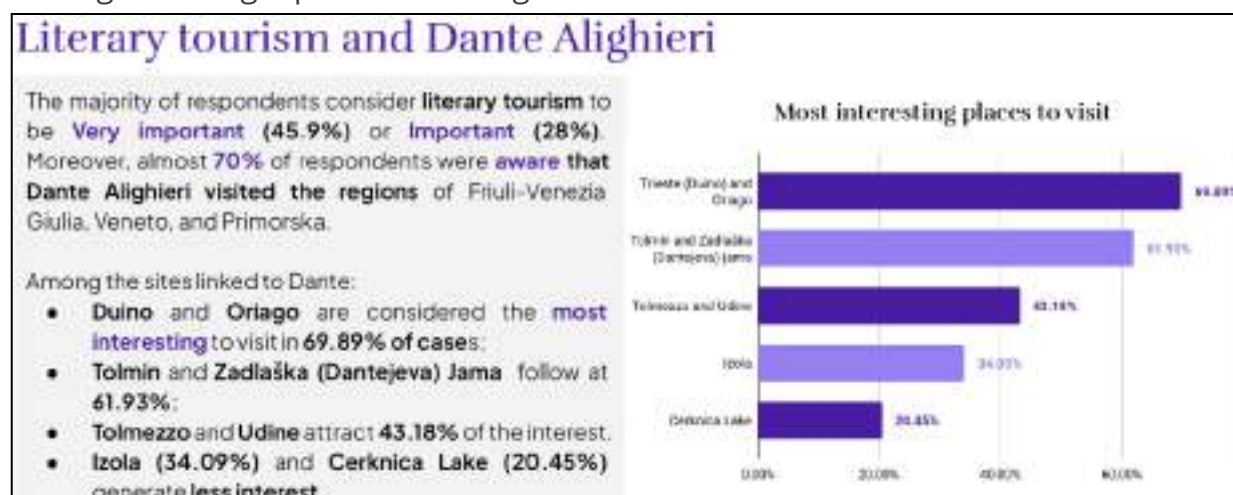
Immagine: I vantaggi del turismo letterario secondo i professionisti del settore



Fonte: Formules, 2025

I luoghi più attraenti e Dante Alighieri - Tra i luoghi legati a Dante, che secondo gli intervistati merita visitare, si classificano al primo posto Duino e Oriago (nel 69,89 % dei casi), seguiti da Tolmin con la Grotta di Zadlaška / La Grotta di Dante con il 61,93 % dei consensi. Il 43,18% degli intervistati ha espresso interesse per Tolmezzo e Udine, mentre sono risultati meno interessanti Isola (34,09%) e il lago di Cerknica (20,45%).

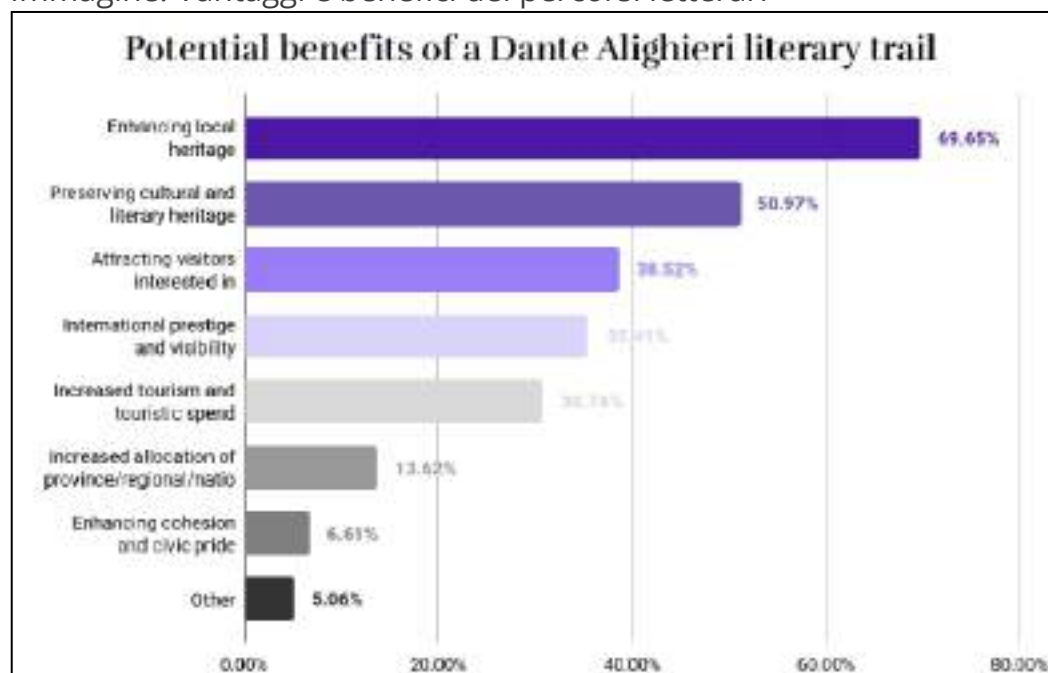
Immagine: I luoghi più attraenti legati a Dante



Fonte: Formules, 2025

Vantaggi e benefici del percorso letterario transfrontaliero - La maggior parte degli intervistati ritiene che l'itinerario porterà dei vantaggi, tra cui la valorizzazione del patrimonio locale (69,65%), la conservazione delle tradizioni culturali e letterarie (50,97%), l'attrazione di turisti interessati al turismo educativo (38,52%), l'aumento della reputazione e della visibilità internazionale (35,41%), l'aumento della spesa legata al turismo (30,74%). Quasi tutti sono dimostrati favorevoli all'adozione di cambiamenti permanenti o a lungo termine per facilitare lo sviluppo e la sostenibilità del turismo letterario.

Immagine: Vantaggi e benefici dei percorsi letterari



Il 96,5% degli intervistati è convinto che gli itinerari culturali potrebbero valorizzare il patrimonio e le tradizioni di entrambi i Paesi. Le proposte di itinerario letterario mettono in rilievo diversi temi ed elementi culturali, tra cui il significato storico della regione e dell'area di confine. I principali fattori che determinano la domanda sono legati a una buona promozione delle attività e al rispetto degli itinerari che dovrebbero coniugare i luoghi e l'esperienza letteraria legata a Dante con la sostenibilità ambientale e la gastronomia.

Durante i workshop congiunti e gli incontri tra esperti, rappresentanti degli enti locali e di istituzioni culturali, è stato quindi confermato che le destinazioni transfrontaliere, in quanto **punti di incontro tra culture e tradizioni diverse**, possono contribuire sensibilmente **allo sviluppo del turismo letterario**.

c) Analisi SWOT del turismo letterario nell'area transfrontaliera

Ai workshop tutti i partner coinvolti hanno partecipato e discusso in modo approfondito durante i diversi momenti di confronto dai quali è stata elaborata una esaustiva analisi SWOT dello stato di fatto, che ha fornito un quadro pratico e una sintesi della situazione attuale.

Gli elementi S e W dell'analisi hanno evidenziato i punti di forza e debolezza interni al partenariato del progetto Dante.

Relativamente all'elemento S (Strengths) sono state formulate posizioni e risposte alle domande:

- Cosa stiamo facendo bene?
- Quali fonti sono utili per elaborare la strategia e il futuro percorso letterario DANTE?
- Quali sono i nostri punti di forza?

I principali **punti di forza** emersi durante i workshop sono:

- conoscenza ed esperienza: il progetto si basa su conoscenze specialistiche esistenti e su pratiche collaudate, il che riduce i rischi e aumenta la credibilità dell'offerta del percorso letterario;
- collaborazione tra i vari stakeholder: le sinergie tra diversi partner favoriscono più innovazione, una gamma più ampia di servizi e l'istituzione di un percorso letterario più efficace;

- ampliamento della portata dell'offerta: l'integrazione di nuovi elementi migliora l'attuale offerta turistica locale e la rende più attraente anche per una platea di visitatori più estesa.

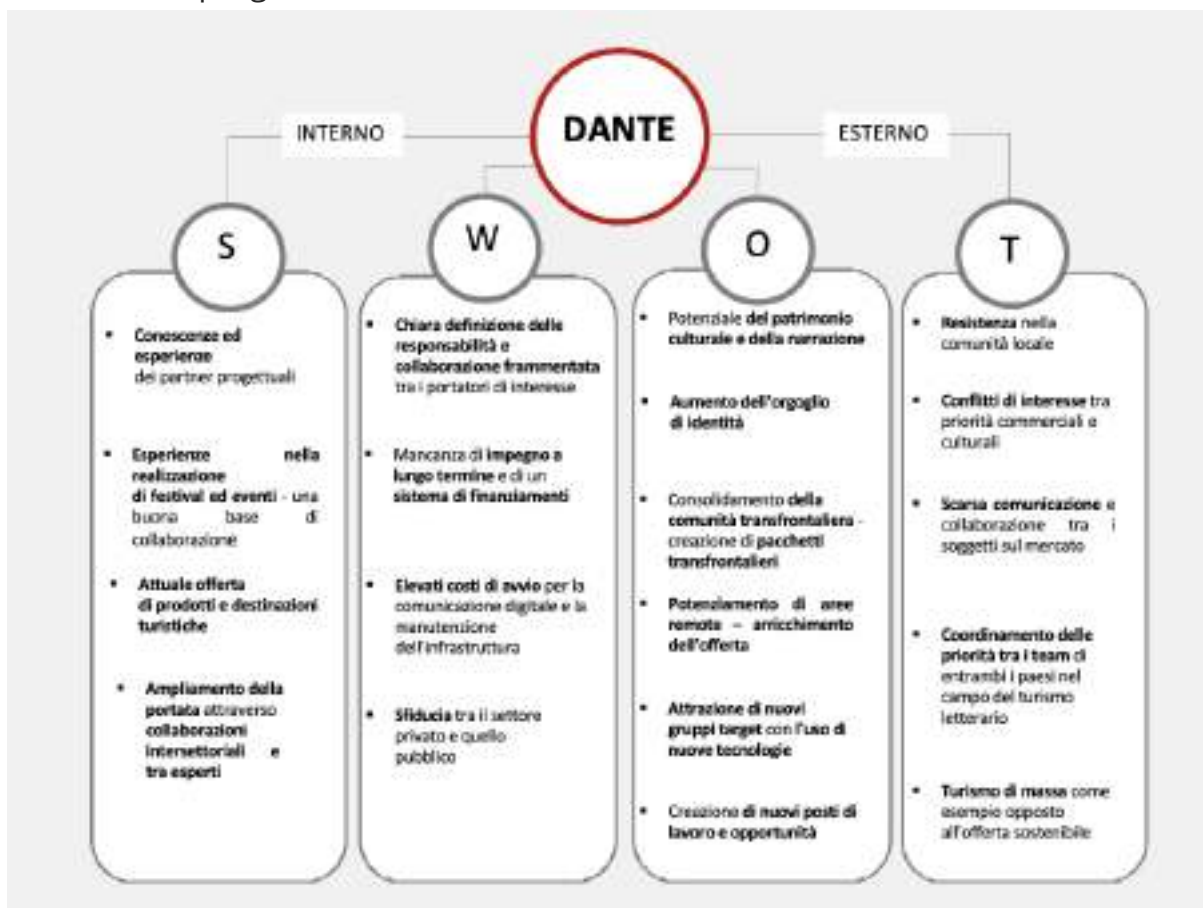
Per l'elemento W (Weakness) sono stati presi in considerazione i seguenti punti:

- Cosa si potrebbe migliorare in futuro?
- In quali ambiti disponiamo di minori risorse rispetto agli altri?
- Quale potrebbe essere il nostro punto di debolezza agli occhi degli altri?

Le principali **debolezze** emerse durante i workshop sono:

- Ripartizione non precisa delle responsabilità tra le parti interessate;
- mancanza di impegno a lungo termine e di un sistema di finanziamenti stabile;
- elevati costi di avvio;
- mancanza di fiducia tra il settore privato e quello pubblico.

Immagine: Analisi SWOT del turismo letterario come strumento per la promozione e conservazione del patrimonio culturale transfrontaliero nel contesto del progetto DANTE



Gli elementi "O" e "T" si riferiscono alla valutazione delle opportunità e dei rischi provenienti dall'ambiente esterno. In merito all'elemento O (Opportunità) si è cercato principalmente di rispondere alle seguenti domande:

- Quali opportunità si stanno aprendo?
- Quali tendenze vanno sfruttate?
- Quali elementi possono influenzare la competitività?

Tra le principali **opportunità** i partecipanti dei workshop hanno evidenziato:

- sviluppo di un nuovo settore turistico: integrazione dell'attuale offerta turistica, che crea valore aggiunto e valorizza le destinazioni;
- creazione di nuove opportunità di sviluppo: le attuali tendenze nel turismo consentono la creazione di prodotti innovativi che rafforzano la competitività;
- attrazione di nuovi gruppi target: l'ampliamento dell'offerta consente di rivolgersi a segmenti che i prodotti turistici tradizionali non hanno raggiunto, con il conseguente incremento degli introiti e della visibilità delle singole destinazioni;

Per l'elemento "T" (Threats) si è risposto alle seguenti domande:

- Quali minacce possono nuocere o influenzare negativamente il nostro percorso letterario?
- Quali ostacoli possono essere individuati?
- Cosa fanno i nostri concorrenti?

Le principali **minacce** individuate sono:

- possibili conflitti di interesse nel bilanciare le diverse priorità;
- resistenza al cambiamento in seno alle comunità locali;
- scarsa comunicazione e coordinamento tra gli stakeholder nonché integrazione dell'attuale offerta;
- ostacoli amministrativi e mancanza di finanziamenti per lo sviluppo delle infrastrutture;
- incremento del turismo di massa, non compatibile con il concetto di sviluppo sostenibile.

Durante la redazione della presente strategia particolare attenzione è stata rivolta ai seguenti elementi:

1. **CONNESSIONE S - O**: come **collegare i nostri punti di forza per trasformarli in opportunità.**

Conoscenza ed esperienze -> Sviluppo di un nuovo settore turistico

Le conoscenze tecniche dei team di esperti possono essere sfruttate per creare una nicchia turistica innovativa - l'itinerario turistico letterario DANTE. Con le adeguate conoscenze si possono definire contenuti di qualità per aumentare le probabilità di successo nell'entrare in un nuovo settore turistico e ridurre i rischi correlati.

Collaborazione tra i vari soggetti coinvolti -> Creazione di nuove opportunità di sviluppo

I percorsi turistici letterari coinvolgono solitamente biblioteche, musei, enti locali, organizzazioni turistiche e operatori culturali. La collaborazione tra più stakeholder apre la strada a forme di turismo innovative.

Ampliamento della portata dell'offerta -> Attrazione di nuovi gruppi target

Il percorso letterario amplia l'attuale offerta turistica della singola destinazione con nuovi contenuti culturali ed educativi in modo da attrarre appassionati di letteratura, turisti culturali e visitatori alla ricerca di esperienze autentiche. Con l'ampliamento e la diversificazione dell'offerta, una destinazione si rivolgerà a visitatori che finora non erano stati attratti dai prodotti tradizionali.

2. **CONNESSIONE S - T**: come **sfruttare i propri punti di forza per ridurre le minacce.**

Conoscenza ed esperienze -> Riduzione della resistenza al cambiamento

La legittimità del progetto viene indubbiamente rafforzata grazie ai promotori del percorso letterario che vantano solide competenze e una buona conoscenza del pubblico target e della destinazione. Inoltre, la resistenza al cambiamento è di norma minore se gli stakeholder riconoscono la presenza di esperti validi a sostegno dell'itinerario. Infine, i vari corsi di formazione, workshop e presentazioni riducono la paura del nuovo e migliorano la qualità del processo decisionale.

Collaborazione tra i vari soggetti coinvolti -> Riduzione delle carenze di coordinamento e di comunicazione

Condizione imprescindibile per la creazione di un percorso letterario transfrontaliero è che comuni, organizzazioni culturali, fornitori di servizi, scuole, biblioteche e stakeholder del settore turistico facciano rete. Le minacce possono essere ridotte con l'istituzione di una piattaforma di coordinamento formale o di un comitato deputato a gestire il progetto secondo un cronoprogramma ben definito, con una chiara e precisa ripartizione delle responsabilità. La cadenza regolare delle riunioni del predetto organismo garantisce inoltre una comunicazione continua e tempestiva tra i vari soggetti, propedeutica ad armonizzare gli obiettivi di tutti gli stakeholder. Il coinvolgimento di tutte le parti interessate riduce infine eventuali resistenze o ritardi.

3. **RIDUZIONE W - O**: come **ridurre le debolezze per creare opportunità.**

Ripartizione delle responsabilità non precisa -> Istituire un chiaro sistema di gestione e coordinamento

Una solida collaborazione tra gli stakeholder assicurerà una realizzazione del percorso letterario DANTE quanto più rapida ed efficace. A tal fine potrebbe essere utile individuare i principali responsabili e istituire un comitato che si riunirà regolarmente in sedute di coordinamento e redigerà rendiconti periodici e trasparenti. Una precisa definizione delle responsabilità e dei compiti può essere formalizzata con la sigla di accordi di partenariato.

Mancanza di impegno a lungo termine e di un sistema di finanziamenti -> Sviluppo di condizioni finanziarie e organizzative stabili

L'ottenimento di fondi comunitari o sponsorizzazioni a lungo termine con un coinvolgimento attivo delle comunità enti locali garantisce la stabilità finanziaria

necessaria per la creazione e lo sviluppo di nuovi prodotti turistici lungo il percorso letterario DANTE.

Sfiducia tra settore privato e pubblico -> Rafforzare le partnership e la trasparenza

La fiducia può essere costruita attraverso una condivisione trasparente dei dati sullo stato di avanzamento del progetto, la presentazione dei risultati e la valutazione dei rischi. L'organizzazione di riunioni di lavoro, workshop e tavole rotonde dei team di progetto aumenta il coinvolgimento di tutti i soggetti interessati e favorisce il coordinamento degli interessi incrementando di conseguenza la credibilità del progetto o del percorso letterario.

Elevati costi di avvio -> Ottimizzazione dell'investimento iniziale e sviluppo graduale

La definizione di una strategia e di un piano d'azione con un chiaro cronoprogramma fungerà da importante quadro di riferimento per la realizzazione del percorso letterario. Esistono varie possibilità per agevolare l'ingresso nel mercato (come, ad esempio, l'avvio di progetti pilota a basso costo per testare il concetto, l'introduzione graduale di infrastrutture e servizi, la creazione di partnership con operatori turistici per ridurre i costi).

4. **EVITARE W-T:** Come **evitare le minacce riducendo** o gestendo i propri punti deboli.

Conflitti di interesse e difficoltà nel coordinare le priorità -> Costituzione di una struttura formale

La costituzione di un comitato e di un organo operativo con una chiara definizione del ruolo, mandato e responsabilità di ogni stakeholder riduce situazioni di rivalità e aumenta il senso di appartenenza al progetto.

Resistenza al cambiamento in seno alla comunità locale -> Comunicazione trasparente

Il coinvolgimento della comunità locale attraverso workshop, conferenze, focus group, sin dall'inizio del processo, e una comunicazione trasparente sui previsti benefici riduce la paura del cambiamento favorendo la sensazione di compartecipazione non imposta. Il coinvolgimento della popolazione locale è possibile attraverso lo sviluppo congiunto di storie, percorsi guidati e la presentazione di prodotti locali.

Ostacoli amministrativi allo sviluppo delle infrastrutture e ottenimento di fondi -> Piano e strategia chiari per il percorso letterario

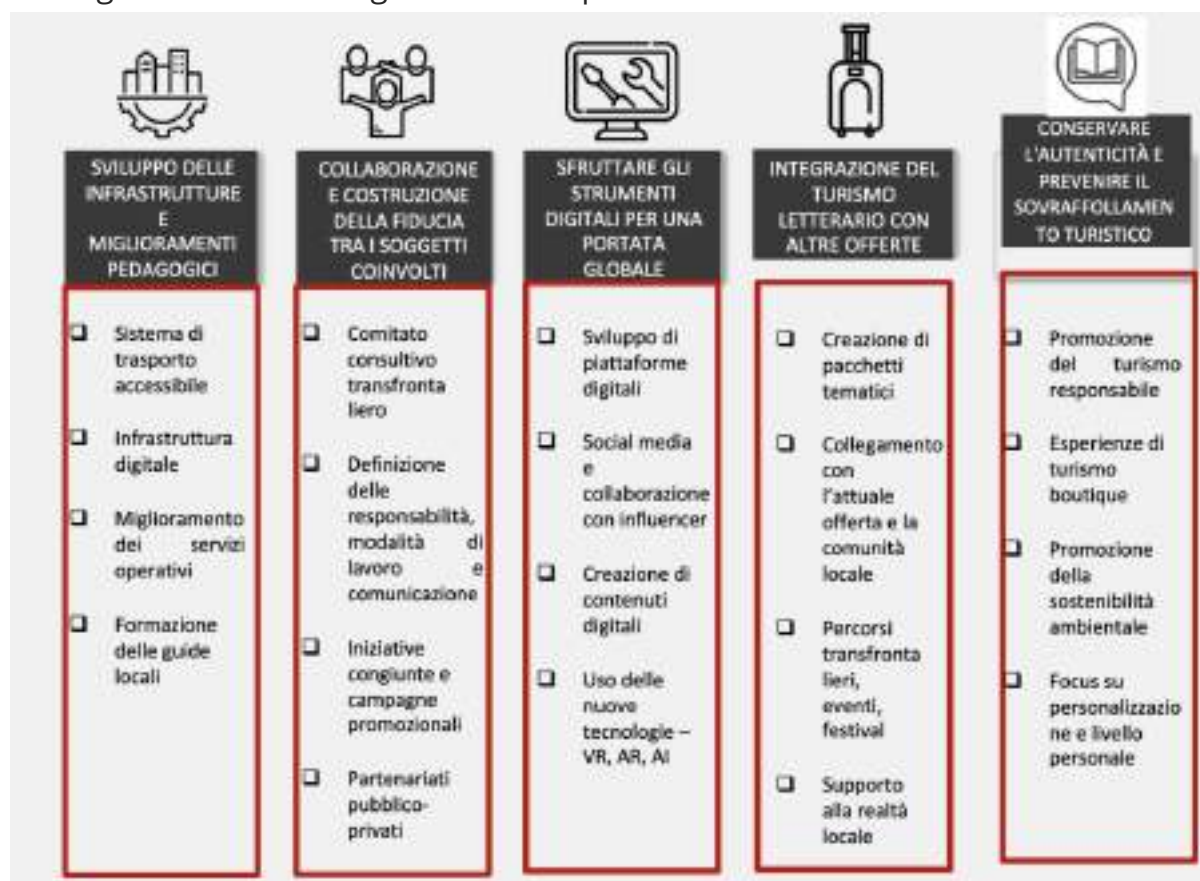
Come già menzionato, l'approccio progettuale riduce il rischio che le cose si blocchino a causa di ostacoli burocratici o finanziari.

Incremento del turismo di massa, non compatibile con il concetto di sviluppo sostenibile -> Supervisione del progetto e dello sviluppo del percorso letterario

L'approccio progettuale contribuirà a minimizzare i punti deboli derivati, come la mancanza di impegno a lungo termine o gli elevati costi di avvio. Attività, quali la definizione di linee guida sostenibili per le destinazioni e lo sviluppo di sistemi digitali, potranno influire sul percorso letterario e sulla sua identità culturale, offrendo così un'esperienza turistica di qualità.

Sulla base dell'analisi SWOT sono stati individuati anche i **pilastri strategici chiave**, che definiscono gli orientamenti essenziali e le aree prioritarie necessarie per la definizione del piano di marketing.

Immagine: Pilastri strategici chiave del percorso letterario transfrontaliero DANTE



III. FATTORI MOTIVAZIONALI E COMPORTAMENTO DEI GRUPPI TARGET

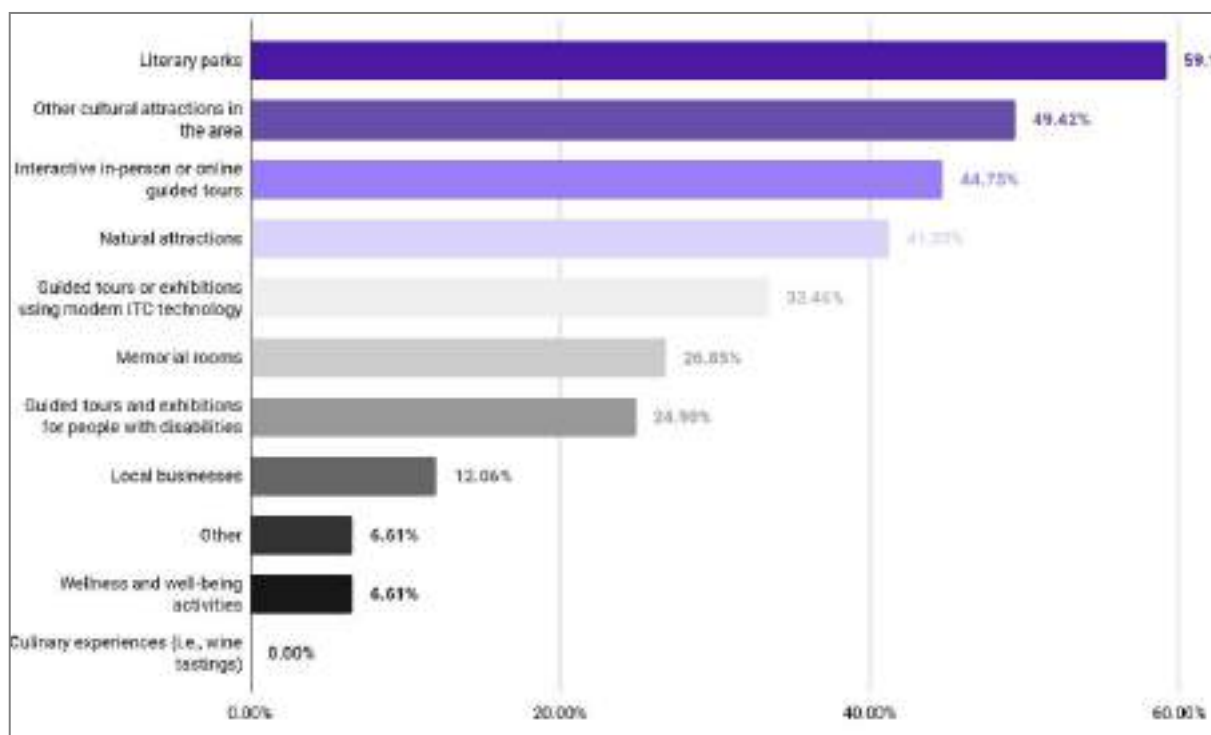
a) Analisi dei motivi che spingono i turisti a visitare i percorsi letterari

Da un'analisi della letteratura di riferimento si evidenzia che i **turisti letterari** (come principale gruppo target primario) visitano luoghi di rilevanza letteraria dove, tuttavia, risulta spesso difficile distinguere la letteratura e gli autori letterari da un più ampio ventaglio di motivazioni che spingono a visitare una determinata destinazione. Spesso la visita a un luogo letterario è **conseguente a un'altra motivazione primaria** di viaggio (definita come gruppo target secondario) tanto che solo pochi scelgono questi luoghi appositamente per il loro legame con la produzione letteraria. Vengono definite come veri e propri **turisti letterari** le persone che viaggiano principalmente per partecipare a festival letterari o festival del libro, visitare musei dedicati a scrittori locali e luoghi letterari.

Secondo la letteratura scientifica i turisti letterari sono spinti da diversi interessi e

motivi, che sono spesso associati alla nostalgia e al sentimentalismo (Herbert, 1995, 2001; Robinson, Andersen, 2002). Herbert (2001) constata che questi turisti sono solitamente ben istruiti. Tutti questi elementi sono stati presi in considerazione nella definizione della strategia per il percorso letterario transfrontaliero DANTE. Anche la ricerca condotta tra gli operatori del settore (Fonte: Formules) ha confermato la necessità di includere nella strategia del percorso letterario DANTE la maggior parte dei suddetti motivi che determinano la scelta a visitare gli itinerari letterari.

Immagine: Proposta di attività e punti di interesse tra i principali stakeholder



Fonte: Formules, 2025

Secondo gli operatori del settore i motivi principali che spingono a visitare il percorso letterario DANTE sono i parchi letterari (59,14%), altre attrazioni culturali (49,42%) e le visite guidate interattive (44,75%). Risultano inoltre importanti anche le attrazioni naturali (41,25%) nonché le visite e le mostre che integrano l'uso delle moderne tecnologie dell'informazione e della comunicazione (33,46%). Vengono anche apprezzate le sale commemorative (26,85%) e le visite accessibili a tutti (24,90%).

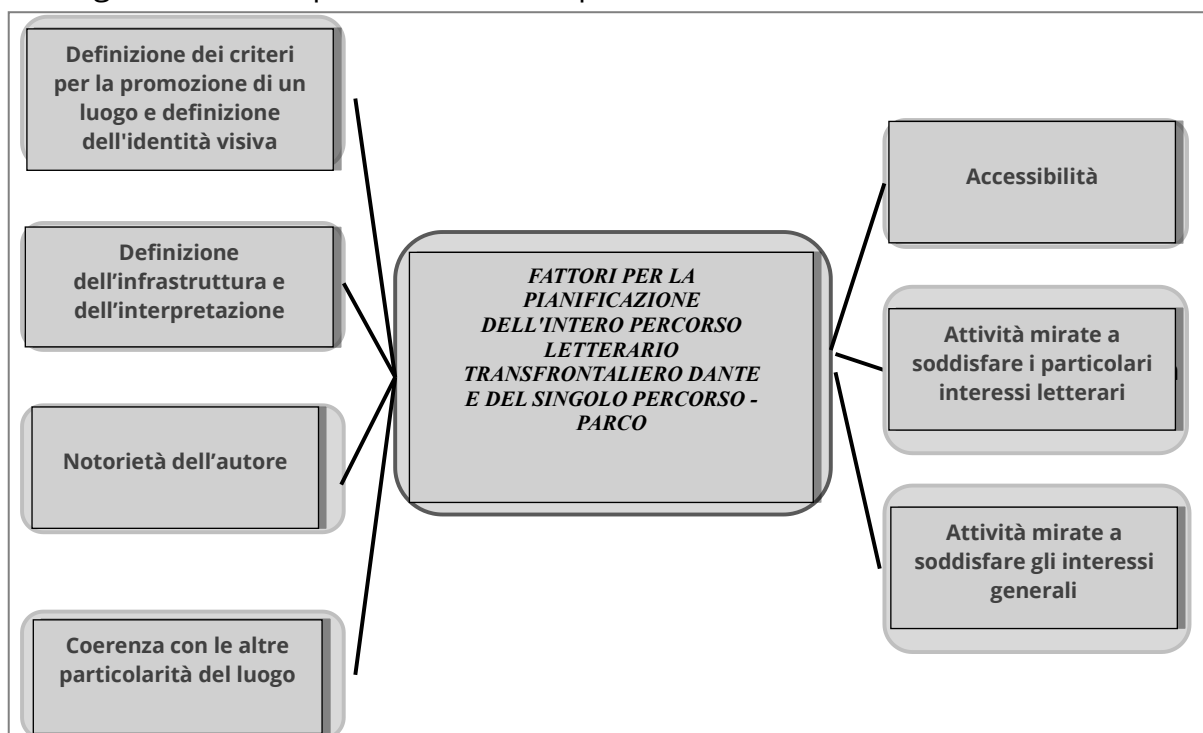
b) Fattori che influenzano le abitudini di spesa

I fattori che influenzano le scelte di spesa nel turismo letterario sono stati classificati per i gruppi target in base a:

- fattori personali e motivazionali
- fattori psicografici
- fattori sociali e
- fattori culturali.

Grazie all'analisi dei fattori e dei modelli comportamentali dei consumatori è stato possibile comprendere il processo decisionale che sottende alla scelta del turismo letterario. Nella pianificazione della strategia è stato adottato il modello di Herbert (1996), che enuncia i principali fattori da considerare in fase di pianificazione della promozione di un luogo, di un'attrazione o di una destinazione.

Immagine: Fattori di pianificazione del percorso letterario transfrontaliero DANTE



Fonte: Tratto da Herbert, 1996

c) Modello comportamentale: bisogni, desideri, caratteristiche del gruppo, processo decisionale, decisione di consumo, esperienza dell'utente

Come già evidenziato in precedenza, esiste una variegata gamma di motivazioni e bisogni, come ad esempio i ricordi nostalgici d'infanzia, il legame con la lettura o l'approfondimento emotivo delle opere degli autori nel loro ambiente originale. Oltre all'aspetto nostalgico ed emotivo la letteratura costituisce un forte incentivo e componente nel processo decisionale di viaggio. Relativamente alla definizione dei gruppi target la strategia delinea anche le principali categorie di fattori che

influenzano il comportamento di ciascun gruppo. A riguardo particolarmente utile è stata l'esplorazione delle indagini di ricerca inerenti a questo argomento, che elencano le diverse motivazioni alla base dei viaggi letterari, tra le quali figurano anche l'arricchimento spirituale e culturale, il desiderio di confrontarsi con la storia e il patrimonio nonché la ricerca di vivere un'esperienza autentica. Indipendentemente dal fatto che il visitatore sia o meno legato a una determinata attrazione o destinazione letteraria, risultano determinanti l'attrattività e, soprattutto, l'autenticità del viaggio. Come raffigurato nella seguente tabella, uno dei principali fattori è la coerenza con le altre particolarità del luogo, pertanto, appare cruciale la connessione tra gli esperti e la strategia turistica del singolo luogo. La strategia propone inoltre di rilevare e monitorare regolarmente il grado di soddisfazione dei visitatori e dei turisti rispetto alla propria esperienza in quanto i turisti soddisfatti possono anche essere i migliori ambasciatori del percorso letterario.

Immagine: Criteri di valutazione del percorso letterario transfrontaliero DANTE



Fonte: Tratto da Herbert, 1996

IV. SEGMENTAZIONE DEI GRUPPI TARGET

a) Segmentazione demografica e psicografica

Durante i workshop e i dibattiti sono stati identificati diversi gruppi target, che nella presente strategia sono stati classificati secondo i criteri di segmentazione individuati (demografia, geografia e psicografia). Tre sono i gruppi target chiave individuati: i primi due rappresentano i cosiddetti consumatori finali, ovvero turisti con background e motivazioni diverse, per i quali sono state predisposte, in base ai profili creati, delle linee guida strategiche per lo sviluppo del percorso

letterario DANTE. Il terzo gruppo è costituito da soggetti ed enti del settore turistico provenienti dalle singole realtà locali.

Il gruppo target primario dei turisti letterari rappresenta il gruppo per il quale il percorso letterario DANTE costituisce il principale motivo di viaggio. Sono stati identificati i seguenti gruppi:

- appassionati di letteratura (visitatori provenienti da entrambi i paesi o da più lontano);
- turisti alla ricerca di servizi a tema ed esperienziali (in relazione al Cammino di Dante);
- studenti, professori, ricercatori di letteratura (visitatori provenienti da entrambi i paesi o da più lontano).

DANTE	Profilo del gruppo target			Fattori che influenzano le abitudini di spesa		
Gruppi target primari	Descrizione del gruppo target	Caratteristiche demografiche	Caratteristiche psicografiche	Fattori motivazionali, identificazione dei bisogni, desideri	Ricerca delle informazioni	
					Media tradizionali	Media digitali
Appassionati di letteratura (provenienti da entrambi i paesi o da più lontano)	Persone interessate alla letteratura, alla vita degli scrittori e alla visita dei luoghi letterari dove gli autori hanno vissuto e lavorato.	Generalmente più istruiti, >30 anni, reddito medio-alto, urbani o semi-urbani; frequentano biblioteche, librerie ed eventi culturali.	Viaggiano individualmente o in piccoli gruppi; visitano musei, gallerie ed eventi culturali; lettori accaniti; sensibili all'estetica del linguaggio.	Desiderio di visitare i luoghi di nascita, le case o i musei dove hanno vissuto e lavorato gli autori. Arricchimento spirituale e culturale; viaggio come occasione di crescita personale e di conoscenza di sé e degli altri.	Biblioteche, librerie, festival letterari, vari gruppi di lettura, consigli di amici	Sito web del percorso, offerta di singoli percorsi letterari, parchi. Podcast sulla letteratura, vari portali letterari. Recensioni (Bookstagram), valutazioni e consigli (Bookreads), riviste online
				Desiderio di visitare i luoghi in cui sono ambientate le opere letterarie. Ricerca di valori simbolici. Desiderio di confrontarsi con la storia e il patrimonio culturale. Legame emotivo.		
				Approfondire la conoscenza delle opere letterarie. È importante il valore esperienziale del percorso, la ricerca della sostenibilità e dell'autenticità del percorso.		
Turisti alla ricerca di servizi a tema ed esperienziali, pellegrini letterari (in relazione al Cammino di Dante);	Persone alla ricerca di un'esperienza legata a famosi letterati o ai loro eroi. Apprezzano molto il patrimonio culturale.	Turisti giovani e meno giovani istruiti, con un bagaglio di esperienze e conoscenze culturali che consente loro di apprezzare e comprendere questa forma di patrimonio. Provenienti principalmente da aree urbane. Disposti a pagare di più per esperienze di qualità.	Sono interessati all'arte, alla spiritualità, al simbolismo. Il viaggio è la ricerca di un senso, di connessione e di un'esperienza spirituale. Desiderio non solo di leggere, ma soprattutto di vivere. Forti abitudini di lettura.	Esperienza immersiva (nell'epoca, storia o personaggi letterari). Ricerca di esperienze autentiche. Fuga. Confronto con la trama, la storia, il patrimonio culturale. Aiuto nella scoperta del proprio "vero io". Ricerca di esperienze artistiche e sensoriali	Biblioteche, librerie, antiquari. Festival letterari, vari gruppi di lettura, consigli di amici o mentori. Opuscoli di istituzioni culturali. Guide escursionistiche, riviste turistiche e culturali.	Sito web del percorso, offerta di singoli percorsi letterari, parchi. Podcast sulla letteratura, vari portali letterari. Recensioni (Bookstagram), valutazioni e consigli (Bookreads), riviste online. Blog con racconti di viaggio personali. Social network (breve filmati del percorso), valutazioni di TripAdvisor sui tour e

						suggerimenti sulle città, esperienze degli escursionisti.
Studenti, professori, ricercatori di letter. (provenienti da entrambi i paesi o da più lontano)	Pubblico accademico che utilizza il turismo letterario per scopi educativi e di ricerca	Studenti universitari di letteratura, linguistica, filosofia, teologia.	Professori e ricercatori che studiano l'influenza che Dante ha avuto sulla cultura dell'Europa centrale. Esperti di teoria letteraria.	Comprensione approfondita del contesto dell'autore letterario, del luogo e dell'epoca in cui sono state create le sue opere. Organizzazione di visite sul campo per gli studenti, pubblicazione di articoli scientifici.	Letteratura specialistica, biblioteche digitali, associazioni professionali, monografie sulla letteratura, varie riviste scientifiche, conferenze, simposi.	Panoramica delle banche dati accademiche digitali, podcast sulla letteratura, articoli online sul turismo letterario, vari portali, monitoraggio dei musei digitali, collezioni.

Il gruppo target secondario dei turisti letterari rappresenta il gruppo per il quale il percorso letterario DANTE costituisce il motivo complementare o indiretto del viaggio. In questo gruppo sono stati identificati i visitatori provenienti da entrambi i paesi o da più lontano:

- turisti culturali (visitatori provenienti da entrambi i paesi o da più lontano);
- famiglie (visitatori provenienti da entrambi i paesi o da più lontano);
- turisti generici - arricchimento dell'offerta (visitatori provenienti da entrambi i paesi o da più lontano);
- letterati, artisti (visitatori provenienti da entrambi i paesi o da più lontano)
- scuole (visitatori provenienti da entrambi i paesi).

Durante il workshop a Isola è stato in particolare evidenziato il segmento della popolazione senior attiva. Il Comune di Isola riconosce la necessità e le opportunità di rivolgersi a ospiti più attivi e mobili, confezionando un'offerta dedicata a coppie attive o single. Considerato che ogni segmento dei gruppi target primario e secondario include anche la predetta categoria di utenti, nella definizione dell'offerta di marketing (7P) particolare attenzione verrà rivolta anche a questo gruppo, per il quale verrà formulata un'offerta ad hoc.

Il **terzo gruppo target** è costituito da soggetti del settore turistico e culturale che verranno inclusi nella definizione dell'offerta del percorso letterario DANTE (creazione dell'offerta, prezzi, modalità di comunicazione, ecc.) per i singoli siti. Essi rappresentano un elemento importante e alquanto essenziale dell'azione di marketing per l'itinerario DANTE. Il gruppo comprende i seguenti partner: Organizzazioni turistiche che sviluppano l'offerta generale del turismo locale, compreso il turismo culturale e letterario:

- settore ricettivo (hotel, appartamenti, centri, ristoranti, ecc.);
- settore dei trasporti (aeroporti, autobus, treni, navi, autonoleggio, ecc.);
- organizzazione di viaggi (agenzie, tour operator, organizzatori di conferenze ed eventi, guide turistiche, agenzie di prenotazione, ecc.);
- organizzazioni turistiche con sede nella destinazione (punti di informazione, centri informativi, associazioni turistiche, ecc.).

Organizzazioni culturali, di formazione e di tutela del patrimonio che offrono esperienze fisiche e spaziali:

- biblioteche
- musei e gallerie
- musei letterari, case museo

- associazioni letterarie
- centri culturali
- festival e fiere letterarie
- parchi e giardini
- centri sportivi e altri.

Siamo consapevoli che l'interesse delle singole destinazioni nonché la collaborazione e il buon partenariato tra enti turistici, istituzioni culturali ed educative sono elementi imprescindibili per creare e sviluppare con successo il percorso letterario transfrontaliero DANTE.

b) Segmentazione geografica

In fase di stesura del piano di marketing è stata anche considerata l'estensione del **mercato geografico**. Nella seguente matrice sono indicati per ogni gruppo target i mercati primari, secondari e gli altri mercati chiave.

Gruppi target del percorso letterario DANTE:

Gruppo target primario dei turisti letterari DANTE		MERCATI PRIMARI	MERCATI SECONDARI	ALTRI MERCATI
GRANDE PUBBLICO	Appassionati di letteratura	Slovenia, Italia	Paesi contermini o nel raggio di 500 km	Altri, rispetto ai voli nei vicini aeroporti
	Turisti alla ricerca di servizi a tema ed esperienziali (in relazione al Cammino di Dante)	Slovenia, Italia	Paesi contermini o nel raggio di 500 km	Altri, rispetto ai voli nei vicini aeroporti
PUBBLICO SPECIAL. – ACCADEMICI E RICERCATORI	Studenti, professori, ricercatori di letteratura	Slovenia, Italia	Accademici dei paesi cotermini	Accademici di altri mercati, parte di viaggio di studio
Gruppo target secondario dei turisti letterari DANTE		MERCATI PRIMARI	MERCATI SECONDARI	ALTRI MERCATI
GRANDE PUBBLICO	Turisti culturali	Slovenia, Italia	Paesi contermini o nel raggio di 500 km	Turisti da altre destinazioni
	Famiglie	Slovenia, Italia	Paesi contermini o nel raggio di 500 km	Turisti da altre destinazioni
	Turisti generici (integrazione dell'offerta)	Turisti delle destinazioni	Paesi contermini o nel raggio di 500 km	Turisti da altre destinazioni
PUBBLICO SPECIAL. – ACCADEMICI E RICERCATORI	Letterati	Slovenia, Italia	Paesi contermini o nel raggio di 500 km	Letterati da altri luoghi, parte di viaggio di studio
	Altri artisti	Slovenia, Italia	Paesi contermini o nel raggio di 500 km	Letterati da altri luoghi, parte di viaggio di studio
ISTITUTI DI ISTRUZIONE	Scuole	Slovenia	Paesi contermini	-

È stato proposto un modello di espansione graduale ai diversi gruppi di mercati. I criteri relativi al graduale ingresso in ciascuno dei gruppi di mercati sono:

conoscenza delle opere di Dante, domanda relativa al turismo culturale, affinità culturali, costi di investimento nel mercato (collaborazioni con agenzie, musei/istituzioni locali, partecipazione a fiere, costi di promozione e localizzazione linguistica).

Selezione dei mercati target:

Mercati primari -> conoscenza "naturale" di Dante, ricerca di prodotti culturali ad alto valore aggiunto.

- Italia
- Slovenia
- Mercati limitrofi (Austria, Croazia)

Mercati secondari -> mercati dal grande interesse per il turismo culturale, il legame con Dante non è immediato. Necessità di una maggiore promozione e spiegazioni su Dante.

- Svizzera
- Germania
- Francia
- UK

Mercati terziari -> Altri mercati avanzati dal grande potenziale, ma culturalmente e logisticamente più distanti. Necessità di investimenti maggiori e di una stretta collaborazione con le agenzie di viaggio.

- USA
- Mercati asiatici.

Immagine: Graduale espansione nei mercati



Oltre ai criteri già enunciati nella presentazione relativa ai segmenti dei vari tipi di mercato, è importante realizzare una segmentazione geografica anche per le seguenti motivazioni:

- Comprensione dei mercati target
 - soprattutto in termini di analisi del potenziale del singolo paese da cui attrarre i turisti. Se nella prima fase l'attenzione sarà rivolta ai mercati vicini e ai punti in comune con il Cammino di Dante, nella fase successiva il focus sarà dato alla commercializzazione attiva del percorso negli altri mercati.
- Posizionamento dei vantaggi competitivi del percorso letterario DANTE
 - chiara presentazione plurilingue del percorso con enfasi sui riconoscimenti acquisiti (certificati di sostenibilità, UNESCO, ecc.).
- Localizzazione culturale
 - soprattutto in termini di adattamento dei messaggi promozionali con il contesto culturale dei mercati di destinazione. Importanza della localizzazione linguistica: necessario tradurre il materiale e realizzare, in primo luogo, l'intera comunicazione nelle tre lingue principali: sloveno, italiano, inglese.

- Presenza digitale
 - soprattutto con l'ottimizzazione del sito web DANTE multilingue, la creazione e gestione di profili attivi sui social, la collaborazione con influencer o blogger di viaggio dei paesi target.
- Logistica chiara
 - soprattutto in termini di presentazione della facilità di accesso alle singole attrazioni turistiche e alle informazioni su collegamenti e possibilità di trasporto.
- Offerte turistiche personalizzate
 - soprattutto in termini di pacchetti differenziati per attività. In questa categoria sono inclusi anche il coordinamento delle attività tra le diverse organizzazioni turistiche e culturali, i messaggi promozionali coordinati, l'offerta multilingue dei servizi e del materiale.
- Promozione sostenibile e responsabile
 - soprattutto in termini di valorizzazione delle pratiche sostenibili e presentazione di standard sostenibili.
- Costruzione della fama del percorso letterario transfrontaliero DANTE
 - soprattutto in termini di promozione di recensioni positive (TripAdvisor), dell'utilizzo di prove sociali (valutazioni o raccomandazioni) e della pubblicazione di testimonianze di visitatori provenienti dallo stesso Stato.
- Campagne di comunicazione mirate
 - soprattutto in termini di pubblicità nei vari paesi, adattamento dei contenuti visivi e linguistici e realizzazione di campagne stagionali.

DANTE	Profilo del gruppo target			Fattori che influenzano le abitudini di spesa		
Gruppi target secondari	Descrizione del gruppo target	Caratteristiche demografiche	Gruppo target primario	Descrizione del gruppo target	Caratteristiche demografiche	
					Tradizionali mediji	Digitalni mediji
Turisti culturali	Persone alla ricerca di un'esperienza culturale, includono la letteratura nel proprio viaggio culturale.	Spesso coppie anziane o turisti individuali, con un livello di istruzione superiore. Professioni con una maggiore sensibilità culturale (ad esempio, industrie creative, media, istruzione). Provenienti da contesti urbani, status sociale elevato (interesse per luoghi ricchi di cultura).	Persone culturalmente curiose, legate alla letteratura, alla ricerca di esperienze autentiche. Stile di vita culturale e propensione all'apprendimento continuo. Orientate alla sostenibilità.	Desiderio di esplorare l'architettura, la musica, la cultura e la letteratura. Continuare l'esperienza in provincia e nei luoghi. Desiderio e motivazione di "vivere la storia", cercano un approccio esperienziale. Non amano il turismo superficiale, vogliono una comprensione più profonda.	Musei, gallerie e altre istituzioni culturali. Agenzie di viaggio specializzate in turismo culturale, guide e libri.	Siti web dei percorsi, siti web ufficiali di organizzazioni turistiche o delle destinazioni, blog e portali di viaggi, canali/documentari sulla cultura del viaggio (National Geographic), social network, mostre digitali (Google arts).
	Focus speciale: turisti/viaggiatori culturali italiani.		Persone interessate a Dante come parte dell'identità italiana ed europea. Cultori dell'opera dantesca.	Conoscere l'eredità dantesca fuori dall'Italia, la sua influenza sulle culture vicine. Desiderio di scoprire i luoghi dell'esilio di Dante. Unire la conoscenza e le esperienze nei luoghi.	Guide letterarie, manuali storici, documentari televisivi, programmi di viaggio.	Podcast di viaggio, social network (Pinterest con idee di viaggio), Booking&Airbnb per la ricerca di alloggi, recensioni sui blog di viaggio.
Famiglie	Famiglie che si dedicano al turismo letterario nell'ambito di un viaggio più ampio o di una vacanza in famiglia.	Famiglie con figli minorenni, spesso provenienti da paesi con un forte background culturale (Italia, Austria, Slovenia, Germania, ecc.).	Trascorrere il tempo libero in modo divertente ed educativo con un programma di vacanza strutturato. Stile di vita attivo, apprendimento unito al divertimento (quiz, applicazioni digitali, passeggiate divertenti ed educative).	Accessibilità della località, durata del viaggio, organizzazione (visita guidata o autonoma con l'applicazione), prezzo, attrattività visiva dell'offerta, promozione della destinazione. Interessati alla componente educativa delle vacanze, vogliono avvicinare i figli alla letteratura in modo divertente.	Brochure turistiche, guide, riviste, consigli di amici.	Siti web di organizzazioni turistiche, promozione di fornitori di pacchetti, social network e gruppi (ad es. Travelling with kids), brevi video o vlog sulla località turistica, Tripadvisor (commenti delle famiglie).
Turisti generici (arricchimento)	Turisti nazionali che durante le vacanze esplorano le attrazioni e il patrimonio del proprio paese.		Visita senza interesse preventivo, vacanze più ricche, informazione importante, desiderio di Vivere	Collegamento con l'identità nazionale e gli artisti locali. Brevi escursioni dai contenuti interessanti.	Guide letterarie o opuscoli sui punti di interesse culturale, consigli di guide locali, riviste di viaggi.	Siti web di organizzazioni turistiche, promozione dei fornitori di pacchetti, ricerca su Google (ricerca generale sul luogo, ad es. "Le cose migliori da fare a..."), recensioni di esperienze, informazioni pratiche.

dell'offerta)	Turisti stranieri che durante le vacanze esplorano le attrazioni e il patrimonio del paese che visitano.	Famiglie, coppie, gruppi (tramite agenzie turistiche)	"capire il luogo", vena esplorativa.	un'esperienza, una storia locale.		
Letterati, artisti	Individui creativi che si occupano di arte (a livello professionale o amatoriale).	Persone di tutte le età, con un alto livello di istruzione, provenienti da ambienti culturali o artistici.	Interesse per un'esperienza completa: cultura, arte, natura, silenzio, riflessione.	Ricerca di ispirazione creativa, collaborazioni, esperienza culturale approfondita, creazione di comunità.	Letteratura specialistica, incontri specialistici, incontri di associazioni, ricerche.	Biblioteche digitali, podcast sulla cultura, banche dati accademiche di articoli e pubblicazioni.
Scuole	Studenti delle scuole elementari e medie (della Slovenia e dei paesi confinanti) - integrazione e aspetto pratico delle materie storia, letteratura, filosofia.	Alunni delle scuole elementari, medie inferiori e superiori.	Ampio ventaglio – da "studenti disinteressati" a student orientati alla carriera e studenti di istituti tecnici con avversione per la lettura.	Escursioni, escursioni didattiche, ricerche o dei progetti su letteratura e storia.	Incontri specialistici, indirizzi dei programmi scolastici, biblioteche, incontri tecnici, associazioni.	Piattaforme didattiche online, Tik Tok (profili Studygram), brevi filmati su YouTube, ricerca di riassunti su Google.

V. POSIZIONAMENTO DEL PERCORSO LETTERARIO TRANSFRONTALIERO

a) Creazione di una chiara identità del percorso letterario

Secondo gli esperti del settore il turismo letterario coniuga diverse pratiche in termini di visita e segnalazione dei luoghi legati a singoli autori e alle loro opere (Watson, 2009). Questo segmento del turismo comprende quindi tutto quanto attiene ai viaggi e alla letteratura. Smith (2012, 9-11) afferma che anche i firmacopie e i laboratori di scrittura creativa fanno parte del turismo letterario, precisando che un turista letterario non è mosso solo dal teatro, dalla prosa e dalla poesia, ma anche dalle opere biografiche e autobiografiche. Considerato che il legame tra lettura e turismo può essere molto forte (Mansfield, 2015), il turismo letterario funge anche da incontestato strumento per attrarre visitatori nei luoghi letterari (Busby e Shetliffe, 2013). Negli ultimi anni il turismo letterario e la narrativa di viaggio hanno assunto un ruolo sempre più determinante nella promozione (O'Connor, Kim, 2014), nel marketing e nel branding di una destinazione, nonché nello sviluppo complessivo del turismo sostenibile (Vitić - Četković et al., 2020).

Il **posizionamento** del percorso letterario transfrontaliero è frutto dell'**attività di studio e ricerca** condotta. Nell'ambito dell'indagine svolta, a cui hanno fornito un considerevole contributo i partner progettuali e le parti interessate, è stata attentamente **studiata e ricostruita la vita e l'opera di Dante** che rappresenta l'essenza dell'identità del presente itinerario, dal grande valore simbolico e turistico.

Durante l'elaborazione della strategia è stato individuato il **posizionamento atteso** del percorso letterario transfrontaliero DANTE, definito come:

"Un'autentica esperienza culturale rinascimentale di DANTE, che costruisce un dialogo interculturale ed è fortemente legata all'ambiente naturale".

Considerato che saranno proprio i turisti e visitatori a percepire l'**effettivo posizionamento** che rifletterà principalmente il buon livello di attuazione delle attività, l'interpretazione della narrazione in relazione al contesto locale e naturale

e la promozione del turismo transfrontaliero attraverso diversi canali di comunicazione su tutti i punti di contatto, la presente strategia ha anche previsto il rilevamento della **posizione percepita** ovvero della riconoscibilità del percorso agli occhi dei turisti e visitatori. Ciò consentirà un costante monitoraggio sull'effettiva efficacia dell'immagine e posizione ricercati.

b) Differenziazione rispetto ai prodotti concorrenti

Ciò che rende **unico e speciale il percorso letterario transfrontaliero DANTE** è l'inclusione dell'eredità dantesca in un'esperienza turistica comune che supera i confini nazionali, linguistici e culturali, dando vita a un'**esperienza culturale condivisa**.

Il posizionamento tiene conto dei diversi vantaggi competitivi, propri dell'itinerario letterario transfrontaliero in via di costituzione, grazie ai quali verranno creati un beneficio (commerciale) e una posizione unici. È stato convenuto che il percorso letterario transfrontaliero DANTE presenta dei vantaggi sia in termini di **posizionamento fisico** che **psicologico**.

Di seguito vengono delineati gli elementi di differenziazione:

Attributi tangibili del posizionamento: risorse naturali, come ad esempio

- patrimonio letterario – collegamento dei siti di interesse storico-culturale dei due paesi che creerà un ampio impatto culturale e un'identità culturale transnazionale;
- Dante come figura e personalità centrale. Dante Alighieri è una delle principali figure della storia culturale europea, che conferisce a questo percorso un significato e importanza aggiuntivi.

Attributi psicologici del posizionamento:

- caratteristiche del contesto territoriale e locale:
 - collegamento tra identità mediterranea e alpina,
 - l'esilio di Dante come metafora dell'attraversamento dei confini;
- vantaggi per l'utente:
 - i visitatori, in particolare il gruppo target primario, possono vivere un'esperienza collegata con il Cammino di Dante oppure possono scoprire "solo" un percorso transfrontaliero con tappe tematiche su Inferno, Purgatorio, Paradiso, correlate anche al contesto naturale e locale;
 - offre un importante arricchimento culturale al gruppo target secondario (famiglie, turisti, turisti culturali).

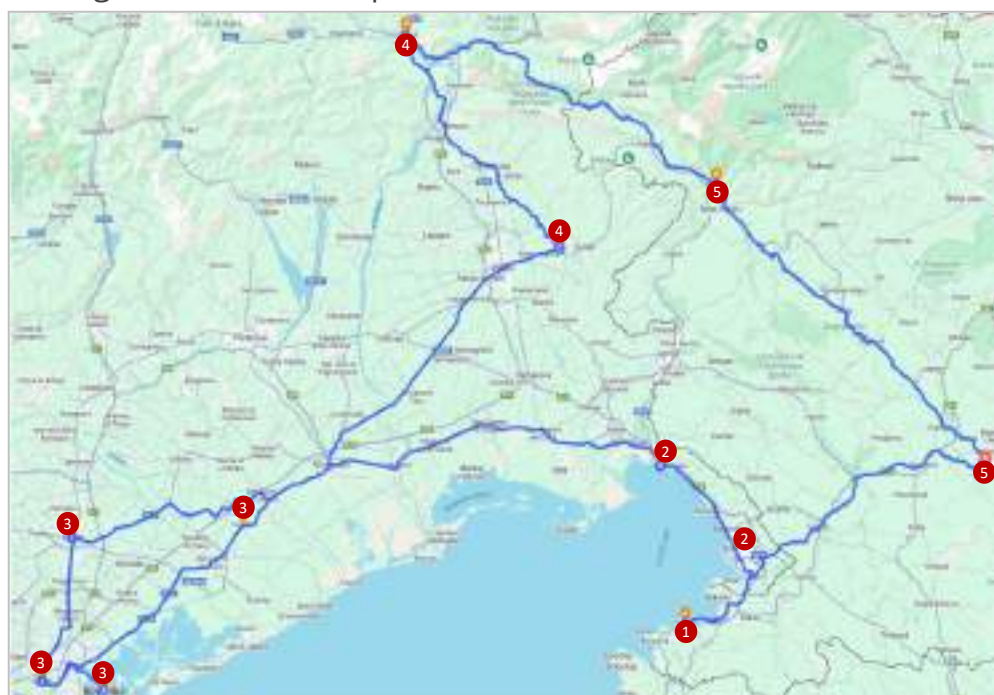
c) Inclusione del patrimonio naturale e del patrimonio culturale immateriale

Il **posizionamento dei singoli itinerari o dell'intero percorso transfrontaliero** rivolge una particolare attenzione ai **luoghi in cui Dante ha vissuto o soggiornato per un determinato periodo** (case, rocce, parchi, vie, ecc.), pertanto il loro tracciato segue un approccio topografico.

L'esplorazione delle opere letterarie dantesche ha incluso anche **la ricerca dei luoghi descritti** nei suoi testi, dai quali sono state selezionate delle **citazioni** da collegare a specifici punti del tracciato. Il materiale descritto e altri documenti analizzati hanno inoltre consentito di individuare i **siti collegati all'opera dell'autore** che costituiranno **le tappe del percorso**, le quali verranno dettagliate nel piano d'azione.

La definizione di un itinerario letterario tiene conto, **oltre che dei punti di interesse, anche della lunghezza del percorso stesso** (Topler et al., pag. 51). Gli itinerari/singoli parchi letterari si trovano sia in contesti urbani che rurali. I percorsi si sviluppano per lunghezze diverse: alcuni sono stati pensati come passeggiate di una giornata, altri possono essere percorsi in mezza giornata. Nell'ambito delle attività di comunicazione e promozione del piano di marketing è stata prevista una segnaletica ad hoc (con il logo del percorso).

Immagine: Tracciato del percorso letterario transfrontaliero DANTE



Il progetto DANTE prevede la creazione di cinque itinerari utilizzando il metodo dello storytelling che insieme andranno a formare un unico percorso letterario. La descrizione dettagliata e il programma di ciascun percorso letterario sono presentati negli Allegati 1-5, riportati alla fine del documento Strategia.

Legenda del percorso letterario transfrontaliero DANTE:

1. Centro visitatori transfrontaliero di Isola
Paradiso - Memoria e manoscritto
2. Parco letterario di Trieste - Duino
Esilio e paesaggi maestosi
3. Centro visitatori transfrontaliero di Ceggia – Oriago – Venezia
Purgatorio - Il carnevale e la comunità
4. Parco letterario Udine – Moimacco – Tolmezzo
Giustizia e governo
5. Parco letterario Tolmin
Inferno - Discese e profondità

Nell'ambito del progetto sono stati realizzati anche 8 progetti pilota, finanziati nella Regione Friuli Venezia Giulia:

1. Torviscosa letteraria
2. Dall'Arzino al Cellina: pietre e poeti raccontano
3. TRACCE DI PAROLE. Anita Pittoni e Giani Stuparich a Trieste – Dove i luoghi incontrano le storie
4. Sulle tracce di Pasolini: viaggio letterario nelle piazze di San Vito al Tagliamento
5. Per li rami
6. Passeggiate d'Autore
7. Dante la notte nel castello millenario: la storia a portata di click
8. Là di là / Andare oltre

La descrizione dettagliata e il programma di ciascun progetto sono presentati nell'Allegato 6, riportato alla fine del documento Strategia.

9. MARKETING MIX DEL PERCORSO LETTERARIO TRANSFRONTALIERO DANTE

Il percorso letterario transfrontaliero DANTE come marchio commerciale

Il settore del turismo conosce i cosiddetti marchi di servizio, spesso legati ai marchi delle destinazioni. Nell'attività di marketing di prodotti turistici, nello specifico del percorso turistico letterario DANTE, il marchio non è solo un elemento visivo (come ad esempio il logo, il colore, lo slogan di posizionamento) ma è soprattutto un concetto che collega il patrimonio letterario, l'offerta turistica e naturale nonché le aspettative dei visitatori - turisti all'interno di un'esperienza attraente ed emozionante. Senza la creazione di un marchio e una forte comunicazione diretta ai diversi gruppi target, il percorso letterario transfrontaliero riuscirà con difficoltà a distinguersi nel concorrenziale mercato turistico. Nel caso del percorso letterario transfrontaliero DANTE, il marchio riveste una rilevanza particolare in quanto fornirà un'identità riconoscibile a contenuti culturali astratti, creando al contempo chiare aspettative nei visitatori-turisti.

Immagine: Funzioni del marchio



Identità del marchio del percorso letterario transfrontaliero DANTE

In fase di redazione del documento strategico è stata **proposta l'identità del marchio** del percorso letterario transfrontaliero, che è stata innanzitutto presentata in tutte e tre le località (Isola, Venezia, Tolmezzo) per essere successivamente approvata in via definitiva.

I risultati per le singole località sono stati i seguenti:

Izola \ Isola: 1. Raziskovalec\Esploratore (7 glasov\voti), 2. Nedolžnež\Innocente (5 glasov), Čarovnik in modrec \ mago e saggio(4 glasovi\voti)
Benetke \ Venezia (Mira): 1. Raziskovalec\Esploratore (18 glasov\ voti), 2. Junak\Eroe (14 glasov \voti), 3. Ljubimec in ustvarjalec \ Amante e creatore (12 glasov \ voti)
Tolmezzo: 1. Raziskovalec \ Esploratore (22 glasov \ voti), 2. Skrbnik\Custode (15 glasov), 3.Junak in nedolžnež \ Eroe e Innocente (13 glasov\voti)

La decisione finale ha così visto la scelta dell'archetipo per tutte le località 1. EXPLORER (Esploratore) e 2. HERO (Eroe). Con un'identità ben definita il marchio fungerà quindi da motore che andrà ad integrare l'offerta base (luoghi, musei, sale) differenziandosi dalle altre esperienze turistiche. L'identità del marchio viene solitamente registrata in uno speciale e semplice formato visivo. Nell'immagine sottostante vengono chiaramente rappresentati gli elementi distintivi dell'identità.

Immagine: Identità del marchio del percorso letterario transfrontaliero DANTE



La figura dell'archetipo scelto per il marchio del percorso costituisce un elemento essenziale della sua identità, poiché definirà il contesto psicologico del marchio stesso. Oltre a concorrere alla costruzione di un legame emotivo tra il marchio e i visitatori-turisti, l'archetipo avrà altresì un contributo decisivo nella definizione e comunicazione della storia. Unitamente all'identità visiva definita (Linee guida), la comunicazione e la promozione saranno legate da un filo conduttore, un significato e una coerenza a lungo termine in tutti i punti di contatto con il marchio.

Identità visiva del marchio del percorso letterario transfrontaliero DANTE (Linee guida)

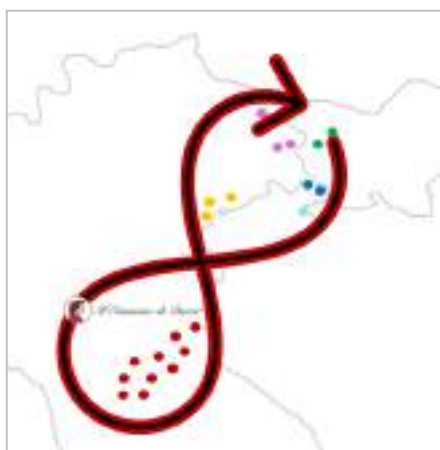
Una delle attività prioritarie del piano d'azione sarà la creazione dell'identità visiva, che verrà dettagliata nelle Linee guida per l'applicazione dell'identità visiva. Gli elementi dell'identità visiva del percorso letterario transfrontaliero DANTE sono:

- logo del marchio
- palette colori del marchio
- tipografia
- altri elementi grafici
- stile visivo (*feel&look*)
- stile comunicativo (*tone&voice*)
- esempi di applicazione per diversi canali di comunicazione (ad es. sito web del percorso, manifesti, brochure, altro materiale promozionale).

Le linee guida per l'applicazione dell'identità visiva non solo quindi solo un manuale che definisce le caratteristiche visive dell'identità, ma è uno strumento strategico con cui verranno costruiti la riconoscibilità, la coerenza e la crescita a lungo termine del marchio del percorso transfrontaliero DANTE. Rispetto al posizionamento sarà quindi necessario creare una storia chiara (narrazione) che descriverà come i visitatori vedranno il marchio del percorso letterario transfrontaliero DANTE, pertanto, dovrà rispecchiare l'identità individuata ed essere facile da ricordare. Diventa quindi imprescindibile includere lo storytelling nella strategia del marchio per costruire un rapporto di fiducia e differenziare il percorso letterario transfrontaliero sul mercato.

Nello sviluppare l'identità visiva del marchio del percorso letterario transfrontaliero DANTE sarà necessario stabilire una gerarchia con l'immagine grafica del progetto Interreg e, nel caso venga decisa un'azione congiunta con il Cammino di Dante, armonizzare e collegare le identità dei due percorsi con una soluzione di "co-branding".

Immagine: Decisione sulla possibilità di collegare il Cammino di Dante e il percorso letterario transfrontaliero DANTE



Durante il workshop a Isola sono state esaminate le buone pratiche dei percorsi concorrenti valutando l'importanza di definire i gruppi target, una posizione chiara e la differenziazione dei percorsi, nonché di creare un'identità univoca per il percorso letterario transfrontaliero DANTE. Dalle considerazioni emerse è stato stabilito che l'organizzazione e l'armonizzazione di tutti questi elementi saranno fondamentali per avere successo sul mercato. Il turismo letterario può essere vincente soltanto qualora il marchio, la location e l'esperienza siano uniti in una narrazione coesa, dove l'identità visiva rappresenta un fattore chiave di successo. Il percorso letterario transfrontaliero DANTE potrà quindi affermarsi solo con un'azione di comunicazione e promozione costante e coerente.

Immagine: Percorsi concorrenti e concetto DANTE

Percorso letterario	APPROCCIO DI MARKETING	FOCUS PRINCIPALE	GRUPPI TARGET	TIPO DI ESPERIENZA
Cammino di Dante	autenticità, turismo lento	cultura e natura	escursionisti, turisti culturali	filica, meditazione
Jane Austen Trail	branding emozionale	romanticismo, nostalgia	donne, amanti dei romanzi	tranquilla, museale, storica
Shakespeare Trail	branding culturale nazionale	teatro, storia	visitatori internazionali, scuole	educativa, culturale
Harry Potter Trail	Verifiche di cultura pop	magia, film	famiglie, giovani, fandom	interattiva, divertente
Percorso letterario transfrontaliero DANTE	?	?	?	?

La fase finale dell'approccio di marketing prevede la comprensione e creazione di una mappatura completa dell'esperienza dei visitatori con i punti di contatto (touchpoint) o di influenza. Nell'immagine sottostante viene illustrato il quadro decisionale e l'esperienza del visitatore prima, durante e dopo la fruizione del percorso. Per ogni gruppo target sarà necessario esplorare l'importanza di ogni singolo punto elaborando uno schema che sarà utile alla redazione del piano

d'azione. Questi punti di contatto forniranno anche le linee guida per la definizione operativa del marketing mix: su quali aspetti bisogna concentrarsi, cosa fare per entusiasmare i visitatori o evitare che provino frustrazione durante la visita del percorso.

Comprensione dei punti di contatto (*in inglese tourism touchpoints*) **del percorso turistico letterario**

I touchpoint sono i punti in cui il visitatore o il turista entra in contatto con la storia, l'autore, il marchio o l'organizzatore dell'itinerario. La sequenza logica dei punti di contatto che conducono alla visita dell'itinerario viene definita percorso del consumatore (*in inglese customer journey*). Il visitatore accederà ad ogni punto di contatto con il proprio bagaglio di esigenze e aspettative, in base alle quali valuterà l'esperienza del percorso letterario transfrontaliero.

L'immagine sottostante mostra un esempio di posizionamento dei punti di contatto, suddivisi in tre segmenti essenziali, che includono la visualizzazione dei punti di contatto digitali e fisici:

- Prima della visita: punti di contatto che creano la prima percezione del percorso e rafforzano l'interesse per lo stesso o stimolano la decisione di visitarlo.
- Durante la visita: questi punti sono il momento cruciale del percorso, perché è proprio qui che viene vissuta l'esperienza reale e ne viene percepita la qualità.
- Dopo la visita: in questa fase si creano l'impressione duratura, la fedeltà e il desiderio di condividere l'esperienza con amici, conoscenti, familiari o sui social.

Un ulteriore elemento, oltre alla definizione del percorso dei visitatori e dei punti di contatto, utile per la redazione del piano d'azione di marketing mix, sono le **persone tipo**, ovvero i rappresentanti tipo dei gruppi target definiti nella segmentazione del mercato. Grazie alle persone tipo è possibile comprendere le caratteristiche demografiche del gruppo target, lo stile di vita, i valori, gli interessi, dove e in che modo ottengono le informazioni e i punti decisionali per la selezione di un determinato prodotto turistico. Di seguito vengono proposti cinque importanti tipi di persona del percorso letterario transfrontaliero DANTE.

Immagine: Punti d'influenza per il percorso turistico letterario DANTE



Immagine: Persona1 – Amante della letteratura

1 Appassionato di letteratura



Nome: Anna Dotta

Fasi e modelli comportamentali

- ❖ Compra libri, acquista più libri alla volta
- ❖ Ha una lista di libri "da leggere" (Goodreads)
- ❖ Le piace condividere opinioni, scrive brevi recensioni
- ❖ Ha legame emotivo con gli autori o i personaggi
- ❖ Curiosa, culturalmente attiva
- ❖ Pianificazione anticipata e puntuale dell'itinerario

PUNTI D'INFLUENZA CRUCIALI

- Autenticità del patrimonio letterario
- Qualità dell'interpretazione (guide, testi, musei)
- Valore emotivo e simbolico

CERCANO PROFONDITÀ E AUTENTICITÀ

Caratteristiche demografiche:

- Giovani (20-35) o generazione di mezza età (36-55)
- Spesso prevalgono le donne
- Single o in coppia
- Istruzione superiore, reddito medio-alto
- provenienza: ambienti urbani o semiurbani

Caratteristiche psicografiche:

- Interessi: lettura di narrativa, scrittura creativa, partecipazione a eventi culturali
- Valori: amore per la letteratura, curiosità intellettuale, riflessione, autenticità, conoscenza

Fattori motivazionali:

- Formazione**: approfondire la conoscenza delle opere letterarie o degli autori
- Culturale**: confronto con la storia e il patrimonio, desiderio di visitare i luoghi di nascita, le case o i musei, dove gli autori sono vissuti o erano attivi
- Esperienziale**: arricchimento spirituale e culturale, crescita personale
- Spirituale**: ricerca della comprensione di sé e degli altri, crescita personale
- Autenticità**: senso di connessione culturale

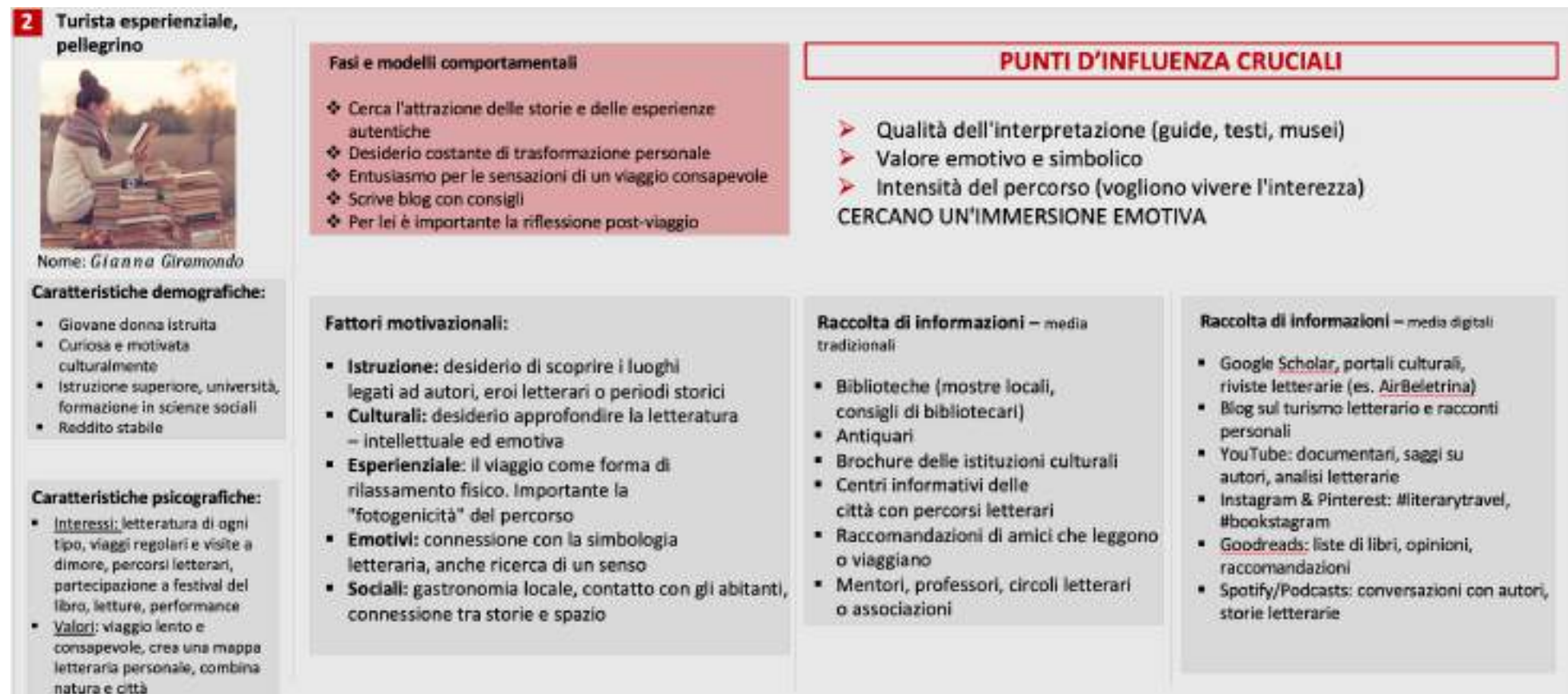
Raccolta di informazioni – media tradizionali

- Biblioteche, librerie
- Circoli di lettura - raccomandazioni tra i membri
- Festival letterari (ad es. Fabula, Giorni del libro)
- Fiere del libro
- Consigli di amici

Raccolta di informazioni – media digitali

- Goodreads – recensioni di libri
- Instagram (recensioni [Bookstagram](#) o consigli)
- YouTube – Canali [Booktube](#) con recensioni sui libri
- Podcast – discussioni sugli autori e sulle loro opere
- Portali letterari (ad es. [LUDliteratura](#), [AirBeletrina](#), [Literary hub](#)...)
- Siti web delle destinazioni letterarie

Immagine: Persona2 – Turista esperienziale, pellegrino



3 Turista culturale



Nome: Nina Selin

Caratteristiche demografiche:

- Mezza età
- Istruzione universitaria - umanistica/sociale/artistica
- Professioni specialistiche e creative
- Reddito medio-alto – disposto a investire in esperienze
- Viaggio 1-3* all'anno; spesso in coppia o in piccoli gruppi di amici

Caratteristiche psicografiche:

- **Interessi:** letteratura, storia, cultura, musei, architettura, percorsi culturali; anche adattamenti cinematografici o teatrali di opere letterarie
- **Valori:** autenticità, educazione attraverso l'esperienza, connessione con la storia e il patrimonio locali, significato dei viaggi

Fasi e modelli comportamentali

- ❖ Desiderio di conoscere la storia, l'arte
- ❖ Alta motivazione per musei, guide, narrazione
- ❖ Osservazione e riflessione approfondita
- ❖ Interesse per la conservazione del patrimonio
- ❖ Cultura come scambio di opinioni, punti di vista

Fattori motivazionali:

- **Istruzione:** desidera sapere di più sull'autore, sull'opera letteraria o sul contesto storico
- **Emotivo:** connessione con l'autore o il libro preferito; nostalgia e piacere estetico
- **Culturale:** comprensione dell'identità del luogo attraverso della letteratura
- **Esperienziale:** interesse per musei, centri interpretativi, percorsi letterari, passeggiate nei luoghi che hanno ispirato opere letterarie
- **Sociale:** possibilità di condividere l'esperienza sui social network o con l'associazione; senso di appartenenza alla comunità culturale
- **Autenticità:** il desiderio di un'esperienza che si può ottenere solo in questo luogo, ad esempio la casa dello scrittore, l'ambientazione del romanzo, le storie locali.

PUNTI D'INFLUENZA CRUCIALI

- Qualità dell'interpretazione (guide, testi, musei)
- Autenticità del patrimonio letterario
- Accessibilità e facilità logistica

CERCANO CONTESTO E PATRIMONIO PIÙ AMPIO

Raccolta di informazioni – media tradizionali

- Guide (Lonely Planet, Michelin)
- Guide locali - raccomandazioni su attrazioni letterarie e culturali
- Punti informativi - brochure, mappe, raccomandazioni su musei locali
- Libri e biografie: prima di partire legge spesso l'opera letteraria dell'autore correlato.
- Riviste di viaggi (n.r.; National Geographic Traveler)
- Documentari TV: programmi storici e culturali su autori o regioni

Raccolta di informazioni – media digitali

- Ricerca su Google - "attrazioni letterarie in loco", "migliori attività culturali da fare"
- Tripadvisor, Booking - recensioni di esperienze, informazioni pratiche
- Siti web delle destinazioni: siti turistici ufficiali
- Blog e portali (ad es. Lonely Planet), blog culturali, blog personali di viaggio
- YouTube: brevi documentari, video di organizzazioni turistiche locali, guide letterarie
- Instagram & TikTok: ispirazione visiva (#literarytravel, #booklovertravel, #culturaltourism)
- Google Maps / Apple Maps: navigazione, verifica degli orari
- Instagram Stories e Reels: ricerca di proposte attuali e contenuti motivazionali
- Applicazioni ufficiali delle destinazioni

Immagine: Persona4 – Turista casuale

4 Turista casuale



Nome: *Marco Curiosoni*

Caratteristiche demografiche:

- Famiglie, coppie
- Più frequentemente tra i 25 e i 55 anni.
- Istruzione medio-alta
- Da paesi più sviluppati, con un alto livello di mobilità

Caratteristiche psicografiche:

- Interessi: letteratura, intrattenimento, eventi, attività ricreative e relax
- Valori: qualità della vita, benessere, scoperta del mondo, rispetto della cultura

Fasi e modelli comportamentali

- ❖ Interesse per storie di persone e luoghi
- ❖ Interesse per la natura
- ❖ Cucina e degustazione di specialità locali
- ❖ Moderata necessità di esperienze, spontaneità e logica nella scelta delle attività

Fattori motivazionali:

- **Istruzione**: curiosità e desiderio di apprendere, nuove conoscenze. Ricerca di spiegazioni e interpretazioni.
- **Emotivo**: è interessato a storie, emozioni, eroi
- **Culturale**: valorizza la cultura e l'identità locale
- **Esperienziale**: completamento del viaggio o dell'escursione, opportunità per un contatto autentico
- **Sociale**: relax, desiderio di immaginazione, interesse per le storie delle persone
- **Autenticità**: interesse per le storie locali e nuove conoscenze

PUNTI D'INFLUENZA CRUCIALI

- Attrattiva visiva
- Prezzo
- Accessibilità e facilità logistica

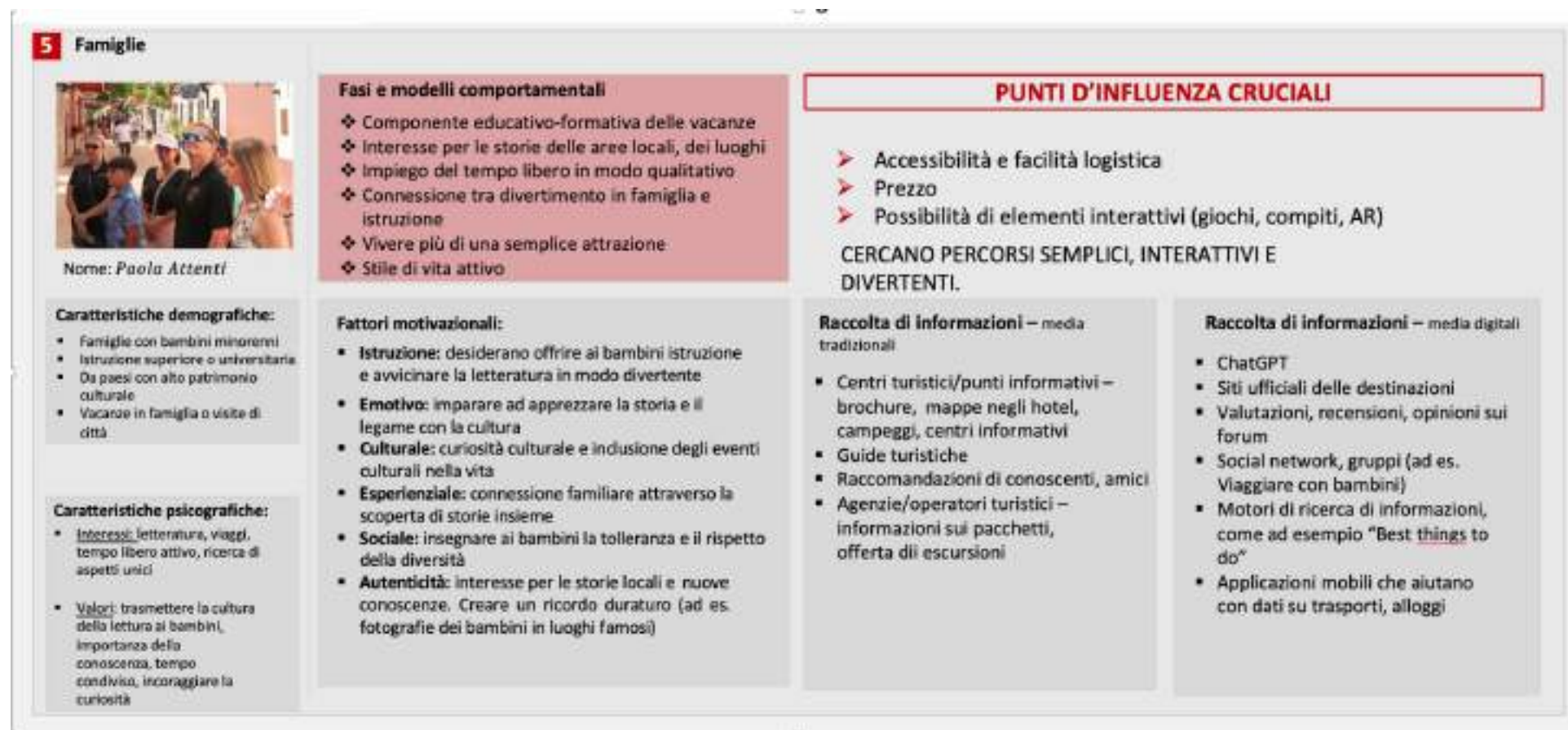
**CERCANO UN'ESPERIENZA BREVE E VISIVAMENTE ATTRAENTE
SENZA CONOSCENZE PRELIMINARI**

Raccolta di informazioni – media tradizionali

- Centri turistici/punti informativi – brochure, mappe
- Guide turistiche
- Raccomandazioni di conoscenti, amici
- Agenzie/operatori turistici – informazioni sui pacchetti, offerta di escursioni

Raccolta di informazioni – media digitali

- ChatGPT
- Siti ufficiali delle destinazioni
- Valutazioni, recensioni, opinioni su forum
- Social network
- Motori di ricerca di informazioni, come ad esempio "Best things to do"
- Applicazioni mobili con informazioni su trasporti, alloggi



Nonostante il marketing mix venga spesso considerato nel turismo come una mera attività di comunicazione (P4-comunicazione e promozione), che conserva tuttavia la sua rilevanza, soprattutto alla luce dello sviluppo dei canali e delle piattaforme di comunicazione digitale, il presente documento strategico dedica la stessa attenzione a tutti gli altri elementi del marketing mix.

a) (P1) Prodotto o servizio

In un suo articolo Herbert (1996) evidenzia il carattere multidimensionale dei luoghi letterari che offrono ai fruitori un'elevata varietà di attività e siti interessanti, che spaziano dalla possibilità di conoscere le storie di vita degli scrittori al legame con le loro opere, dove si intrecciano realtà e finzione, dalla scoperta degli stili di vita del passato all'occasione di divertimento, dalle opportunità creative a uno stile di vita sano. Con la lettura di brani e recensioni il turista o visitatore può inoltre arricchire la visita di un sito letterario nell'ambito del quale instaura un dialogo con l'autore, può meglio comprenderlo e conoscere in modo più approfondito la sua vita e produzione letteraria (Potočnik Topler, 2016), oltre a poter toccare con mano i suoi oggetti e ricordi (Busby in Klug, 2001).

Il **nucleo del prodotto o servizio** del marchio del percorso letterario transfrontaliero è costituito da una serie di contenuti (luoghi legati a Dante, musei, case commemorative, ecc.) che compongono un singolo itinerario. Nel documento "Storytelling" è dettagliata la proposta di questi contenuti, sintetizzati nelle seguenti tabelle. Nel piano d'azione si andrà a confermare innanzitutto il contenuto di ogni singolo tratto, che costituirà il nucleo dell'offerta del tracciato di ogni singolo percorso o parco.

Servizio ampliato:

In merito all'offerta ampliata dovranno essere individuate le attività complementari da includere in ogni percorso o parco. Si tratta principalmente di elementi dell'offerta locale legati alle opere di Dante che, in quanto peculiarità/attrazioni turistiche locali, includeranno una componente educativa o un'esperienza autentica delle specificità locali. Il servizio ampliato vuole offrire al visitatore un'esperienza unica, anche nel ruolo di co-creatore di storie, attraverso un'interpretazione qualitativa dell'opera di Dante e l'inclusione delle pratiche locali.

Immagine: Panoramica dei contenuti di ogni percorso/parco (nucleo del prodotto)

Parco letterario Isola (Paradiso)	
Tipo di offerta	Descrizione
Luoghi legati a Dante	Palazzo del Podestà, Via Verdi 1, Isola
	Via Dante, Isola, Capodistria, Pirano
	Casa Delise (dove Dante ha soggiorno nell'ottobre 1308)
	Ex scuole elementare italiana Dante Alighieri
	Comunità degli italiani Dante Alighieri, Palazzo Manzioli, Piazza Manzioli 5, Isola
	Comunità degli italiani Pasquale Besenghi degli Ughi, Palazzo Manzioli
Musei e case commemorative	Casa del mare Isolana, Via AlmaVivoda 3, Izola https://www.visitizola.com/en/izolana
Biblioteche, scuole	Scuola elementare Dante Alighieri e murales adiacente, Via Rivoluzione d'ottobre 10
	Palazzo Besenghi degli Ughi
	Biblioteca civica Isola
Eventi letterari	Forum Tomizza , https://forumtomizza.com/sl/ , irena.urbic@siol.net
Festival letterari	Festival Vilenica
Parchi letterari	
Conferenze letterarie	
Sentieri	Sulle tracce delle sorgenti d'acqua
	Due sentieri collinari: breve e lungo
	Il sentiero del sole
	Sentiero lungo la Valle di Strugnano (Strunjan)
	Strada costiera da Isola a Capodistria
Piste ciclabili	Lungo il tracciato della vecchia linea ferrovia Parenzana
	Attraverso la campagna istriana
	In salita verso Korte
	Da Medljan a Sant'Onofrio (Krog)
	In bici lungo l'ex strada costiera
Altro	Sito archeologico Kaštelir
	Parco archeologico di San Simone (Simonov zaliv)
	Sito archeologico di Villisano (Viližan)
Parco letterario Trieste - Duino	
Luoghi legati a Dante	Lo Scoglio di Dante presso il vecchio Castello di Duino
Musei e case commem.	Museo della Letteratura – Trieste, https://lets.trieste.it/ita/
Biblioteche, scuole	Biblioteca Arcivescovile e Bartoliniana di Udine Biblioteca dell'Università di Udine Biblioteca Guarneriana di Daniele del Friuli
Eventi letterari	DANTEDI'
Festival letterari	Pordenone Legge - Festival del Libro
	Dedica Festival Pordenone
	Monfalcone Geografie
	èStoria Festival
	Trieste Bookfest
Parchi letterari	Parco Ungaretti di Sagrado Parco letterario Ippolito Nievo Cordovado
Conferenze letterarie	Montagna Teatro Festival Letteratura

Sentieri	Sentiero Rilke
Piste ciclabili	
Altro	

Parco letterario Ceggia - Oriago - Venezia	
Tipo di offerta	Descrizione
Luoghi legati a Dante	Villa Moro, facciata (targa memoriale)
	Arsenale di Venezia (iscrizione)
	Museo storico navale, Venezia
	Ponte di Dante e Monumento, Treviso
Musei e case commemorative	Villa Widmann, Mira-Oriago
	Casa Rossa, Venezia
	Peggy Guggenheim Collection, Venezia
	Casa Goldoni, Venezia
	Museo Fortuny, Venezia
	Casa di Marco Polo, Venezia
	Galleria Cini, Venezia
	Museo Bailo, Treviso
	Museo di Santa Caterina, Treviso
	Museo della Bonifica, San Donà di Piave
	Casa Parise (Museo), Ponte di Piave
	La casa delle Fate, Salgareda
	Centro Visitatori DANTE, Ceggia
	Villa Marcello Loredan Franchin, Ceggia
	Museo nazionale Concordiese, Portogruaro
	Casa Russolo, Portogruaro
	Corte del castello
	Museo Nazionale di archeologia del Mare, Caorle
Biblioteche, scuole	Biblioteca comunale di Oriago
	Biblioteca Nazionale Marciana, Venezia
	Archivio di Stato di Venezia, Venezia
	Università Ca' Foscari di Venezia
Eventi letterari	Festa della biblioteca di Oriago
	Gruppo di lettura "Sogni di carta", Oriago
	Aperitivo letterario sulle note jazz
	Dantedì, San Donà di Piave
Festival letterari	Incroci di civiltà, Venezia
	Festival delle Idee (Mestre), Venezia
	Mestre Book Fest, Venezia
	Festival Treviso Giallo, Treviso
	Cartacarbene, Treviso
	Portoimmaginario, Portogruaro
	Sì Viaggiare, Festival della letteratura di viaggio, Ceggia
Parchi letterari	Parco fluviale
Conferenze letterarie	
Sentieri	Venezia con Tiziano Scarpa, Venezia
	Sulle tracce di Hemingway, Venezia
	Percorso Hemingway, Noventa di Piave
	I Luoghi di Ippolito Nievo, Portogruaro

Parco letterario Ceggia - Oriago - Venezia	
Tipo di offerta	Descrizione
Piste ciclabili	
Altro	Fiera del libro, Venezia
	Caffè letterario:
	Caffè Florian, Venezia
	Caffè Quadri, Venezia
	Caffè Letterario di Venezia
	Caffè Letterario, San Donà di Piave
	Oriago in Fiore, Oriago
	Notte Bianca di San Gaetano, Oriago
	Parco regionale del fiume Sile
	Carnevale dei ragazzi, Ceggia
	Ponte romano, Ceggia
Parco letterario Udine - Tolmezzo	
Luoghi legati a Dante	Via Dante
Musei e case commem.	Teatro Luigi Candoni di Tolmezzo
Biblioteche, scuole	Biblioteca Civica A. Pittoni di Tolmezzo: Biblioteca di Fagagna:
Eventi letterari	La giornata di Dante
	Dante in Carnia 2021
	Diversi siti: Falesia della Cjanevata e Rio Faeit, Pierabech Ravine (Forni Avoltri), cascate, sito archeologico
	Col di Zuca (Villa Santina)
	Miniera Cludinico (Ovaro)
Festival letterari	Tolmezzo Vie dei Libri
Parchi letterari	
Conferenze letterarie	
Sentieri	
Piste ciclabili	
Altro	
Parco letterario Tolmino	
Luoghi legati a Dante	Maniero di Dor
	Grotta di Dante
	Museo di Tolmino – busto di Dante Alighieri
	Castello di Kozlov rob
Musei e case commem.	Casa natale di Ciril Kosmač
	Casa natale di Simon Gregorčič
	Casa natale di France Bevk
Biblioteche, scuole	Biblioteca Ciril Kosmač di Tolmino
Eventi letterari	Serata dedicata alle canzoni d'autore (Grajski vrt ART & DECO CAFÉ, Tolmin Slovenija)
	Passeggiata sul Percorso didattico di Kosmač (Dolenja Trebuša, Tolmin)
	Manifestazione culturale e artistica "Lukatelce" (Volče, Tolmino, Slovenija)
	Giornata della biblioteca e altri eventi e progetti (Biblioteca Ciril Kosmač di Tolmino).

Festival letterari	Festival Sajeta (Breginj, Slovenia)
Parchi letterari	
Conferenze letterarie	
Percorsi Letterari	Julijana Trail
Sentieri	Sentiero didattico Kosmač
	Sentiero didattico Gregorčič
	Sentiero di Ljubka
Piste ciclabili	Tour in bici nell'Isontino

Nella definizione del prodotto avrà una funzione primaria il modo in cui il prodotto o il singolo servizio diverrà esperienza. Gli elementi chiave dell'esperienza sono la storia e la sua fruizione attraverso diversi canali di comunicazione e punti di contatto (ad esempio guide digitali del percorso, segnalazione dei singoli elementi con codici QR, applicazioni interattive dotate di mappa, punti AR, interpretazioni audio, ecc.). L'esperienza può essere arricchita anche, ad esempio, da guide in costume, punti fotografici con citazioni da brani e ogni elemento legato all'offerta locale (ad esempio, offerta dei ristoranti, sconti per i visitatori presso i commercianti locali, partnership con strutture ricettive in stile slow concept, ecc.). Lo sviluppo del prodotto potrebbe anche andare nella direzione della "Riflessione personale su Dante" - raccolta di timbri lungo il percorso o gamification. L'offerta potrà essere arricchita da una gamma di iniziative, come ad esempio le "Inferno night tour", passeggiate notturne in riva al mare con recitazione di versi tratti da Dante.

A riguardo va segnalata l'importanza di coinvolgere anche le organizzazioni turistiche nella costruzione dei prodotti. Quanto meglio strutturata sarà l'offerta (durata, prezzo, gruppi target), tanto più facile sarà creare singoli pacchetti di itinerari turistici, come ad esempio pacchetti per associazioni culturali, pacchetti per escursionisti letterari senior, gruppi organizzati (associazioni).

b) (P2) Prezzo

Nel piano d'azione sarà necessario fare una **valutazione dei costi fissi e variabili del percorso**. I costi fissi includono la preparazione dei contenuti, la creazione del sito web, il design (brochure, mappe, ecc.) nonché le varie autorizzazioni e tasse. Nella definizione dei costi variabili a partecipante andrà inclusa la tariffa per la guida o l'animazione, i vari elementi accessori, il trasporto e i biglietti d'ingresso, nonché eventuali bevande o piccoli snack. Si raccomanda di calcolare il prezzo base del percorso in considerazione della valutazione dei costi.

L'orientamento strategico di definizione dei prezzi è quello di fissare e **mantenere i prezzi in linea a quelli dei percorsi equiparabili, offerti dalla concorrenza**.

Questa linea di indirizzo dev'essere il primo accorgimento da adottare in tema di determinazione dei prezzi. A riguardo sarà inoltre opportuno stimare **il valore che un percorso o parco offre**. I prezzi potranno subire dei rincari in ragione dell'esclusività dell'offerta (es. presa in visione di manoscritti originali, accesso limitato a singoli luoghi), in caso di presenza di un esperto letterario o di personalizzazione dell'esperienza. Relativamente al gruppo target primario, disposto a pagare di più per avere un'esperienza di qualità, sarà il livello "premium" del prodotto offerto a determinarne la scelta decisionale.

Andranno inoltre previsti dei pacchetti, sia in termini di variazione dell'offerta (ad esempio solo percorso, percorso e degustazione di prodotti locali, percorso con degustazione e omaggio), che di abbinamento a pernottamenti, o come offerta congiunta in combinazione con il *Cammino di Dante*.

Infine, si dovrà **prevedere una scontistica per gruppi, studenti o prenotazioni anticipate**.

c) (P3) Percorsi di marketing

I canali di commercializzazione rappresentano solitamente una delle voci di spesa più significative sul budget complessivo, pertanto, l'orientamento strategico è quello di combinare marketing diretto e indiretto.

Elementi di progettazione del **marketing diretto**:

- proprio canale di vendita online (creazione di un sito web del percorso con possibilità di prenotazione e acquisto dei biglietti);
- ottimizzazione SEO e GEO (parole chiave "percorso letterario di Dante");
- canali social (buona gestione dei profili FB, IG, Tik tok – creazione di storie, video delle esperienze del percorso, post "dietro le quinte");
- e-mail newsletter – newsletter mensile sugli eventi relativi alle destinazioni;
- blog – pubblicazione di articoli letterari, storie esclusive;
- podcast – conversazioni con esperti, influencer che hanno percorso il Cammino di Dante o hanno esperienze con questa tipologia di itinerari;
- serate letterarie o altri eventi simili;
- stand pop-up in occasione di festival ed eventi con possibilità di vendita diretta dei biglietti.

Elementi di progettazione del **marketing indiretto**:

- pubblicità su piattaforme (ad es. TripAdvisor, GetYourGuide);
- collaborazione con agenzie turistiche – inclusione dei singoli percorsi in pacchetti, tour tematici (ad es. fine settimana letterario, gite dedicate ai gruppi di lettura);

- partnership con organizzazioni turistiche locali – inclusione dei percorsi in brochure regionali o portali regionali;
- partnership con organizzazioni turistiche nazionali;
- vendita di biglietti presso musei e biblioteche;
- collaborazione con soggetti della ristorazione – ristoranti e caffè come siti partner;
- collaborazione con hotel – gli hotel consigliano il percorso ai propri ospiti.

La combinazione di entrambi le forme di marketing è fondamentale per il successo dell'attività di promozione del percorso letterario.

d) (P4) Promozione e comunicazione

Considerato il forte legame tra lettura e turismo, il turismo letterario funge anche da incontestato strumento per attrarre i visitatori nei luoghi letterari (Busby e Shetliffe, 2013). Negli ultimi anni il turismo letterario e la narrativa di viaggio hanno assunto un ruolo sempre più determinante nella promozione (O'Connor, Kim, 2014), nel marketing e nel branding di una destinazione, nonché nello sviluppo complessivo del turismo sostenibile (Vitić - Četković et al., 2020). Gentile e Brown (2015) evidenziano inoltre il potenziale educativo-didattico del turismo letterario e la possibilità di avvicinare, attraverso le forme di turismo letterario, l'alta cultura a visitatori e turisti.

Gli **indirizzi strategici e obiettivi** di promozione e comunicazione del percorso letterario transfrontaliero DANTE sono:

- creare un'identità riconoscibile del marchio del percorso letterario DANTE;
- aumentare la visibilità del percorso;
- assicurare una domanda a lungo termine;
- costruire una comunità di lettori - lettori/visitatori, anche nel ruolo di ambasciatori o promotori del percorso.

Gruppi target:

- i gruppi target sono stati individuati nella segmentazione;
- nella descrizione delle persone relative ai gruppi target primari e secondari sono indicati anche i relativi canali chiave (tradizionali e digitali) con i quali dovrà essere attuata la comunicazione rivolta a questi segmenti;
- è necessario stabilire una comunicazione anche con il gruppo target terziario (organizzazioni turistiche).

Messaggi chiave della storia:

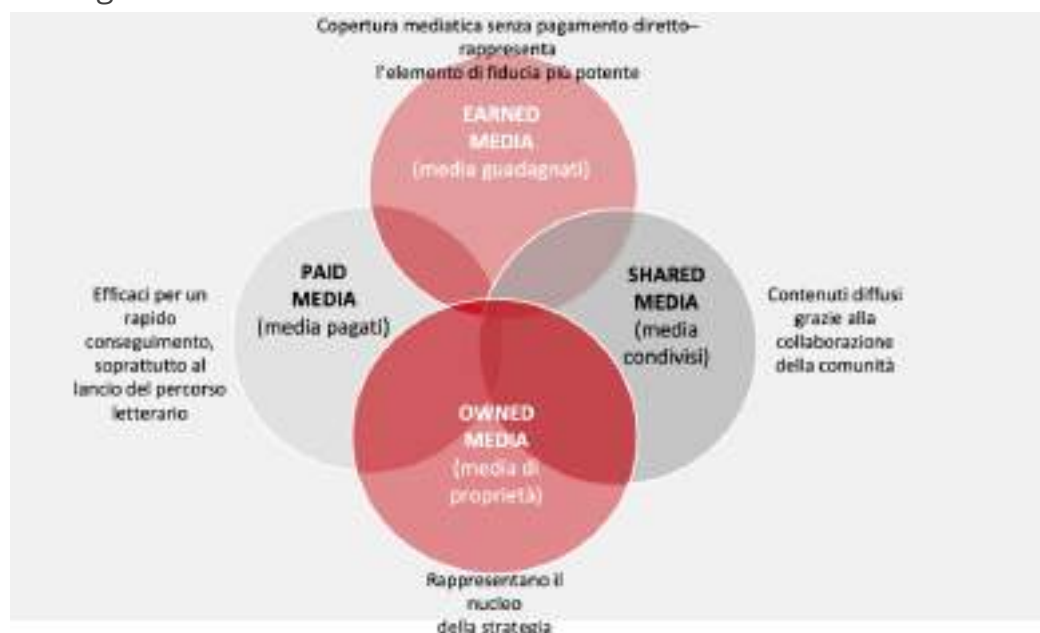
- messaggio sull'autenticità del percorso DANTE (uso coerente di elementi visivi, grafica, slogan, ecc.);

- tono e modalità di comunicazione coerenti ed emozionali (in linea con la personalità del marchio);
- i contenuti sono orientati all'informazione, alla lettura e, soprattutto, alla condivisione di storie. I contenuti chiave devono essere correlati alla differenziazione del percorso e calibrati al singolo gruppo target. Tra i temi di comunicazione rientrano: un'autentica esperienza culturale e storica su Dante, i legami culturali internazionali (Slovenia, Italia, influenza sugli altri paesi vicini), il racconto emotivo di crescita (riflessione, ricerca della pace interiore), il cammino con una specifica connotazione (turismo lento - contatto con la natura, rigenerazione, trasformazione), la possibilità di contenuti didattici interattivi (per le famiglie).
- È fondamentale gestire la comunicazione con i gruppi target, e il pubblico in generale, in modo da instaurare un dialogo continuo e consentire una comunicazione bidirezionale con i visitatori.

Un'efficace comunicazione potrà essere assicurata da un utilizzo coerente dell'immagine visiva del marchio (definita nelle relative Linee guida) su tutti i punti di contatto (sia tradizionali che digitali).

Si suggerisce di fondare l'intera strategia di comunicazione sul modello **Owned – Paid – Shared - Earned media** che consente inoltre di definire gli indicatori chiave utili a misurare il grado di efficacia dell'azione di comunicazione e promozione.

Immagine: Owned – Paid – Shared - Earned media SLIDE 68



Gli **owned media** (canali di proprietà) sono i canali sui quali conviene rivolgere il focus maggiore, in quanto costituiscono il fulcro della strategia. Sono importanti perché possono essere controllati e consentono di creare dei contenuti. Si tratta di canali di comunicazione di proprietà dell'organizzazione, indipendenti da piattaforme esterne, che comprendono di solito:

- materiale stampato come brochure, volantini, manifesti, cataloghi
- indicazione delle proprie sedi fisiche, come stand, segnaletica interna ai locali
- eventi e promozioni propri, come conferenze, corsi di formazione, presentazioni.

I canali di proprietà digitali sono quelli che l'organizzazione affitta pur mantenendo un controllo diretto sui contenuti. Si tratta ad esempio di:

- proprio sito web dedicato al percorso letterario
- email marketing – newsletter, automazione delle email
- applicazione mobile per l'utenza
- profili social (FB, IG, Tik tok)
- podcast e canali video (YT)
- piattaforme CRM con contenuti propri
- documenti digitali, come brochure digitali.

I canali a pagamento (**paid media**) sono canali o siti in cui sarà necessario acquistare spazi pubblicitari.

Esempi di canali a pagamento tipici sono:

- pubblicità televisiva su emittenti regionali/locali
- sponsorizzazione di programmi
- pubblicità radiofonica o partecipazione a programmi radiofonici
- inserzioni sulla stampa
- inserzioni su riviste (riviste letterarie)
- affitto di spazi pubblicitari
- pubblicità nelle sale cinematografiche
- pubblicità postale e su cataloghi.

Canali digitali a pagamento:

- annunci Google Ads
- banner su siti web o portali
- pubblicità su FB, IG
- pubblicità su Tik tok
- pubblicità su Pinterest
- pubblicità su YouTube
- collaborazioni a pagamento, i cosiddetti "annunci sponsorizzati"
- pubblicazione di contenuti sponsorizzati su portali.

Gli **earned media** sono canali non a pagamento, dove la copertura mediatica si ottiene con una buona gestione dei propri canali (media di proprietà). Per questo motivo si consiglia spesso di iniziare con un proprio sito internet ben strutturato.

I tipici canali "guadagnati" sono:

- segnalazioni delle PR nei media classici (interviste alla radio, articoli su giornali)
- passaparola - testimonianze di utenti soddisfatti
- premi, riconoscimenti, certificati
- valutazioni o recensioni di esperti.

Nell'ecosistema digitale i media guadagnati sono inoltre le menzioni non a pagamento di marchi su siti internet e piattaforme che non sono di proprietà, come ad esempio:

- articoli ospite
- interviste su podcast
- menzioni su siti web di partner strategici
- recensioni e opinioni online (TripAdvisor, Google Reviews)
- post organici sui social network (condivisioni, commenti).

I media condivisi (**shared media**) sono contenuti generati dagli utenti, dai visitatori, dalla comunità o dai partner, tra i quali troviamo solitamente:

- passaparola o raccomandazioni dei visitatori
- eventi di partner
- associazioni o organizzazioni che condividono esperienze o scambiano opinioni.

I canali condivisi maggiormente diffusi nel contesto digitale sono:

- interazioni sui social (commenti, tag, condivisioni o discussioni nei gruppi)
- contenuti creati dagli utenti, come storie Instagram, foto dei visitatori, comunità digitali (gruppi Facebook).

Comunicazione del percorso letterario DANTE in collaborazione con i partner turistici

Oltre a un efficace piano di comunicazione, il successo del percorso letterario transfrontaliero sarà determinato anche da un'azione congiunta di narrazione con le organizzazioni turistiche. Di seguito vengono elencate le principali linee guida da seguire nella promozione comune:

- in primis, è necessario preparare per le organizzazioni una presentazione del percorso letterario, dove verranno descritte le storie e i messaggi chiave, delineando inoltre le principali componenti visive e non solo. Presentare loro in modo chiaro il piano di comunicazione affinché le organizzazioni turistiche potranno meglio pubblicizzare il percorso con una storia forte e un pacchetto di comunicazione base già pronto.
- A riguardo sarà utile predisporre un set di materiali promozionali, contenente brevi presentazioni, foto ad alta risoluzione, mappe, esempi di post per i social, codici QR per siti web, modelli di comunicati stampa e altro, da mettere a disposizione delle organizzazioni.
- Tra le varie possibilità esplorate si segnala la realizzazione di una campagna congiunta sui social network che prevede la redazione congiunta di post, la pubblicazione di hashtag comuni, una serie di video (reels), curiosità su Dante, angoli nascosti del percorso letterario, ecc.
- Un'ulteriore azione di comunicazione congiunta prevede di includere il percorso nei canali digitali di ciascuna destinazione o organizzazione (ad esempio, posizioni su Google Maps, mappe interattive nei centri turistici e informativi).
- Si potrebbe infine organizzare una serie di eventi comuni, come letture all'aperto o laboratori per le scuole.

e) (P5) Persone

L'elemento "Persone" è uno degli elementi chiave del marketing mix del percorso letterario in esame. Le persone hanno infatti un impatto diretto sulla qualità dell'esperienza, sul grado di soddisfazione dei visitatori e, di conseguenza, sul successo del percorso letterario. Questo elemento comprende tutti i soggetti che contribuiscono a modellare il percorso letterario, segnatamente le guide turistiche (guide locali, letterarie o tematiche), gli animatori, gli organizzatori di singoli percorsi e il personale degli uffici di informazione, reception, musei e altro, indirettamente anche la popolazione locale e gli operatori di servizi secondari. Anche la letteratura specialistica evidenzia il ruolo chiave della guida turistica nel

turismo letterario, che rappresenta uno dei principali promotori dello sviluppo e dell'interpretazione dell'itinerario stesso. Secondo Feldamn e Skinner (2018) la guida turistica, nel presentare il turismo culturale, deve possedere le conoscenze e competenze necessarie per svolgere svariati compiti. Dev'essere infatti divulgatore di informazioni, fonte di sapere, insegnante, motivatore e promotore di esperienze turistiche, confidente e capogruppo.

In considerazione di ciò la formazione delle guide locali è una delle azioni prioritarie previste dal pilastro strategico "Sviluppo delle infrastrutture e miglioramenti pedagogici". Nel piano di azione di questo elemento sarà pertanto necessario definire i criteri standard relativi all'aspetto e comportamento del personale, allo sviluppo e possesso delle necessarie competenze, come ad esempio capacità di comunicazione, conoscenza delle lingue straniere per guidare visitatori non nazionali, capacità di gestire gruppi di diverse tipologie (bambini, turisti stranieri, anziani) e abilità nell'uso delle nuove tecnologie.

f) (P6) Processi

Quale componente del marketing mix, i processi descrivono l'iter di svolgimento dei servizi, specificamente le modalità e la struttura di esecuzione, le fasi e gli standard nonché la qualità di fruizione dell'esperienza. Nella definizione di questo elemento sarà di primaria importanza procedere, innanzitutto, all'**inventario di tutti i processi chiave** che, nel caso del percorso letterario, sono:

- processo di accompagnamento e interpretazione – svolgimento e coerenza della visita guidata (testi standard), formazione delle guide;
- processo di prenotazione – prenotazione online, chiarezza delle informazioni sul punto di partenza, durata e grado di difficoltà del percorso, conferma tramite e-mail/SMS;
- processo di accesso alle informazioni – verifica delle prenotazioni, comunicazione delle regole (ad es. fotografare, sicurezza lungo il percorso, galateo - rispetto dei beni culturali);
- processo di realizzazione del percorso – quale sarà la sequenza logica delle tappe di ogni percorso, coordinamento temporale con il resto dell'offerta del percorso;
- processo di assicurazione della qualità – raccolta dei feedback a fine visita, valutazioni periodiche delle guide;
- processo di risoluzione dei problemi – procedure in caso di maltempo, adeguamento alle esigenze di persone con disabilità, gestione di reclami e

segnalazioni.

Per garantire l'efficienza dei processi e l'ottima realizzazione del percorso letterario, il piano d'azione dovrà prevedere **una mappatura dei processi chiave con una chiara ripartizione delle responsabilità** relative alla realizzazione di ogni singolo percorso o processo. A tal fine si propone di utilizzare la matrice di assegnazione delle responsabilità RACI, dove la sigla indica:

R = responsible. Chi è la persona responsabile. È sempre una sola persona.

A = accountable. Chi è operativo sull'attività. Possono essere più persone.

C = consulted. Chi viene coinvolto prima che la decisione venga presa.

I = informed. Chi viene informato in merito alla singola decisione, attività.

Questo tipo di organizzazione è fondamentale per garantire l'operatività del percorso letterario transfrontaliero DANTE, che vede il coinvolgimento di più soggetti nella creazione e attuazione delle singole tratte dell'itinerario.

La tabella sottostante riporta un esempio di matrice RACI di assegnazione delle responsabilità per alcune attività del processo, definite qui in modo casuale. Nel piano di azione sarà importante individuare i principali responsabili di ogni singola attività.

Immagine: esempio di matrice di assegnazione delle responsabilità RACI

Fase/attività del processo	guida	coordinatore del percorso	comune/ente	supporto tecnico
Predisposizione del percorso letterario	R	A	C	I
Selezione dei contenuti e dello scenario	R	A	C	I
Preparazione del materiale	R	C	I	A
Organizzazione logistica	C	A	C	R
Prenotazioni e autorizzazioni	C	R	A	I
Informazioni ai partecipanti	I	A	I	R
Svolgimento della visita	A/R	C	I	I
Accoglienza dei partecipanti	R	C	I	I
Interpretazione e guida	R	C	I	I
Raccolta dei feedback	R	A	I	C
Analisi dei sondaggi	C	A	I	R
Valutazione dei sondaggi e proposte di miglioramento	C	A	C	R
ecc.				

È opportuno evidenziare il ruolo essenziale della matrice delle responsabilità nella creazione dell'identità visiva del marchio del percorso letterario e, soprattutto, nella coerenza di realizzazione. Lo stesso vale anche per il processo di certificazione del percorso, che è il principale obiettivo strategico del progetto o percorso.

g) (P7) Prove fisiche

L'ultimo elemento del marketing mix sono le prove fisiche, che consistono negli elementi materiali dei punti di contatto del piano di comunicazione e di attuazione del percorso. Vale la pena ricordare che il piano d'azione per l'operatività del CGP deve esaminare tutti i punti di contatto, incluse le prove fisiche. I principali elementi delle prove sono:

- attrezzatura e segnaletica – pannelli informativi, indicazioni, segnaletica orizzontale, mappe lungo il percorso, ecc.;

- presenza online e canali digitali – sito web, mappa digitale, applicazioni, ecc.;
- materiale promozionale stampato – brochure, volantini, programmi di eventi, mappe con indicazione delle tappe;
- attrezzatura e accessori per le guide – uniformi, tablet, microfoni e altri strumenti per l'interpretazione;
- spazi – musei, sale commemorative, oggetti, ordine ed estetica di questi ambienti;
- elementi esperienziali - stazioni interattive, punti fotografici tematici, ecc.

10. CONCLUSIONE CON SINTESI DELLE ATTIVITÀ DOPO L'ATTUAZIONE DELLA STRATEGIA

a) Sintesi delle principali attività

Il processo di elaborazione della strategia per il turismo letterario transfrontaliero - percorso DANTE, al quale è stato coinvolto un ampio ventaglio di stakeholder, si è articolato in diverse fasi. Da un'analisi della documentazione inviata, basata sui **dati primari** (interviste, workshop, sondaggi) e sullo studio di **fonti secondarie** e informazioni rilevanti per il settore del turismo letterario, è stata preparata una Strategia di marketing transfrontaliera per il percorso letterario DANTE.

La definizione della strategia ha previsto i seguenti passaggi:

1. una diagnosi chiara – analisi del contesto e delle tendenze;
 2. la definizione del concetto e delle principali linee guida strategiche - missione, visione, obiettivi strategici;
 3. la redazione delle linee guida di marketing per la definizione di un piano d'azione coordinato;
 4. la definizione delle modalità di gestione e delle responsabilità.
-
1. Il primo punto ha previsto l'esplorazione del contesto che legittima lo sviluppo del settore turistico e le previsioni di crescita del turismo letterario. I dati e le linee guida indicano che il turismo letterario supera le dimensioni di nicchia evolvendosi gradualmente in una forma autonoma di turismo culturale e storico-artistico. I principali motivi e interessi che spingono i turisti letterari a visitare percorsi letterari sono legati alla lettura, alla nostalgia, alla ricerca di esperienze autentiche e di arricchimento spirituale.

Nelle comunità di lettori, che nascono attorno ai vari percorsi, prevale la componente femminile, per la quale i libri non sono solo uno strumento di rilassamento ma anche un momento per rigenerarsi. Gli itinerari letterari, che consentono ai visitatori di immergersi completamente nella storia e ambientazione delle loro opere preferite, devono essere concepiti come un'esperienza mossa da un fine specifico, e non solo come mera visita di luoghi.

Durante la discussione stimolata dall'analisi SWOT sono state avanzate alcune soluzioni ai seguenti quesiti:

Come trasformare i punti di forza del progetto (S) in opportunità (O):

PUNTO DI FORZA	OPPORTUNITÀ	COME TRASFORMARE I PUNTI DI FORZA IN OPPORTUNITÀ
Conoscenza ed esperienza	Nuovi settori del turismo	Conoscenze specialistiche per la creazione di una nuova offerta. Definizione di contenuti qualitativi che incrementeranno la qualità di accesso a nuovi settori.
Collaborazione tra più soggetti coinvolti	Creazione di opportunità di sviluppo	La collaborazione apre la strada a forme e offerte innovative
Ampliamento della portata dell'offerta	Attrazione di nuovi gruppi target	Miglioramento dei prodotti esistenti e diversificazione per attirare visitatori che non sono stati attratti dai prodotti tradizionali.

Come sfruttare i vantaggi del progetto (S) per ridurre le minacce dall'esterno (T):

PUNTO DI FORZA	MINACCIA	COME IL PUNTO DI FORZA RIDUCE UNA MINACCIA
Conoscenza ed esperienza	Resistenza al cambiamento	Formazione, legittimità, migliore processo decisionale.
Collaborazione tra più soggetti coinvolti	Coordinamento e comunicazione carenti	Strutture di coordinamento, strumenti digitali, compiti chiari.
Ampliamento della portata dell'offerta	Ostacoli amministrativi	Maggior supporto di comuni, miglior accesso a finanziamenti, standardizzazione.

Come ridurre le debolezze (W) per creare opportunità (O):

DEBOLEZZA	OPPORTUNITÀ	COME RIDURRE LE DEBOLEZZE PER CREARE OPPORTUNITÀ
Ripartizione responsabilità e collaborazione frammentata	Consolidamento dell'identità, comunità transfrontaliere	Accordo di partenariato, istituzione comitato, incontri regolari, comunicazione costante
Manca di impegno e di un sistema di finanziamenti	Potenziale del patrimonio culturale e narrazione di storie	Fondi UE con coinvolgimento attivo della comunità locale
Sfiducia tra settore privato e pubblico	Partnership più solide	Coinvolgimento per la credibilità del progetto
Elevati costi di avvio	Creazione di nuovi posti di lavoro	Strategia e piano di azione

Come evitare le minacce (T) per gestire i propri punti deboli (W):

DEBOLEZZA	MINACCIA	COME LE GESTIONE AIUTA
-----------	----------	------------------------

Ripartizione responsabilità e collaborazione frammentata	Conflitto di interessi	Una struttura chiara, responsabilità chiare e la gestione dei progetti riducono i conflitti
Manca di impegno	Resistenza delle comunità locali	Un coinvolgimento tempestivo crea sostegno
Ripartizione responsabilità e collaborazione frammentata	Scarsa comunicazione	Comunicazione costante, trasparenza, chiara ripartizione dei compiti
Pressioni finanziarie	Turismo di massa	Modello sostenibile, limitazioni, offerta boutique

2. L'impostazione del concetto per l'elaborazione della strategia è illustrata nella figura sottostante. Sia nella strategia che nei workshop di presentazione è stata riconosciuta la necessità di armonizzare e collegare tra loro tutti gli elementi del modello.

Oltre alla missione

"Celebriamo l'eredità di Dante attraverso viaggi lenti e significativi, dove si intrecciano luoghi, persone e storie transfrontaliere."

agli obiettivi stabiliti

"Diventare il primo parco letterario transfrontaliero in Europa, dove la poesia apre la strada al turismo culturale sostenibile."

e a una chiara visione

"Certificazione nel programma Cultural Routes of the Council of Europe"

sono stati inoltre definiti cinque pilastri strategici legati all'attuazione del Piano d'azione della strategia di marketing:

Pilastro 1 - Sviluppo delle infrastrutture e miglioramenti pedagogici

Pilastro 2 - Collaborazione e costruzione della fiducia delle parti interessate

Pilastro 3 - Uso degli strumenti digitali per raggiungere e coinvolgere un pubblico globale

Pilastro 4 - Integrazione del turismo letterario con altre offerte regionali

Pilastro 5 - Mantenimento dell'autenticità e prevenzione del sovraffollamento turistico

Immagine: Schema del concetto/contesto di definizione della strategia

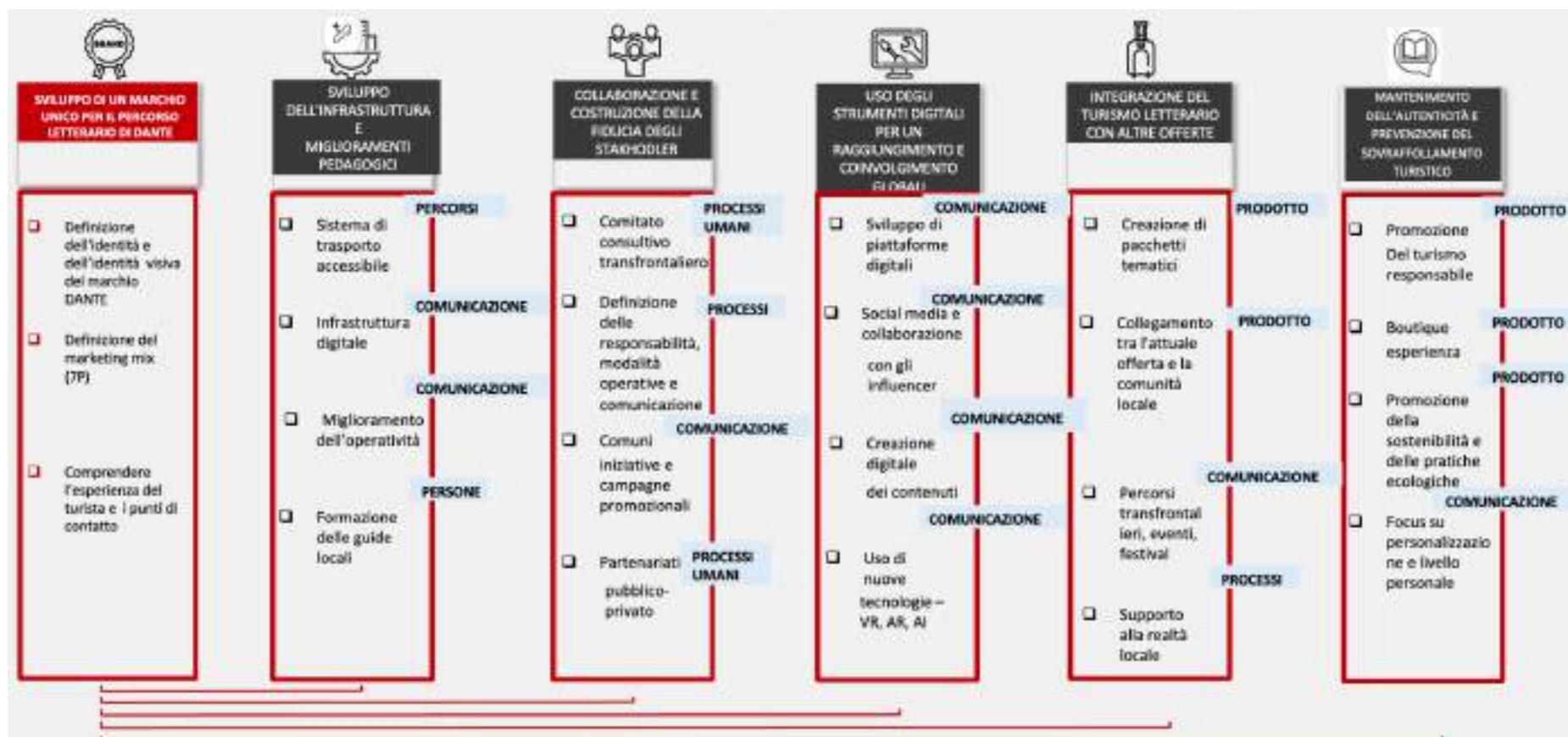


3. Indirizzi, azioni e attività volte alla definizione del piano di azione:

PILASTRO: SVILUPPARE UN MARCHIO UNICO DEL PERCORSO LETTERARIO DI DANTE
AZIONE 1: Fondamenti del percorso letterario transfrontaliero DANTE ATTIVITÀ: - Confermare la missione del percorso letterario transfrontaliero DANTE (Perché esistiamo?) - Confermare la visione del percorso letterario transfrontaliero DANTE (Dove vogliamo arrivare?) - Confermare gli obiettivi strategici del percorso letterario transfrontaliero DANTE - Una volta confermato l'obiettivo "Certificazione nel programma Cultural Routes of the Council of Europe" è necessario elaborare un cronoprogramma per presentare la domanda di candidatura e gestire la procedura di certificazione
AZIONE 2: Segmentazione dei gruppi target del percorso letterario transfrontaliero DANTE ATTIVITÀ: - Convalidare la logica di individuazione dei gruppi target di visitatori primari e secondari (il percorso letterario è centrale o complementare) - Convalidare i singoli segmenti del gruppo target primario e secondario (caratteristiche demografiche e psicografiche) - Convalidare le descrizioni delle persone di ciascun gruppo - Convalidare i modelli comportamentali, i fattori motivazionali e le modalità di raccolta delle informazioni - Convalidare i principali punti chiave di contatto e le decisioni - Convalidare i punti di contatto (tourist touchpoints) individuati per il percorso turistico letterario DANTE - Mappare ogni persona e punto di contatto per ogni itinerario del visitatore (customer journey) - Convalidare il gruppo target terziario: organizzazioni turistiche e culturali - Convalidare la segmentazione geografica - Convalidare la proposta di un modello di espansione graduale a diverse tipologie di mercato e dei criteri stabiliti
AZIONE 3: Posizionamento del percorso letterario transfrontaliero DANTE ATTIVITÀ: - Convalidare la posizione desiderata del percorso letterario transfrontaliero DANTE - Convalidare gli elementi di posizionamento del percorso letterario transfrontaliero DANTE (elementi oggettivi e psicologici) - Convalidare gli itinerari proposti per il percorso letterario transfrontaliero DANTE (sulla base del documento Storytelling)
AZIONE 4: Definizione e convalida dell'identità del marchio del percorso letterario transfrontaliero DANTE ATTIVITÀ: - Convalidare il personaggio (archetipo) dell'identità del marchio del percorso transfrontaliero DANTE - Convalidare gli altri elementi dell'identità del marchio del percorso transfrontaliero DANTE (vedi immagine Piramide del marchio)
AZIONE 5: Definizione delle regole dell'identità visiva del marchio del percorso letterario transfrontaliero DANTE (CGP del marchio) ATTIVITÀ: - Definire tutti gli elementi dell'immagine visiva (logo, palette colori, tipografia, iconografia/illustrazioni, stile visivo feel&look, stile comunicativo tone&voice, definire le modalità di utilizzo per i diversi canali e formati di comunicazione) - Armonizzare il CGP del percorso letterario transfrontaliero DANTE con l'immagine grafica del progetto Interreg (creazione di una gerarchia) - Armonizzare il CGP del percorso letterario transfrontaliero DANTE con Il Cammino di Dante (nel caso si decida di collegare i due percorsi, sarà necessario armonizzare le identità e il CGP dei due percorsi) - Creare la storia (narrazione) del percorso letterario transfrontaliero DANTE

AZIONE 6:

Armonizzazione e collegamento delle azioni dei pilastri strategici con le attività del marketing mix



4. Definizione delle modalità di gestione

Nella sezione (P6) Processi del marketing mix sono descritte le modalità di predisposizione e attuazione delle attività.

Sono state menzionate due dimensioni chiave della gestione. La prima dimensione costituisce l'inventario di tutti i processi chiave propedeutici alla definizione e attuazione del marchio del percorso letterario transfrontaliero DANTE. La seconda è la proposta del contesto istituzionale operativo costituito da:

- un organo di coordinamento transfrontaliero,
- collaborazione interpersonale,
- revisioni periodiche delle politiche.

Il piano d'azione dovrà sviluppare in modo puntuale questo aspetto in quanto tra i punti deboli del progetto sono stati rilevati la "mancanza di chiarezza delle responsabilità e la cooperazione frammentata tra gli stakeholder". Sarà quindi necessario definire gli organi di coordinamento, chi curerà la gestione operativa e deciderà in merito alle attività nonché come strutturare la cooperazione, la comunicazione/informazione e i processi di revisione dello stato di attuazione del progetto.

b) Tempistiche e fasi di attuazione

Il cronoprogramma è in linea con quello previsto per l'intero progetto.

Durante il workshop sono state individuate due principali azioni prioritarie:

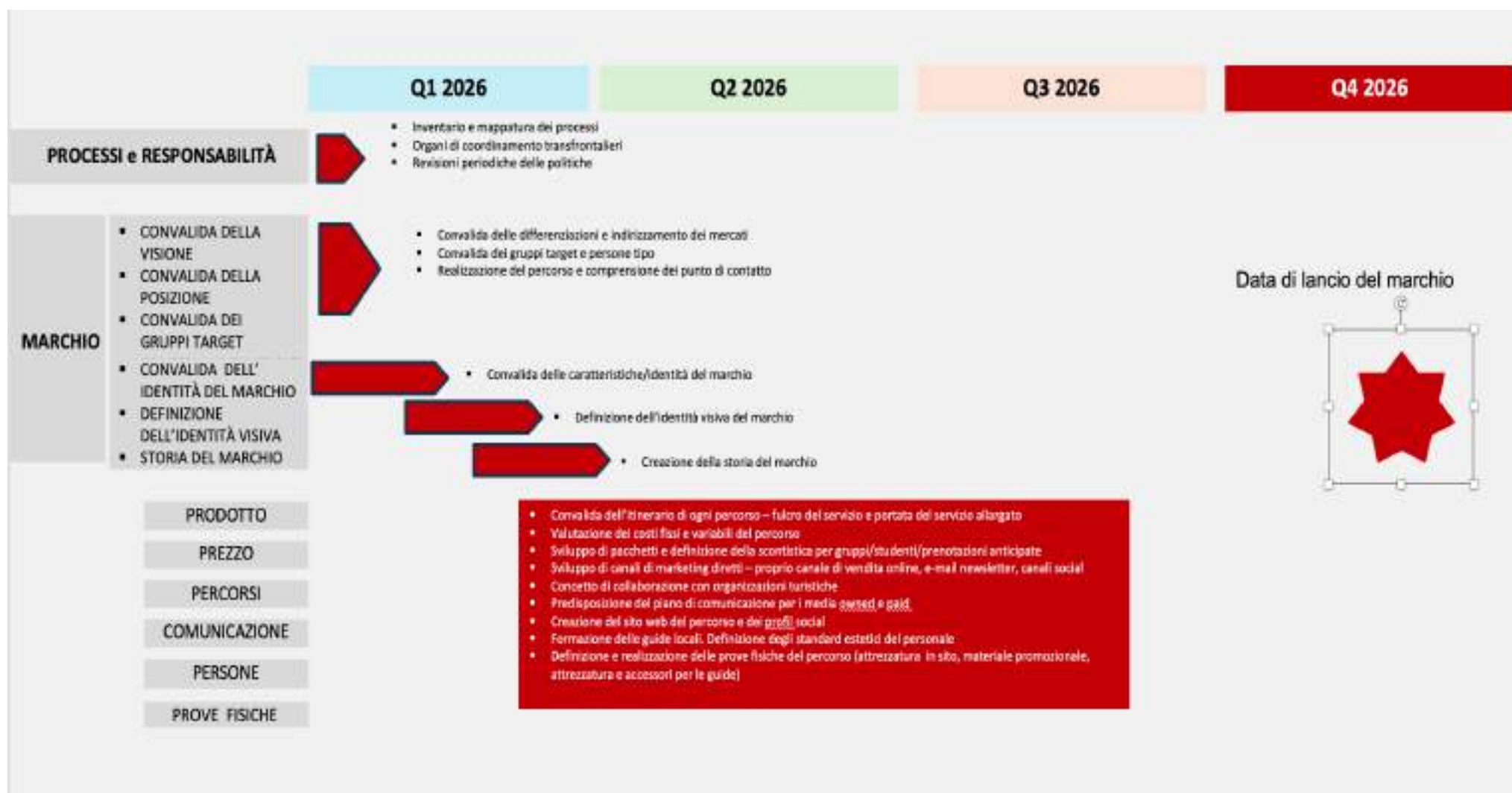
- in primis, le già citate modalità di gestione e,
- in secondo luogo, la validazione dell'identità di marchio su cui poggeranno tutte le attività di marketing successive.

Rispetto al cronoprogramma di progetto, sarà opportuno, nel primo trimestre del 2026 (Q1 26), validare la proposta di identità assieme agli stakeholder di tutte le destinazioni e avviare il processo di predisposizione dell'identità visiva del marchio (Linee guida), in modo da poter definire il piano di comunicazione e i contenuti delle pubblicazioni destinate a tutti i tipi di media.

Parallelamente, nel piano di azione dovrà essere definito il piano operativo per l'attuazione dei vari elementi del marketing mix che, oltre a individuare i singoli itinerari e a definire i prezzi, prevederà momenti di confronto e coordinamento

con le organizzazioni turistiche e le comunità locali in merito ai contenuti, alla formazione del personale e altro.

Nella seguente immagine è rappresentato lo schema delle attività.



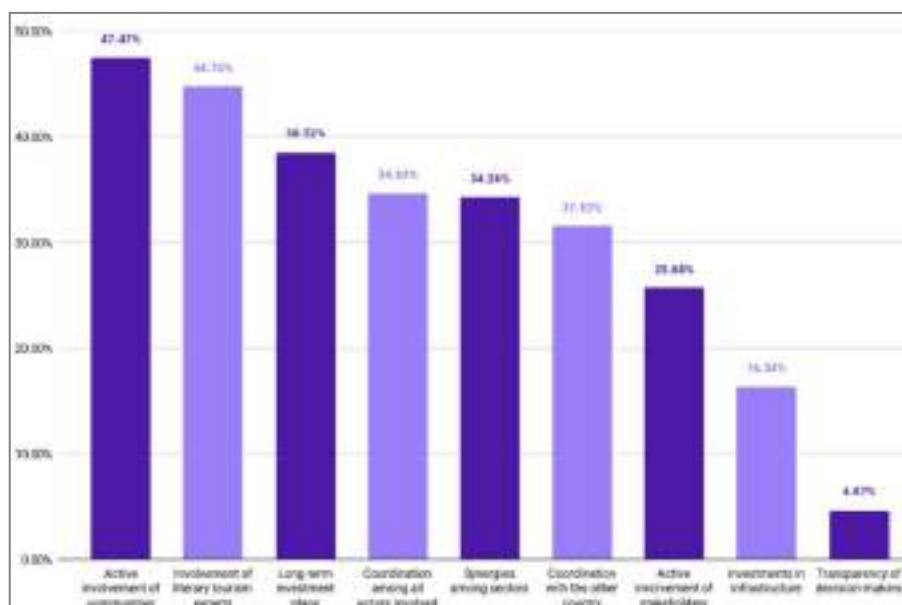
c) Raccomandazioni per il supporto istituzionale, il finanziamento e la gestione dei percorsi

Le principali raccomandazioni e il focus riguardano la decisione e l'attuazione delle modalità di gestione e comunicazione tra gli stakeholder, come uno degli elementi determinanti il successo della creazione del percorso.

A riguardo si segnalano i possibili rischi e il loro potenziale impatto sulla realizzazione della strategia, che riguarda specificamente:

- il limitato supporto degli stakeholder del progetto. A questo elemento saranno anche dedicati workshop strategici, che tuttavia non basteranno per mantenere una costante attenzione sullo stato di attuazione. Nell'ambito della gestione e attuazione delle fasi operative, sarà necessario definire un modello di business;
- attuazione della strategia non coordinata e controllata;
- risorse insufficienti e investimenti nella promozione con l'obiettivo di sensibilizzare e costruire l'offerta. Anche il workshop con i principali stakeholder (fonte: Formules) ha evidenziato i fattori che contribuiranno al successo della realizzazione del percorso e rappresentano, al contempo, anche dei rischi per la stessa attuazione.

Immagine: Fattori che contribuiranno al successo della strategia del percorso letterario DANTE



Fonte: Formules, 2025

Nel piano d'azione sarà quindi dedicata particolare attenzione proprio alla sezione dove saranno definite le modalità di gestione del percorso. La collaborazione transnazionale di un nutrito gruppo di stakeholder è uno dei fattori chiave per la realizzazione di un progetto così complesso.

11. SINTESI PER IL GRANDE PUBBLICO (Citizen summary)

Diversi sono i motivi che avvalorano la rilevanza del progetto del percorso letterario transfrontaliero DANTE. Negli ultimi anni il turismo letterario, nella forma di turismo culturale e storico, sta crescendo a un tal ritmo da superare le dimensioni di nicchia. Secondo numerose indagini le opere letterarie sono una forte incentivazione al viaggio, che trasforma il lettore in turista di luoghi famosi. Un fattore rilevante della creazione di questo percorso riguarda l'interconnessione dei luoghi dell'area transfrontaliera, che sono legati alla vita, all'opera e al patrimonio di Dante Alighieri, pilastro della letteratura europea. Il progetto prevede la creazione di cinque itinerari utilizzando il metodo dello storytelling che insieme andranno a formare un unico percorso letterario.

Il progetto mira a sviluppare e creare un prodotto/marchio letterario e turistico transfrontaliero condiviso che collegherà in modo sostenibile e integrato le attrazioni culturali, i luoghi del patrimonio letterario e le comunità locali di entrambi gli Stati. **Un importante obiettivo** del progetto prevede di **cambiare l'approccio al patrimonio** dell'area transfrontaliera, che il turismo integra attraverso percorsi letterari e una strategia transfrontaliera **per il potenziamento sostenibile e duraturo dell'offerta. L'obiettivo strategico** del progetto è quello di creare sinergie e collegare il turismo letterario transfrontaliero DANTE con il *Cammino di Dante*, affinché l'intero percorso ottenga la **certificazione Itinerari culturali (Cultural Routes), rilasciata dal Consiglio d'Europa**.

In tale contesto la sfida principale è rappresentata dalla definizione di un marchio del percorso letterario e dell'offerta esperienziale. A tal fine sono stati organizzati numerosi laboratori e attività propedeutiche alla definizione dei contenuti

interpretativi, al fine di favorire il massimo coinvolgimento degli stakeholder locali, il trasferimento transfrontaliero delle conoscenze e la definizione di standard congiunti di interpretazione del patrimonio culturale dantesco. La visione di marketing del percorso letterario quale marchio costituisce un elemento determinante il successo e la rapida crescita della notorietà del percorso. Il fattore principale del successo della strategia di marchio individuata risiede nell'applicazione coerente dell'immagine visiva del marchio, nel rigido rispetto delle Linee guida per l'applicazione dell'identità visiva nei vari canali di comunicazione e in tutti i punti di contatto, e nell'implementazione coordinata degli altri elementi del marketing mix. A riguardo le risorse umane costituiscono una componente essenziale. Infatti, l'analisi svolta ha evidenziato la necessità di sinergie, di informazioni chiare e di una continua formazione specialistica del personale, principalmente nel campo del marketing e delle nuove tecnologie.

Il progetto darà così vita a un percorso letterario transfrontaliero sostenibile, che contribuirà a valorizzare il patrimonio comune e rafforzare la cooperazione tra le regioni. Avrà inoltre un impatto positivo sul contesto locale favorendo lo sviluppo di iniziative culturali, un maggior coinvolgimento della popolazione e la conservazione duratura del patrimonio letterario.

BIBLIOGRAFIA

- DANTE Living lab IRRIS report
- DANTE Living lab FVGAR report
- DANTE Serious Game_Living Lab Ceggia report Modello transfrontaliero trasferibile e sostenibile di turismo letterario
- Relazione sulla study visit svolta a Firenze e in Emilia Romagna (D.3.1.3) nell'ambito del progetto DANTE
- LINEE GUIDA PER L'APPLICAZIONE DELL'IDENTITÀ VISIVA per l'attuazione delle attività di comunicazione e di visibilità dei progetti + ALLEGATO 2 Esempi grafici di applicazione del logo di progetto
- Konečnik Ruzzier, Maja (2021). Trženje v turizmu, EF Lubiana
- Potočnik Topler, J. et al. (2024): Researching Literary Tourism: A Handbook for Students and Supervisors. Maribor, University of Maribor, University Press

- Rudež Nemec, H. (2016). Analiza turističnega povpraševanja izbranih izvornih trgov Slovenije
- Spevan Janja (2015). Literarne kreacije skozi prizmo turizma, Studia Universitatis Hereditati, anno 3, numero 1
- Storytelling, sviluppato in base a:
 - primo workshop di progetto organizzato a Trieste dalla Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia (26 settembre 2024),
 - secondo workshop di progetto organizzato a Isola dall'istituto IRRIS (4 novembre 2024),
 - primo workshop living lab organizzato a Ceggia dal Comune di Ceggia (26 febbraio 2025),
 - secondo workshop living lab organizzato a Trieste dalla Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia (29 aprile 2025),
 - terzo workshop living lab organizzato a Isola dall'Istituto IRRIS (4 giugno 2025).

www.visitizola.com

www.ilcamminodidante.it/

www.coe.int/en/web/cultural-routes/all-cultural-routes

www.soca-valley.com/en/soca-valley/towns-in-the-valley/

ITINERARIO DANTESCO TRANSFRONTALIERO

LEGGENDE DANTESCHE

Tra Mito e Storia nelle Terre di Confine

Italia / Slovenia

Itinerario di due giornate

Durata: 2 giornate

Percorso:

Giorno 1: Tolmino (Slovenia) → San Daniele del Friuli (facoltativo) → Tolmezzo → Prampero (Italia)

Giorno 2: Progetti turismo letterario – area pedemontana e pordenonese (3 opzioni)

Tema: Dalle leggende dantesche al confine alla rete di turismo letterario del Friuli Venezia Giulia

SINTESI DEL PERCORSO

Questo itinerario esplora il fascino delle leggende dantesche nel territorio transfrontaliero tra Italia e Slovenia. Il primo giorno: arrivati a Tolmino, a pochi chilometri si aprono le gole della Tolminka, dove si raggiunge la Dantejeva jama (Grotta di Dante). Nel Tolminski muzej si conserva il busto di Dante scolpito da Mario Moschi (1929). Attraversato il confine, la Biblioteca Guarneriana di San Daniele del Friuli custodisce il Codice Fontaniniano. Tolmezzo — capoluogo della Carnia e partner del progetto DANTE Interreg — è la città del celebre “Ce fastu?” dantesco. Si conclude al Castello di Prampero a Magnano in Riviera, che custodisce la leggenda di una notte dantesca millenaria. Il secondo giorno è dedicato ai progetti di turismo letterario, con tre opzioni alternative: il percorso montano “Dall’Arzino al Cellina”; le “Passeggiate d’Autore” guidate da scrittori viventi oppure l’itinerario pasoliniano a San Vito al Tagliamento con il progetto letterario di Torrate di Chions.

GIORNO 1 – TOLMINO → TOLMEZZO → PRAMPERO

PROGRAMMA – GIORNO 1

Arrivo a Tolmino (Slovenia)

Gole della Tolminka e ingresso grotte

Dantejeva jama (Grotta di Dante)

Tolminski muzej: busto di Dante e mostra permanente

Attraversamento confine verso Italia

Arrivo Tolmezzo: Museo Carnico e centro storico

Torre Picotta e Via Oscura medievale

Castello di Prampero a Magnano in Riviera

Pernottamento

SLOVENIA

Le Grotte di Dante a Tolmino

Gole della Tolminka, Tolmino, Slovenia

Ubicazione: Gole della Tolminka, accesso da Tolmino centro (circa 2 km)

Orari: Aprile–Ottobre: 8:00–20:00 | Inverno: limitato

Ingresso: €7 adulti | €5 ridotto | Gratis <6 anni

Accessibilità: Difficile – scale e percorso naturalistico impegnativo

Info: dolina-soce.com/tolmin-gorges

Secondo la leggenda, il Sommo Poeta avrebbe visitato queste gole. La più antica attestazione di un passaggio di Dante in zona si fa risalire alla Cosmographia di Enea Silvio Piccolomini (1457). Il tedesco Bassermann (1902) credeva che il fiorentino avesse visitato personalmente la grotta e indicò di aver trovato la relazione nella descrizione dell'ultimo canto dell'Inferno. Secondo Bassermann la grotta non era che "il modello dell'abisso ove giace Lucifero", mentre risalendo le grotte di Postumia ne rappresentavano l'uscita (Ziliotto, 1949). I riferimenti topografici sloveni includono il lago di Cerknica (lago gelato del Cocito) e il monte Javornik ("Tambernicchi", Inferno XXXII, 28).

Cosa vedere:

- ◆ Dantejeva jama (Grotta di Dante) – la grotta leggendaria
- ◆ Gole della Tolminka – ponti sospesi e cascate
- ◆ Confluenza fiumi Tolminka e Zadlaščica

Tolminski muzej – Il Busto di Dante

Mestni trg 4, 5220 Tolmin, Slovenia

Ubicazione: Mestni trg 4, centro di Tolmino

Orari: Mar–Ven 9:00–16:00 | Sab–Dom 13:00–17:00 | Lunedì chiuso

Ingresso: €5 adulti | €4 ridotto | €10 famiglie

Info: tol-muzej.si

Il Museo di Tolmino, ospitato nell'ex maniero Coronini, conserva il busto di Dante realizzato nel 1929 dallo scultore Mario Moschi su commissione di Firenze. Il piedistallo recava l'iscrizione: "Dante lungo i confini segnati da Dio. Da Firenze alla italiana Tolmino." Per la popolazione slovena divenne simbolo dell'italianizzazione forzata. Dopo la Seconda Guerra Mondiale fu rimosso. Oggi, restaurato, è esposto come documento storico.

Nelle vicinanze di Tolmino:

- ◆ Patriarhov dvor – edificio storico, tradizione patriarcale aquileiese
- ◆ Bevkova domačija – Casa natale di France Bevk (1890-1970), Zakojca pri Cerknem | muzej-idrija-cerkno.si
- ◆ Domačija Cirila Kosmača – Casa di Ciril Kosmač (1910-1980), Slap ob Idrijci | soca-valley.com

ITALIA

Tolmezzo — La Città del “Ce fastu?” Dantesco

Capoluogo della Carnia, Udine

Ubicazione: Tolmezzo, capoluogo della Carnia)

Info: comune.tolmezzo.ud.it

Dante in Carnia: danteincarnia.it

Tolmezzo, partner del progetto DANTE Interreg, è la città dove risuona il celebre “Ce fastu?” citato da Dante nel De Vulgari Eloquentia (I, xi). I primi scritti storici sulla visita di Dante in Friuli risalgono all’inizio del XVI secolo: Giovanni Candido nella *Commentariorum Aquilejensium libri octo*, e Iacopo Valvasone da Maniago nei *Successi della Patria del Friuli* (XVI sec., pubblicato 1823).

Cosa vedere:

- ◆ Museo Carnico M. Gortani – arti e tradizioni della Carnia
- ◆ Torre Picotta – panorama su Tolmezzo e le valli
- ◆ Via Oscura – tracciato medievale
- ◆ Centro storico con roggia e Duomo di San Martino
- ◆ Palazzo Frisacco – sede espositiva

Castello di Prampero

Magnano in Riviera, Udine

Ubicazione: Magnano in Riviera

Orari: Lun, Mar, Mer, Ven: 11:00–13:00 | Gio: 11:00–13:00, 15:30–18:30 | Sab–Dom chiuso

Ingresso: Verificare

Accessibilità: Parziale

Info: comune.magnanoinriviera.ud.it

La tradizione locale racconta che Dante avrebbe soggiornato al Castello di Prampero. Il progetto “Dante la notte nel castello millenario: la storia a portata di click” ha realizzato un’app mobile gratuita (iOS/Android, italiano/inglese) con tour virtuale a 360° degli ambienti e un avatar-giullare come guida virtuale, accessibile tramite QR code.

Biblioteca Guarneriana – Codice Fontaniniano (facoltativo)

Via Roma 1, San Daniele del Friuli, Udine

Ubicazione: Via Roma 1, San Daniele del Friuli Orari: Verificare orari aggiornati

Ingresso: Verificare

Accessibilità: Accessibile

Informacje: guarneriana.it

La Biblioteca Guarneriana, fondata nel 1466, è la più antica biblioteca pubblica del Friuli. Conserva il Codice Fontaniniano della Divina Commedia, uno dei sei codici danteschi presenti in Friuli.

CODICI DANTESCHI IN FRIULI

Il Friuli Venezia Giulia conserva sei codici danteschi, testimonianza del «culto di Dante» nella regione (G. Vale). I tre principali:

- ◆ Biblioteca Guarneriana di San Daniele del Friuli – Codice Fontaniniano
- ◆ Biblioteca Arcivescovile e Bartoliniana di Udine – Codice Bartoliniano
- ◆ Biblioteca dell'Università di Udine – Codice Florio

Il Codice Claricini, confezionato quasi certamente a Cividale del Friuli (Griggio), è l'unico per il quale esistono elementi che provino una realizzazione in Friuli (Favaro, 2017, 26).

GIORNO 2 – PERCORSI DI TURISMO LETTERARIO

TRE PERCORSI ALTERNATIVI

Il secondo giorno è dedicato ai percorsi di turismo letterario nell'area pedemontana e pordenonese. I progetti sono distribuiti su un territorio ampio: tre opzioni alternative, ciascuna percorribile in giornata. I percorsi possono anche essere combinati parzialmente in base ai tempi e agli interessi del gruppo. Alcuni progetti prevedono eventi ed esperienze guidate a date fisse – è indicato il riferimento per verificare il calendario aggiornato.

OPZIONE A: DALL'ARZINO AL CELLINA – DOLOMITI FRIULANE

PROGRAMMA OPZIONE A

Vito d'Asio: partenza percorso letterario
Museo Casa Andreuzzi
Castello Ceconi
Fonti Solforose
Navarons di Meduno
Lago di Barcis e Val Cellina
Rientro

Dall'Arzino al Cellina: pietre e poeti raccontano

Percorso turistico-letterario di 46 km

Ubicazione: Vito d'Asio → Navarons di Meduno → Barcis in Val Cellina

Orari: Percorso sempre aperto e percorribile autonomamente

Ingresso: Gratuito

Accessibilità: Turismo culturale lento e sostenibile, rivolto a piccoli gruppi

Eventi: Letture sceniche, musica e animazioni teatrali a date fisse – verificare il calendario

Per informazioni e calendario eventi: ecomuseolisaganis.it

Il progetto valorizza il patrimonio culturale regionale attraverso un percorso turistico-letterario di 46 km, basato sull'approccio narrativo dello storytelling e supportato dalle nuove tecnologie. Sono stati individuati tre autori fortemente legati all'area delle Dolomiti friulane, nonché a Dante e agli ideali del Risorgimento. L'itinerario è un viaggio fisico nei luoghi e metaforico nel tempo. Il percorso include visite ai borghi e a luoghi di interesse culturale e naturalistico.

Tappe del percorso:

- ◆ Vito d'Asio – Borgo di partenza del percorso letterario
- ◆ Museo Casa Andreuzzi – Museo dedicato al patriota risorgimentale
- ◆ Castello Cecconi – Architettura castellana nelle Dolomiti friulane
- ◆ Fonti Solforose – Sorgenti naturali sulfuree
- ◆ Navarons di Meduno – Borgo storico
- ◆ Lago di Barcis – Lago alpino in Val Cellina, tappa finale

OPZIONE B: PASSEGGIATE D'AUTORE – LETTERATURA VIVENTE

PROGRAMMA OPZIONE B

Le Passeggiate d'Autore sono esperienze guidate dagli scrittori a date fisse. I percorsi restano fruibili autonomamente in qualsiasi momento. Si sceglie uno o due itinerari tra i quattro disponibili (durata: 2–3 ore ciascuno).

MATTINA (un itinerario a scelta):

Itinerario Alberto Cancian: Clauzetto e Pradis (parzialmente accessibile)

oppure

Itinerario Tullio Avoledo: Pinzano al Tagliamento

Pranzo in zona

POMERIGGIO (un itinerario a scelta):

Itinerario Odette Copat: Pordenone (accessibile)

oppure

Itinerario Odette Copat: Lago della Burida, Porcia (accessibile)

Rientro

Passeggiate d'Autore

Itinerari letterari con scrittori viventi del FVG

Orari: Percorsi permanenti, fruibili autonomamente

Passeggiate guidate: A date fisse con gli autori – verificare il calendario

Ingresso: Gratuito

Per informazioni e date: fiumechecanta.it

Il progetto propone un ciclo di itinerari turistico-letterari originali, ispirati alle opere di scrittori viventi legati al Friuli Venezia Giulia, tra cui Enrico Galiano, Tullio Avoledo, Alberto Cancian e Odette Copat. Tre passeggiate aperte al pubblico, guidate dagli autori nei luoghi che hanno ispirato le loro opere. Le passeggiate sono documentate da videomaker professionisti con video-documentari fruibili online.

Itinerari disponibili:

- ◆ Odette Copat: Pordenone – accessibile (rampe e marciapiedi)
- ◆ Odette Copat: Lago della Burida, Porcia – accessibile
- ◆ Tullio Avoledo: Pinzano al Tagliamento – accessibile
- ◆ Alberto Cancian: Clauzetto, Pradis – parzialmente accessibile (scale e sentiero)

Ulteriori località dei percorsi: Tramonti di Sotto, Lago di Redona, Movada, Ragogna

OPZIONE CE: PASOLINI E LETTERATURA PORDENONESE

PROGRAMMA OPZIONE C

Partenza verso San Vito al Tagliamento

Sulle tracce di Pasolini: piazze di San Vito (percorso immersivo)

Collegamento a Casarsa della Delizia (luoghi pasoliniani)

Pranzo in zona

Là di là / Andare oltre: Torrate di Chions

Torre antica del castello

Villa Perrotti di Chions

Parco letterario Ippolito Nievo Cordovado e luoghi neviani: San Martino al Tagliamento e Gorizzo

Rientro

Sulle tracce di Pasolini: San Vito al Tagliamento

San Vito al Tagliamento (Piazza e Municipio)

Ubicazione: San Vito al Tagliamento (Pordenone) e collegamento con Casarsa della Delizia

Orari: Percorso digitale sempre aperto e fruibile autonomamente

Ingresso: Gratuito

Accessibilità: Accessibile

Evento commemorativo: predvidena v novembru (50. obletnica) – preverite koledar

Per informazioni: comune.san-vito-al-tagliamento.pn.it

Itinerario di turismo letterario con ecosistema digitale immersivo: mappatura interattiva, QR code, contenuti multimediali e narrazione in realtà aumentata. San Vito al Tagliamento è strettamente legata a Casarsa della Delizia, dove Pasolini trascorse l'infanzia e l'adolescenza e dove scrisse le sue prime poesie in friulano.

Lâ di là / Andare oltre – Torrate di Chions

Torrato di Chions, Pordenone

Ubicazione: Torrate di Chions

Stato: Progetto concluso – il percorso e la torre restano visitabili

Accessibilità: Accessibile

Per informazioni: comune.chions.pn.it

Il progetto prende avvio dal sito di Torrate, luogo letterario-soglia simbolo di diversità, messo in relazione con altri luoghi friulani attraverso autori e suggestioni creative. Attività: passeggiata narrata, *reading* alla torre antica del castello.

Sedi:

- ◆ Torrate – Luogo letterario-soglia, torre antica del castello
- ◆ Vila Perrotti di Chionsu – Sede espositiva | Ven 18:00–20:00, Sab 10:00–13:00 / 15:00–19:00, Dom 10:00–13:00 / 15:00–19:00

Parco letterario Ippolito Nievo Cordovado e luoghi neviani San Martino al Tagliamento e Gorizzo

Cordovado (Pordenone)

Parco letterario dedicato all'autore delle Confessioni d'un Italiano. Si trova sulla direttrice San Vito–Chions.

ULTERIORI SUGGERIMENTI

PARCHI LETTERARI - FRIULI VENEZIA GIULIA

- ◆ Parco Ungaretti di Sagrado (GO) – Parco dedicato a Giuseppe Ungaretti
- ◆ Parco letterario Ippolito Nievo

FESTIVAL ED EVENTI LETTERARI – FRIULI VENEZIA GIULIA

- ◆ Dantedì (25 marzo) – Giornata nazionale di Dante Alighieri
- ◆ Pordenone Legge – Festival del Libro | pordenonelegge.it
- ◆ Dedicafestival Pordenone | dedicafestival.it
- ◆ Monfalcone Geografie | geografiemonfalcone.it
- ◆ èStoria Festival Gorizia | estoria.it
- ◆ TriesteBookfest | triestebookfest.com
- ◆ Montagna Teatro Festival Letteratura – Teatro Verdi Pordenone | teatroverdipordenone.it
- ◆ Riflettori sul nord-est – Latisana | comune.latisana.ud.it

SLOVENIA

Percorsi e luoghi letterari

- ◆ Kobarid: Casa natale di Simon Gregoričič: <https://tol-muzej.si/>
- ◆ Sežana: Camera commemorativa di Srečk Kosovel: <https://www.visitkras.info/>
- ◆ Kranj: Casa Natale di France Prešeren: <https://visitzirovnica.si/france-preseren/>
- ◆ Škofja Loka – Castello di Ivan Tavčar: <https://www.poljanskadolina.com/sl/>

ITALIA

Percorsi e luoghi letterari, FRIULI VENEZIA GIULIA

- ◆ Enrico Galiano – Val Tramontina: [hCps://youtu.be/eXZx3Vlfzs0](https://youtu.be/eXZx3Vlfzs0)
- ◆ Mauro Corona – Erto e la Valcellina: [hCps://youtu.be/DxYwrNDFQpl](https://youtu.be/DxYwrNDFQpl)
- ◆ Tullio Avoledo – Valvasone : [hCps://www.youtube.com/watch?v=SbUt2tBmT88](https://www.youtube.com/watch?v=SbUt2tBmT88)
- ◆ Padre David Maria Turoldo – Casa natale a Sedegliano: centrostudituroldo.it/la-casa-natale/

RISORSE DIGITALI

- ◆ Smart Guide Tolmin: smart-guide.org/destinations/en/tolmin-gorge/
- ◆ Soča Valley: soca-valley.com/it/attrazione/le-gole-di-tolmin/
- ◆ Dante in Carnia: danteincarnia.it
- ◆ Siccome Dante: siccomedante.it

VALORE DELL'ESPERIENZA TRANSFRONTALIERA

Questo itinerario mostra come Dante sia diventato parte dell'immaginario popolare delle terre di confine. Dal mito delle grotte slovene al busto conteso del museo, dalle case dei grandi scrittori sloveni (Bevk, Kosmač) al "Ce fastu?" del De Vulgari Eloquentia, dalla notte leggendaria nel castello ai codici danteschi friulani. La rete di percorsi letterari — dall'Arzino al Cellina, le Passeggiate d'Autore, le tracce di Pasolini a San Vito/Casarsa, il progetto di Torrate/Chions — arricchisce il viaggio con esperienze di turismo letterario contemporaneo e innovativo che connettono la tradizione dantesca alla letteratura del Novecento e di oggi.

ITINERARIO DANTESCO TRANSFRONTALIERO

DA DUINO A IZOLA

Nobiltà Fiorentina e Codici Istriani

Italia / Slovenia

Itinerario di due giornate

Durata: 2 giornate

Percorso:

Giorno 1: Duino → Trieste

Giorno 2: Trieste → Izola (Slovenia)

Tema: Dalla leggenda dantesca a Duino ai codici trecenteschi di Izola, attraverso la Trieste letteraria

SINTESI DEL PERCORSO

Un itinerario di due giorni che unisce la suggestiva Roccia di Dante a Duino con il tesoro letterario di Izola, passando per la ricca offerta di turismo letterario di Trieste. Il primo giorno è dedicato all'Italia: dal Castello di Duino e il Sentiero Rilke, al Museo della Letteratura LETS, fino ai due progetti triestini — “Per li rami” con i trekking letterari urbani attraverso cinque parchi e giardini, e “TRACCE DI PAROLE” con gli itinerari foto-letterari dedicati ad Anita Pittoni e Giani Stuparich nei caffè e nelle vie storiche della città. Il secondo giorno attraversa il confine verso Izola, dove si scoprono i codici danteschi di Campenni, il Palazzo Besenghi degli Ughi, i sentieri escursionistici e ciclistici, i siti archeologici e i festival letterari del litorale istriano.

GIORNO 1 - DUINO → TRIESTE

PROGRAMMA – GIORNO 1

Castello di Duino e Roccia di Dante

Sentiero Rilke (passeggiata costiera Duino–Sistiana, 2 km)

Arrivo Trieste, Museo della Letteratura LETS

Pranzo

Per li rami: Giardino Pubblico di Trieste (partenza trekking letterario)

Per li rami: Parco della Rimembranza

Per li rami: Giardino San Michele

Per li rami: Parco di San Giovanni

Per li rami: Belvedere dell'Obelisco a Opicina

In alternativa

TRACCE DI PAROLE: itinerario Anita Pittoni o Giani Stuparich (a scelta)

ITALIA

Castello di Duino e Rocca di Dante

Duino, Trieste, FVG

Ubicazione: Duino, costa adriatica

Orari: Dal 17 marzo tutti i giorni: mar 9:30–16:00 | apr–set 9:30–17:30 | ott prima metà 9:30–17:00 | ott seconda metà–2 nov 9:30–16:00

Ingresso: Combinato (Castello + Castello Vecchio): €13,50 | Solo Castello Vecchio: €5,00

Accessibilità: Rocca visibile dal balcone del Castello, accessibile ai disabili

Info: castellodiduino.it

Il Castello di Duino custodisce la leggendaria ‘Rocca di Dante’. Secondo la tradizione, sostenuta anche dal Kandler, il poeta fu ospite di Ugone VI di Duino quale ambasciatore di Cangrande Della Scala. Dante si ritirava a meditare su una rupe protesa verso il mare, lo Scoglio di Dante. La Principessa Hohenlohe compose un poema sull’episodio (Fonte: Jeromela, V. P. La “Divina” in sloveno, 2021).

Sentiero Rilke

Da Duino a Sistiana, Trieste

Ubicazione: Da Duino a Sistiana, lungo le falesie carsiche

Orari: Aperto tutti i giorni, tutto l’anno

Ingresso: Gratuito

Accessibilità: Sentiero naturalistico, non adatto a persone con ridotta mobilità

Info: discover-trieste.it

Sentiero costiero di 2 km lungo le falesie carsiche a strapiombo sull’Adriatico. Intitolato a Rainer Maria Rilke, che qui compose le “Elegie duinesi”. Costeggia la Riserva Naturale delle Falesie di Duino.

Museo della Letteratura LETS - Trieste

Trieste

Ubicazione: Trieste centro

Orari: Lun–Sab 10:00–17:00 | Dom 10:00–13:00 | Martedì chiuso

Ingresso: Gratuito

Accessibilità: Accessibile

Info: lets.trieste.it/ita/

Percorso sulla città come crocevia letterario europeo: Svevo, Joyce, Saba, Tomizza.

PER LI RAMI – TREKKING LETTERARI URBANI A TRIESTE

Dal Giardino Pubblico al Belvedere dell'Obelisco

Trieste – percorso urbano attraverso cinque aree verdi

Ubicazione: Trieste – da Giardino Pubblico a Belvedere Opicina

Orari: Percorsi permanenti, fruibili autonomamente con QR code

Ingresso: Gratuito

Info: cizerouno.it

Il progetto “Per li rami” prevede che il Giardino Pubblico di Trieste diventi il punto di partenza di trekking urbani che connettono diversi luoghi della città e attraversano preziose aree verdi. In questi spazi i visitatori possono rallentare, sostare e ascoltare brani registrati ad hoc, accessibili tramite QR code, che restituiscono il modo in cui gli autori hanno narrato quei luoghi. Il progetto propone un palinsesto di assonanze e legami tra autori, offrendo frammenti letterari e “luoghi-tassello” che ciascun turista potrà ricomporre liberamente.

Autori: Svevo, Joyce, Saba, Tomizza, Magris, Manzoni, Covacich, Heinichen

Tappe del trekking letterario:

- ◆ Giardino pubblico di Trieste – Punto di partenza | 07:00–19:00 inverno, 07:00–20:00 estate | Accessibile in sedia a rotelle
- ◆ Parco della Rimembranza – Sempre aperto | Presenza di scale, difficile per ridotta mobilità
- ◆ Giardino San Michele – 08:00–18:15 inverno, 08:00–20:15 estate | Difficile per ridotta mobilità
- ◆ Parco di San Giovanni – 07:00–17:00, sabato e domenica chiuso | Accessibile in sedia a rotelle
- ◆ Belvedere dell'Obelisco a Opicina – Sempre aperto | Accessibile in sedia a rotelle

TRACCE DI PAROLE: ANITA PITTONI E GIANI STUPARICH A TRIESTE

“Dove i luoghi incontrano le storie”

Trieste – itinerari foto-letterari urbani

Ubicazione: Trieste centro – Sala Selva-Palazzo Gopcevic e Museo LETS (sede mattina)

Orari: Festival: 24 gennaio – 8 febbraio 2026 | Mattina 10:00–13:00, pomeriggio 14:00–17:00

I percorsi restano fruibili autonomamente anche al di fuori delle date del festival

Ingresso: Verificare

Accessibilità: Accessibile

Per informazioni e date: exhibitaround.com

Il progetto “TRACCE DI PAROLE. Anita Pittoni e Giani Stuparich a Trieste ‘Dove i luoghi incontrano le storie’” valorizza la cultura letteraria e artistica di Trieste attraverso due

itinerari foto-letterari dedicati a figure emblematiche del Novecento. L'iniziativa mette in dialogo i luoghi della città con gli autori, offrendo un'esperienza immersiva di turismo letterario e sostenibile. Il cuore del progetto è un mini festival di due giornate. Ogni giornata è dedicata a un autore. La proposta si distingue per l'uso dello storytelling come filo conduttore: racconti corali che intrecciano letteratura, fotografia e territorio, trasformando la città in una scenografia culturale viva.

Itinerario Aniti Pittoni

- ◆ Piazza Unità d'Italia
- ◆ Caffè letterari di Trieste
- ◆ Via San Nicolò
- ◆ Casa-salotto di Anita pittoni in Via della Cassa di Risparmio
- ◆ Musei Sartorio e Revoltella
- ◆ Biblioteca Hortis

Itinerario Gianni Stuparich:

- ◆ Caffè alla Stazione
- ◆ Ex liceo Dante
- ◆ Casa di famiglia in Via Trento
- ◆ Residenza in Via del Monte Cengio
- ◆ Studio Mascherini
- ◆ Caffè Tommaseo

GIORNO 2 – IZOLA – CODICI DANTESCHI E LITORALE ISTRIANO

PROGRAMMA – GIORNO 2

Partenza da Trieste verso Izola (Slovenia)

Arrivo a Izola, centro storico

Palazzo Besenghi degli Ughi e collegamento Paradiso XVI

Palazzo del Podestà: storia dei 2 codici danteschi

Passeggiata: Dantejeva ulica, Leone veneto, Comunità Dante Alighieri

Pranzo

Izolana – House of the Sea (museo)

Mestna knjižnica Izola (biblioteca comunale)

Sentiero escursionistico (a scelta)

Siti archeologici (a scelta)

SLOVENIA – IZOLA

Palazzo Besenghi degli Ughi

Centro storico Izola, Slovenia

Ubicazione: Centro storico di Izola, Slovenia

Orari: Centro storico sempre accessibile | Palazzo: esterno sempre visibile

Ingresso: Gratuito (centro storico ed esterni)

Accessibilità: Centro storico pedonale accessibile

Info: visitizola.com

Nel Paradiso XVI Dante fa dire a Cacciaguida: 'Io vidi li Ughi e vidi i Catellini, Filippi, Greci...' (Par. XVI, 88-90). La famiglia Besenghi degli Ughi di Izola perpetua questo legame con Firenze. Giuseppe Pasquale Besenghi degli Ughi (XIX sec.) fu uno dei più vividi ingegni istriani dell'Ottocento.

Palazzo del Podestà – I Due Codici Danteschi

Centro storico Izola, Slovenia

Izola vanta due codici della Divina Commedia trascritti dal cancelliere Pietro Campenni da Tropea, corredati dal commento di Benvenuto da Imola. Conservati a Parigi (BnF, Ital. 77) e Venezia (Marciana, It. IX, 692), datati 1395 e 1398-1400 a Isola d'Istria.

Luoghi Danteschi a Izola

- ◆ Palazzo del Podestà e Leone alato veneziano – sede amministrazione storica, accessibile
- ◆ Palazzo Besenghi degli Ughi – famiglia fiorentina citata nel Paradiso XVI (88-90)
- ◆ Dantejeva ulica (Via Dante) – presente a Izola, Pirano e Capodistria
- ◆ Comunità degli Italiani »Dante Alighieri« – associazione culturale, sportiva e ricreativa
- ◆ Scuola Elementare "Dante Alighieri" Isola – Ul. Oktobrske revolucije 10 | dante-alighieri.si
- ◆ Former Italian school Dante Alighieri – edificio storico, parzialmente accessibile

Musei e Biblioteche a Izola

- ◆ Izolana – House of the Sea – museo, visite gruppi su prenotazione: 05 640 10 50
- ◆ Mestna knjižnica Izola – Biblioteca comunale, Ul. Osvobodilne fronte 15 | Lun-Ven 09:00-18:30 | izo.sik.si

Festival Letterari a Izola

- ◆ **Forum Tomizza:** Festival letterario, maggio: mostre, presentazioni libri, itinerari letterari, simposi
- ◆ **Per informazioni:** forumtomizza.com

- ◆ **Vilenica:** International Literary Festival, settembre: tavole rotonde, letture, incontri Europa Centrale
- ◆ **Per informazioni:** vilenica.si

ULTERIORI SUGGERIMENTI

SLOVENIA

Sentieri Escursionistici a Izola

- ◆ The Water Sources Trail – tutto l'anno
- ◆ The Shorter and Longer Hillside Trail – tutto l'anno
- ◆ The Sunny Trail – tutto l'anno
- ◆ The Strunjan Valley – tutto l'anno

Percorsi Ciclistici a Izola

- ◆ Following the route of the former Parenzana railway – tutto l'anno
- ◆ Through the Istrian Countryside – tutto l'anno
- ◆ Up the Hill in Korte – tutto l'anno
- ◆ From Medljan to Krog – tutto l'anno
- ◆ Cycling along the former coastal road – tutto l'anno

Siti Archeologici a Izola

- ◆ Kaštelir archaeological site – tutto l'anno | visitizola.com
- ◆ Archaeological park Simonov zaliv – aprile-settembre | vila.simonovzaliv@upr.si
- ◆ Archeological zone Viližan – tutto l'anno

Percorsi e luoghi letterari

- ◆ Ilirska Bistrica – Itinerario Dragotin Kette: <https://www.ilirska-bistrica.si/objava/967469>
- ◆ Sežana – Itinerario e casa di Srečko Kosovel: sezana.si/objava/301140
- ◆ Dutovlje – Stanza memoriale di Boris Pahor: <https://www.visitkras.info/soba-borisa-pahorja>
- ◆ Velike Lašče – Casa di Fran Levstik e Josip Stritar: <https://velikolaska.si/en/spominska-soba/>
- ◆ Nova Gorica – Ljubka Trail sulle tracce di Ljubka Šorli: <https://www.go2025.eu/en/projects/the-ljubka-trail>
- ◆ Vrhnika – Stanza memoriale e percorso Ivan Cankar: <https://visitvrhnika.si/>

- ◆ Liubiana – Casa di Valentin Vodnik: <https://www.visitljubljana.com/sl/obiskovalci/>

ITALIA

Percorsi e luoghi letterari, FRIULI VENEZIA GIULIA

- ◆ Trieste – Itinerario Fulvio Tomizza: https://itinerari.comune.trieste.it/letterari/la-trieste-di-tomizza/#pll_switcher
- ◆ Trieste – Itinerario Italo Svevo: <https://itinerari.comune.trieste.it/letterari/la-trieste-di-svevo/>
- ◆ Trieste – Itinerario Umberto Saba: <https://itinerari.comune.trieste.it/letterari/la-trieste-di-saba/>
- ◆ Trieste – Itinerario James Joyce: <https://itinerari.comune.trieste.it/letterari/la-trieste-di-joyce/>
- ◆ Trieste – Itinerario Piccolomini: <https://triestemetro.eu/itinerari/itinerario/66/itinerario-piccolomini>
- ◆ Trieste – Itinerario Sir Richard Burton: <https://triestemetro.eu/itinerari/itinerario/64/itinerario-sir-richard-burton/>
- ◆ Trieste – Itinerario Scipio Slataper: <https://triestemetro.eu/itinerari/itinerario/60/itinerario-scipio-slataper>
- ◆ Gabriele D'Annunzio – statua, Castello di Duino, San Giovanni di Duino, Basilica di Aquileia, Cervignano
- ◆ Grado – Luoghi di Biagio Marin: [youtube](https://www.youtube.com/watch?v=2jBpc6seAN4)
- ◆ Lignano e Marano: Ernest hemingway: <https://www.youtube.com/watch?v=2jBpc6seAN4>
- ◆ Gorizia – Itinerario Carlo Michelstaedter: <https://letsgo.gorizia.it/percorso/carlo-michelstaedter-e-la-comunita-ebraica-di-gorizia/>
- ◆ Gorizia – Casa natale di Graziadio Isaia Ascoli: <https://letsgo.gorizia.it/punto-di-interesse/casa-di-graziadio-isaia-ascoli/>

CODICI DANTESCHI IN FRIULI VENEZIA GIULIA

Il Friuli Venezia Giulia conserva sei codici danteschi, testimonianza del «culto di Dante» nella regione (G. Vale). I tre principali:

- ◆ Biblioteca Guarneriana di San Daniele del Friuli – Codice Fontaniniano
- ◆ Biblioteca Arcivescovile e Bartoliniana di Udine – Codice Bartoliniano
- ◆ Biblioteca dell'Università di Udine – Codice Florio

Il Codice Claricini, confezionato quasi certamente a Cividale del Friuli (Griggio), è l'unico per il quale esistono elementi che provino una realizzazione in Friuli.

PARCHI LETTERARI, FRIULI VENEZIA GIULIA

- ◆ Parco Ungaretti di Sagrado (GO) – Parco dedicato a Giuseppe Ungaretti
- ◆ Parco letterario Ippolito Nievo Cordovado (PN) – Confessioni d'un Italiano e luoghi nieviani San Martino al Tagliamento e Gorizzo

FESTIVAL ED EVENTI LETTERARI, FRIULI VENEZIA GIULIA

- ◆ Dantedì (25 marzo) – Giornata nazionale di Dante Alighieri
- ◆ Pordenone Legge – Festival del Libro | pordenonelegge.it
- ◆ Dedicafestival Pordenone | dedicafestival.it
- ◆ Monfalcone Geografie | geografiemonfalcone.it
- ◆ èStoria Festival Gorizia | estoria.it
- ◆ TriesteBookfest | triestebookfest.com
- ◆ Montagna Teatro Festival Letteratura – Teatro Verdi Pordenone | teatroverdipordenone.it
- ◆ Riflettori sul nord-est – Latisana | comune.latisana.ud.it

RISORSE DIGITALI

- ◆ Castello di Duino: castellodiduino.it
- ◆ Visit Izola: visitizola.com
- ◆ Siccome Dante: siccomedante.it

VALORE DELL'ESPERIENZA TRANSFRONTALIERA

Questo itinerario di due giorni collega la leggenda dantesca sulla costa triestina alla concreta eredità letteraria di Izola, attraverso una ricca offerta di turismo letterario urbano. Il primo giorno è un viaggio nella Trieste letteraria: dal Castello di Duino con lo Scoglio di Dante al Sentiero Rilke, al Museo LETS, fino ai due progetti di percorsi letterari che trasformano la città in scenografia letteraria viva — i trekking di “Per li rami” attraverso cinque parchi con le voci di Svevo, Joyce, Saba e Magris, e le passeggiate foto-letterarie di “TRACCE DI PAROLE” sui passi di Pittoni e Stuparich nei caffè e nelle vie storiche. Il secondo giorno attraversa il confine verso Izola, dove i codici danteschi del XIV secolo, il palazzo nobiliare degli Ughi e l'intera offerta culturale, naturalistica e sportiva del litorale istriano completano un'esperienza unica di turismo letterario transfrontaliero.

ITINERARIO DANTESCO TRANSFRONTALIERO

DA ORIAGO A TOLMINO

Dalla Riviera del Brenta alle Grotte di Dante

Italia / Slovenia

Itinerario di una giornata

Durata: 1 giornata (8:00–19.00)

Percorso: Oriago/Venezia → Tolmino (Slovenia)

Distanza: Circa 220 km totali (Oriago → Tolmino)

Tema: Dalla tragedia storica (Purgatorio V, 1298) al mito (grotte dell'Inferno)

SINTESI DEL PERCORSO

Un viaggio straordinario che unisce memoria letteraria e leggenda. Partiamo da Oriago, lungo la Riviera del Brenta, dove sulla facciata di Villa Moro una lapide ottocentesca riporta i versi del Purgatorio V, versi 79-84, dedicati all'assassinio di Jacopo del Cassero, avvenuto in questo luogo nel 1298. Il podestà di Bologna, in fuga verso Mira per sfuggire ai sicari di Azzo VIII d'Este, fu raggiunto e ucciso presso Oriago. Dante immortalò questo evento tragico nella Commedia. Da questa tappa veneziana, attraversiamo il confine verso la Slovenia, raggiungendo le spettacolari Gole di Tolmino dove si apre la celebre Dantejeva jama (Grotta di Dante). Secondo la leggenda, il Sommo Poeta visitò queste grotte carsiche trovando ispirazione per la descrizione dell'Inferno.

PROGRAMMA DELLA GIORNATA

8:00 – Partenza da Oriago, Riviera del Brenta

8:30 – Vila Moro: iscrizione dantesca

9:30 – Breve visita Venezia/Mestre (opzionale)

10:30 – Partenza verso Slovenia via Trieste

13:00 – Arrivo Tolmino, pranzo

14:30 – Gole Tolminka, ingresso

15:00 – Grotta di Dante

17:30 – Rientro

ITALIA

Vila Moro – Lapide Dantesca del Purgatorio

Via Nazionale, Oriago di Mira, Venezia, Riviera del Brenta

Ubicazione: Via Nazionale, Oriago di Mira, Riviera del Brenta

Orari: Lapide esterna sempre visibile | Interno privato

Ingresso: Gratuito (visione esterna)

Accessibilità: Completa (visione esterna strada)

Info: riviera-brenta.it

Info: comune.mira.ve.it

La Tragedia di Jacopo del Cassero (1298)

Nel 1298 Jacopo del Cassero, acerrimo avversario degli Estensi, fu eletto podestà di Milano. Partendo da Venezia per raggiungere la nuova sede, fu intercettato ad Oriago dai sicari mandati da Azzo VIII d'Este. Tentò la fuga verso Mira ma, impigliato tra le canne e il fango delle paludi circostanti, fu raggiunto e ucciso. Dante trasformò questo evento tragico in poesia nel Purgatorio V, versi 79-84 facendo parlare lo stesso Jacopo:

*“Ma s’io fosse fuggito inver’ la Mira / quando fu’ sovraggiunto ad Oriaco / ancor sarei di là dove
si spira / Corsi al palude, e le cannuce e ’l braco / m’impigliar sì ch’i’ caddi; e lì vid’io / de le
mie vene farsi in terra laco”.*

La lapide sulla facciata di Villa Moro, collocata nell'Ottocento, perpetua la memoria di questo episodio nella coscienza locale.

Cosa vedere:

- ◆ Lapide con versi Purgatorio V (79-84) sulla facciata
 - ◆ Architettura veneziana della villa (salone a T, affreschi XV sec.)
 - ◆ Canal Brenta – via d'acqua storica Venezia-Padova
 - ◆ Cippo di confine Repubblica Veneta (XV sec.) in via Venezia
 - ◆ Opzione: Villa Foscari 'La Malcontenta' (5 km)
-

SLOVENIA

Le Grotte di Dante a Tolmino

Gole della Tolminka, Tolmino, Slovenia

A pochi chilometri da Tolmino si aprono le suggestive gole della Tolminka e, attraverso esse, si giunge all'apertura della Dantejeva jama (Grotta di Dante). La tradizione locale vuole che il Sommo Poeta abbia visitato personalmente queste grotte durante il suo esilio e che qui abbia trovato ispirazione per la descrizione dell'Inferno nella Divina Commedia. Il paesaggio carsico, le formazioni rocciose, le acque gelide e l'atmosfera cavernosa avrebbero fornito a Dante immagini concrete per rappresentare l'oltretomba.

Ubicazione: Gole Tolminka, accesso da Tolmino centro

Orari: Aprile–Ottobre: 8:00–20:00 | Inverno: limitato

Ingresso: €7 adulti | €5 ridotto | Gratis <6 anni

Accessibilità: Difficile – molte scale, percorso naturalistico impegnativo

Info: dolina-soce.com/tolmin-gorges

La Leggenda e la Critica

Il tedesco Bassermann (1902) sosteneva che Dante avesse visitato personalmente la grotta durante un viaggio. Secondo la leggenda, Dante scese nella grotta discendendo lungo le coste di Lucifero. Tuttavia, la critica moderna (Žigon, 1949) ha ridimensionato questa ipotesi. I riferimenti topografici della Divina Commedia rimandano comunque a luoghi alpini: il lago di Cerknica e il monte Javornik potrebbero aver ispirato il gelato del Cocito e il misterioso monte. Che la visita sia storica o meno, la grotta rappresenta come Dante sia entrato nell'immaginario popolare delle Alpi Giulie.

Cosa vedere:

- ◆ Grotta di Dante – la grotta leggendaria
 - ◆ Gole della Tolminka – ponti sospesi, cascate
 - ◆ Confluenza fiumi Tolminka e Zadlaščica
 - ◆ Formazioni rocciose carsiche
 - ◆ Pannelli informativi leggenda dantesca
-

ULTERIORI SUGGERIMENTI

ITALIA

Percorsi e luoghi letterari, VENETO

- ◆ Treviso: Ponte di Dante e Chiesa di San Francesco
- ◆ Venezia: Rialto, Arsenal
- ◆ Padova: busto di Dante e targa di Palazzo Romanin – Jacur
- ◆ Luoghi di Carlo Goldoni: <https://www.turismoletterario.com/autori/carlo-goldoni/>
- ◆ Luoghi di George Byron: <https://www.venetoinside.com/it/news-e-curiosita/sulle-tracce-di-lord-byron-a-venez>
- ◆ Luoghi di Ugo Foscolo: <https://www.palladianroutes.com/it/post/ugo-foscolo-poeta-euganeo>
- ◆ Luoghi di Henry James: https://www.museodelcamminare.org/progetti/reiter/james/james_en.html#intro2
- ◆ Luoghi di Thomas Mann: <https://www.venetoinside.com/it/news-e-curiosita/morte-a-venez>
- ◆ Giovanni Comisso a Treviso: <https://www.trevisobellunosystem.com/news/tuHo-il-mondo-in-un-metro-quadro-la-casa-di-giovanni-comisso/>

- ◆ Goffredo Parise Casa Museo a Ponte di Piave: <http://www.trevisobellunosystem.com/news/la-casa-di-goffredo-parise-il-dono-dello-studio-il-valore-della-generosita/>
- ◆ Percorsi Andrea Zanzotto: <https://andreazanzotto.it/percorsi/>
- ◆ Ernest Hemingway sul Piave: [Ernest Hemingway veneto d'adozione](https://www.laguerradihemingway.eu/)
- ◆ Ernest Hemingway e Giacomo Noventa: <https://www.laguerradihemingway.eu/>
- ◆ Ippolito Nievo (Fratta/Portogruaro e dintorni): <https://venice-box.com/i-luoghi-degli-scrittori-un-tour-alla-scoperta-di-ippolito-nievo/>

Siti storici e indentitari, VENETO

- ◆ Ponte romano di Ceggia: <https://www.visitveneziaorientale.com/it/ponte-romano-di-ceggia/>
- ◆ Museo della Bonifica di San Donà di Piave: <https://www.museicivici.sandonadipiave.net/museo>
- ◆ Sistema museale di Portogruaro

Parchi e sistemi fluviali, VENETO E FRIULI VENEZIA GIULIA

- ◆ Fiume Piave – Consorzio BIM: <https://www.consorziobim.com/>
- ◆ Parco del Sile: <https://www.parcosile.it/>
- ◆ Fiumi Lemene e Tagliamento – asse naturalistico transfrontaliero

Festival ed eventi, VENETO

- ◆ Carnevale dei Ragazzi di Ceggia: <https://www.carnevalediceggia.it/>
- ◆ Si Viaggiare- Festival della Letteratura di Viaggio di Ceggia: <https://www.festivaletteraturadiviaggio.it/>
- ◆ PortolImmaginario di Portogruaro: <https://www.facebook.com/portoimmaginario>
- ◆ Reitia-Festival dell'Ambiente di San Donà di Piave: <https://www.reitiafestival.it/>
- ◆ CartaCarbone Festival di Treviso : <https://cartacarbonfestival.it/>
- ◆ Equilibri – Fiera del libro di Venezia: <https://equilibrifiera.it/>
- ◆ Incroci di Civiltà – Università Ca' Foscari: <https://www.unive.it/web/it/5461/home>
- ◆ Mestre Book Fest – Mestre (Venezia): <https://mestrebookfest.it/>

SLOVENIA

Percorsi e luoghi letterari

- ◆ Kobarid: Casa natale di Simon Gregoričič: <https://tol-muzej.si/>
- ◆ Sežana: Camera commemorativa di Srečko Kosovel: <https://www.visitkras.info/>
- ◆ Kranj: Casa natale di France Prešeren <https://visitzirovnica.si/france-preseren/>
- ◆ Škofja Loka – Castello di Ivan Tavčar: <https://www.poljanskadolina.com/sl/>

RISORSE DIGITALI

- ◆ Smart Guide Tolmin: smart-guide.org/destinations/en/tolmin-gorge/
 - ◆ Soča Valley: soca-valley.com/it/attrazione/le-gole-di-tolmin/
 - ◆ Podcast SicCome Dante: siccomedante.it
-

VALORE DELL'ESPERIENZA TRANSFRONTALIERA

Questo itinerario connette un fatto storico documentato — l'assassinio di Jacopo del Cassero, immortalato nel Purgatorio V — con una leggenda popolare: la visita di Dante alle grotte di Tolmino come ispirazione per l'Inferno. La realtà storica di Oriago e il mito delle grotte slovene si completano, rivelando come Dante appartenga alla tradizione culturale di un'intera regione europea.

ITINERARIO DANTESCO TRANSFRONTALIERO

DA TORVISCOSA A ISOLA

Dalla Città di Fondazione alla Memoria Dantesca

Italia / Slovenia

Itinerario di una giornata

Durata: 1 giornata (9:00–18.00)

Percorso: Torviscosa (Italia) → Isola (Slovenia)

Distanza: Circa 120 km totali

Tema: Letteratura industrializzazione '900 → Memoria manoscritta medievale

SINTESI DEL PERCORSO

Un itinerario che unisce due momenti cruciali della narrazione italiana: il Novecento industriale e il Medioevo dantesco. Partiamo da Torviscosa, città di fondazione costruita tra 1937-1940 per la produzione di cellulosa, oggi trasformata in 'città letteraria' dove attori professionisti interpretano opere sulla bonifica, l'industrializzazione e la trasformazione sociale del Friuli. Un'esperienza multimediale che mostra come la letteratura del '900 abbia raccontato i grandi cambiamenti economici. Attraversato il confine verso la Slovenia, raggiungiamo Izola, dove nel XIV secolo il cancelliere Pietro Campenni da Tropea trascrisse a mano due codici completi della Divina Commedia (1395 e 1398-1400), oggi conservati a Parigi e Venezia. Dal racconto dell'industrializzazione alla memoria manoscritta medievale: un percorso che mostra come ogni epoca abbia utilizzato i propri mezzi per narrare la trasformazione del territorio e fissare la memoria collettiva.

PROGRAMMA DELLA GIORNATA

Arrivo Torviscosa, inizio percorso letterario

Malisana (borgo rurale e Chiesa XIV sec.)

Villaggio operaio e Piazza del Popolo

Circolo Impiegati 1938 (arredi originali)

Partenza verso Slovenia (via Trieste) Pranzo

Arrivo Izola

Palazzo del Podestà e storia 2

codici Palazzo Besenghi degli

Ughi

Rientro

ITALIA

Torviscosa Letteraria – Città del Novecento

Torviscosa e Malisana, Udine, FVG

Ubicazione: Centro Torviscosa e frazione Malisana

Durata visita: celoten ogled traja 2 uri2h percorso completo

Ingresso: Gratuito

Accessibilità: Completa – città pianeggiante moderna

Info: protorviscosa.it

Tecnologie interattive

Audioguida gratuita su izi.TRAVEL: protorviscosa.it/turismo/territorio-torviscosa-citta-fabbrica-di-fondazione/

Video-audioguida: : “Torviscosa letteraria” con attori (progetto Interreg DANTE)

Pro Torviscosa: protorviscosa.it

La Letteratura dell’Industrializzazione

Come Dante narrò la Firenze medievale e i cambiamenti politici del suo tempo attraverso i personaggi della Commedia, così gli scrittori del Novecento hanno narrato la grande trasformazione industriale dell’Italia. Torviscosa rappresenta questo passaggio: da territorio paludoso a città industriale in soli 3 anni (1937-1940). La letteratura ha testimoniato questo trauma storico: la bonifica delle paludi, l’arrivo degli operai, la nascita di una comunità dal nulla, il regime che modellava uomini e città. Attraverso le voci degli attori che interpretano queste opere, la città diventa teatro vivente della narrazione del cambiamento.

Cosa vedere:

- ◆ Malisana – Borgo rurale + Chiesa XIV sec. con affreschi originali
 - ◆ Villaggio operaio anni ’30 – Architettura razionalista
 - ◆ Piazza del Popolo “metafisica” – Municipio 1937
 - ◆ Piazzale Marinotti 1937-38, Teatro, Viale Villa
 - ◆ Stabilimento industriale – Archeologia industriale visibile
 - ◆ Circolo Impiegati 1938 – Arredi originali anni ’30-’40 (interno visitabile: Lun-Sab 08:00-14:00, Ven 08:00-20:00, Dom chiuso)
-

SLOVENIA

Isola – I Codici Trecenteschi e il Palazzo Nobiliare

Palazzo del Podestà e Palazzo Besenghi degli Ughi, Isola

A Izola troviamo due testimonianze della memoria dantesca. Il cancelliere Pietro Campenni da Tropea, tra il 1395 e il 1400, trascrisse a mano due codici completi della Divina Commedia, corredata dal commento di Benvenuto da Imola. Questi manoscritti (oggi a Parigi e Venezia) rappresentano un lavoro certosino: ogni pagina copiata lettera per lettera, miniata, rilegata. Il Palazzo Besenghi degli Ughi testimonia invece il legame nobiliare: la famiglia Ughi, citata da Dante nel Paradiso XVI tra le grandi casate fiorentine, trovò nuova gloria a Izola attraverso i Besenghi. Giuseppe Pasquale Besenghi degli Ughi (XIX sec.) fu uno degli intellettuali più vivaci dell'Istria. Dal racconto dell'industrializzazione moderna ai codici medievali: l'itinerario mostra la stratificazione della memoria letteraria.

Ubicazione: Centro storico di Izola, Slovenia

Orari: : Centro storico sempre accessibile | Palazzo Besenghi: esterno sempre visibile

Ingresso: Gratuito (centro storico e esterni)

Accessibilità: Centro storico pedonale accessibile

Info: visitizola.com

Cosa vedere:

- ◆ Palazzo del Podestà – Sede amministrazione veneziana
- ◆ Storia 2 codici Pietro Campenni (1395 e 1398-1400)
- ◆ Palazzo Besenghi degli Ughi – Architettura nobiliare
- ◆ Collegamento Paradiso XVI, 88-90 ("Io vidi li Ughi...")
- ◆ Leone alato veneziano + Dantejeva ulica
- ◆ Centro storico medievale pedonale

RISORSE DIGITALI

- ◆ Pro Torviscosa: protorviscosa.it
- ◆ Visit Isola: visitizola.com
- ◆ Podcast SicCome Dante: siccomedante.it
- ◆ Audioguida gratuita su izi.TRAVEL: protorviscosa.it/turismo/territorio-torviscosa-citta-fabbrica-di-fondazione/

ULTERIORI SUGGERIMENTI

ITALIA

Percorsi e luoghi letterari, FRIULI VENEZIA GIULIA

- ◆ Moimacco: Villa De Claricini Dornpacher: <https://villadeclaricini.it/>
- ◆ Gemona del Friuli: Duomo campana dantesca: <https://visitgemona.com/feel/arte-e-cultura/duomo/>

- ◆ Casacco - Museo Carlo Sgorlon: <https://comune.cassacco.ud.it/it/vivere-il-comune-100375/luoghi-%20100376/museo-lcarlo-sgorlon-%20163044>
- ◆ Udine e Santa Maria la Longa- luoghi di Giuseppe Ungaretti: <https://www.lavitacattolica.it/santa-maria-la-longa-una-guida-sui-luoghi-vissuti-da-ungaretti/>
- ◆ Castello di Colloredo di Monte Albano : Ippolito Nievo <https://consorziocastelli.it/icastelli/udine/colloredo>

SLOVENIA

Percorsi e luoghi letterari

- ◆ Ilirska Bistrica – Itinerarii Dragotin Kette: <https://www.ilirska-bistrica.si/objava/967469>
- ◆ Sežana – Itinerario e casa di Srečko Kosovel: sezana.si/objava/301140
- ◆ Dutovlje – Stanza memoriale di Boris Pahor: <https://www.visitkras.info/soba-borisa-pahorja>
- ◆ Velike Lašče – Casa di Fran Levstik e Jospi Stritar: <https://velikolaska.si/en/spominska-soba/>
- ◆ Nova Gorica – Ljubka Trail sulle tracce di Ljubka Šorli: <https://www.go2025.eu/en/projects/the-ljubka-trail>
- ◆ Vrhnika – Stanza memoriale e percorso Ivan Cankar: <https://visitvrhnika.si/>
- ◆ Lubiana – Casa di Valentin Vodnik: <https://www.visitljubljana.com/sl/obiskovalci/>

VALORE DELL'ESPERIENZA TRANSFRONTALIERA

Questo itinerario crea un dialogo tra due modi diversi di fissare la memoria collettiva. Torviscosa racconta come la letteratura del Novecento abbia testimoniato la trasformazione industriale del Friuli — le video-audioguide rendono accessibile un patrimonio altrimenti nascosto. Izola mostra come seicento anni prima un cancelliere abbia scelto di copiare a mano l'intera Commedia, trasmettendo il sapere attraverso lo strumento più avanzato della sua epoca: il manoscritto. Due tecnologie narrative diverse — il video digitale e il codice miniato — al servizio dello stesso scopo: raccontare chi siamo, da dove veniamo, cosa stiamo diventando.

ITINERARIO DANTESCO TRANSFRONTALIERO

DA ORIAGO A IZOLA

Dal Purgatorio al Paradiso • Oriago • Venezia • Izola

Italia / Slovenia

Itinerario di una giornata

Durata: 1 giornata (8:00 – 17:30)

Percorso: Oriago/Venezia (Italia) → Izola (Slovenia)

Distanza: Circa 250 km totali (Oriago → Venezia → Izola)

Tema: Tutte e tre le cantiche: Purgatorio (Oriago) → Inferno (Venezia) → Paradiso (Izola)

SINTESI DEL PERCORSO

Un viaggio straordinario che attraversa tre secoli di storia dantesca collegando Italia e Slovenia. Si parte da Oriago (Mira, Venezia), dove una lapide commemorativa ricorda l'assassinio di Jacopo del Cassero narrato nel Purgatorio V – evento tragico del 1298 che Dante immortalò nei suoi versi. Si prosegue toccando Venezia, città evocata nell'Inferno XXI con la celebre similitudine dell'Arsenale. Si conclude a Izola (Slovenia), dove il Palazzo Besenghi degli Ughi testimonia il legame con la famiglia fiorentina citata nel Paradiso XVI e dove furono trascritti due preziosi codici della Commedia (1395 e 1398-1400) oggi conservati a Parigi e Venezia.

PROGRAMMA DELLA GIORNATA

8:00 – Partenza da Venezia/Mestre verso Oriago
8:30 – Villa Moro Oriago: lapide dantesca Purgatorio V
10:30 – Breve sosta Arsenale di Venezia (vista esterna)
11:00 – Partenza verso Trieste/confine Slovenia
13:00 – Pranzo lungo il percorso
13:30 – Arrivo Izola (Slovenia)
14:30 – Palazzo Besenghi degli Ughi e centro storico
15:30 – Palazzo del Podestà: storia codici danteschi
16:30 – Comunità Italiana Dante Alighieri
17:30 – Rientro in Italia

ITALIA

Vila Moro – Lapide Dantesca del Purgatorio

Via Nazionale (Riviera del Brenta), Oriago, Venezia

Ubicazione: Via Nazionale, Oriago di Mira, Riviera del Brenta

Orari: Lapide esterna sempre visibile | Interno privato

Ingresso: Gratuito (visione esterna)

Accessibilità: Completa (visione esterna strada)

Info: www.rivieradelbrenta.it

Info: comune.mira.ve.it

La Villa Moro di Oriago conserva sulla facciata una lapide commemorativa con i versi del Purgatorio V (79-84) che narrano l'assassinio di Jacopo del Cassero. «*Ma s'io fosse fuggito inver' la Mira / quando fu' sovraggiunto ad Oriaco / ancor sarei di là dove si spira / Corsi al palude, e le cannuce e 'l braco / m'impigliar sì ch'ì caddi; e lì vid'io / de le mie vene farsi in terra laco*».

Il podestà di Bologna, fuggendo verso Mira per sfuggire ai sicari mandati da Azzo VIII d'Este, fu raggiunto e ucciso presso Oriago nel 1298. Dante trasformò questo evento tragico in poesia immortale, facendo di Oriago un luogo della memoria letteraria italiana.

Cosa vedere:

- ◆ Lapide con versi Purgatorio V incisi sulla facciata
- ◆ Architettura veneziana settecentesca della villa
- ◆ Posizione sul Canal Brenta
- ◆ Contesto Ville Venete della Riviera

L'Arsenale di Venezia – Inferno XXI

Campo dell'Arsenale, Castello, Venezia

Ubicazione: Campo dell'Arsenale, sestiere Castello, Venezia

Orari: Vista esterna sempre accessibile

Ingresso: Gratuito (visita esterna)

Accessibilità: Accessibile

Dante visitò Venezia durante i suoi viaggi d'esule e rimase colpito dall'Arsenale, il cantiere navale dove i Veneziani costruivano la loro incredibile flotta. Nell'Inferno XXI, evoca "l'arzanà de' Viniziani" per descrivere la pece bollente che tormenta i barattieri, creando una delle similitudini più vivide della Commedia. Sosta breve per ammirare l'esterno di questo luogo immortalato nella letteratura.

SLOVENIA

Palazzo Besenghi degli Ughi – La Famiglia del Paradiso XVI

Centro storico Izola, Slovenia

Ubicazione: Centro storico di Izola, Slovenia

Orari: Centro storico sempre accessibile | Palazzo Besenghi: esterno sempre visibile

Ingresso: Gratuito (centro storico e esterni)

Accessibilità: Centro storico pedonale accessibile

Info: visitizola.com

Il Palazzo Besenghi degli Ughi testimonia il legame tra Izola e Firenze attraverso una nobile famiglia citata da Dante nel Paradiso XVI: "Io vidi li Ughi e vidi i Catellini, Filippi, Greci, Ormanni e Alberichi, già nel calare, illustri cittadini". Giuseppe Pasquale Besenghi degli Ughi (XIX secolo) fu uno degli intellettuali più vivaci dell'Istria. Il palazzo perpetua la memoria di questa illustre stirpe.

Cosa vedere:

- ◆ Palazzo Besenghi degli Ughi – architettura nobiliare
- ◆ Palazzo del Podestà + Leone veneto
- ◆ Dantejeva ulica (Via Dante)
- ◆ Centro storico medievale pedonale
- ◆ Comunità degli Italiani "Dante Alighieri"
- ◆ Colegamenti famiglia Ughi-Firenze

I Codici Danteschi di Isola

Palazzo del Podestà, centro storico Isola

Isola è una delle poche località dell'Adriatico a vantare due codici della Divina Commedia trascritti localmente. Il cancelliere Pietro Campenni da Tropea, durante il suo soggiorno a Izola, trascrisse due magnifici manoscritti con commento di Benvenuto da Imola, datati 1395 e 1398-1400. Oggi conservati a Parigi (Bibliothèque nationale, Ital. 77) e Venezia (Marciana, It. IX, 692), testimoniano la vivacità culturale medievale istriana.

ULTERIORI SUGGERIMENTI

Percorsi e luoghi letterari, VENETO

- ◆ Treviso: Ponte di Dante e Chiesa di San Francesco
- ◆ Venezia: Rialto, Arsenale
- ◆ Padova: busto di Dante e targa di Palazzo Romanin - Jacur
- ◆ Luoghi di Carlo Goldoni: <https://www.turismoletterario.com/autori/carlo-goldoni/>
- ◆ Luoghi di George Byron: <https://www.venetoinside.com/it/news-e-curiosita/sulle-tracce-di-lord-byron-a-venezia>
- ◆ Luoghi di Ugo Foscolo: <https://www.palladianroutes.com/it/post/ugo-foscolo-poeta-euganeo>
- ◆ Luoghi di Henry James: https://www.museodelcamminare.org/progetti/re_iter/james/james_en.html#intro2
- ◆ Luoghi di Thomas Mann: <https://www.venetoinside.com/it/news-e-curiosita/morte-a-veneziallhotel-des-bains-al-lido>

- ◆ Giovanni Comisso a Treviso: <https://www.trevisobellunosystem.com/news/tuHo-il-mondo-in-un-metro-quadro-la-casa-di-giovanni-comisso/>
- ◆ Goffredo Parise Casa Museo a Ponte di Piave: <http://www.trevisobellunosystem.com/news/la-casa-di-goffredo-parise-il-dono-dello-studio-il-valore-della-generosita/>
- ◆ Percorsi Andrea Zanzotto: <https://andreazanzotto.it/percorsi/>
- ◆ Ernest Hemingway sul Piave: [Ernest Hemingway veneto d'adozione](#)
- ◆ Ernest Hemingway e Giacomo Noventa: <https://www.laguerradihemingway.eu/>
- ◆ Ippolito Nievo (Fratta/Portogruaro e dintorni): <https://venice-box.com/i-luoghi-degli-scrittori-un-tour-alla-scoperta-di-ippolito-nievo/>

Percorsi e luoghi letterari, FRIULI VENEZIA GIULIA

- ◆ Trieste – Itinerario Fulvio Tomizza: https://itinerari.comune.trieste.it/letterari/la-trieste-di-tomizza/#pll_switcher
- ◆ Trieste – Itinerario Italo Svevo: <https://itinerari.comune.trieste.it/letterari/la-trieste-di-svevo/>
- ◆ Trieste – Itinerario Umberto Saba: <https://itinerari.comune.trieste.it/letterari/la-trieste-di-saba/>
- ◆ Trieste – Itinerario James Joyce: <https://itinerari.comune.trieste.it/letterari/la-trieste-di-joyce/>
- ◆ Trieste – Itinerario Piccolomini: <https://triestemetro.eu/itinerari/itinerario/66/itinerario-piccolomini>
- ◆ Trieste – Itinerario Sir Richard Burton: <https://triestemetro.eu/itinerari/itinerario/64/itinerario-sir-richard-burton>
- ◆ Trieste – Itinerario Scipio Slataper: <https://triestemetro.eu/itinerari/itinerario/60/itinerario-scipio-slataper>
- ◆ Gabriele D'Annunzio – statua, Castello di Duino, San Giovanni di Duino, Basilica di Aquileia, Cervignano
- ◆ Grado – Luoghi di Biagio Marin: [youtube](#)
- ◆ Lignano e Marano: Ernest Hemingway: <https://www.youtube.com/watch?v=2jBpc6seAN4>
- ◆ Gorizia: Itinerario Carlo Michelstaedter: <https://letsgo.gorizia.it/percorso/carlo-michelstaedter-e-la-comunita-ebraica-di-gorizia/>
- ◆ Gorizia – Casa natale di Graziadio Isaia Ascoli: <https://letsgo.gorizia.it/punto-di-interesse/casa-di-graziadio-isaia-ascoli/>
- ◆ Enrico Galiano – Val Tramontina: [hCps://youtu.be/eXZx3Vlfzs0](https://youtu.be/eXZx3Vlfzs0)
- ◆ Mauro Corona – Erto e la Valcellina: [hCps://youtu.be/DxYwrNDFQpl](https://youtu.be/DxYwrNDFQpl)
- ◆ Tullio Avoledo – Valvasone : [hCps://www.youtube.com/watch?v=SbUt2tBmT88](https://www.youtube.com/watch?v=SbUt2tBmT88)
- ◆ Padre David Maria Turoldo – Casa natale a Sedegliano: centrostudituroldo.it/la-casa-natale/
- ◆ Parco letterario Ippolito Nievo Cordovado (PN) – Confessioni d'un Italiano e luoghi nieviani San Martino al Tagliamento e Gorizzo

Siti storici e identitari, VENETO

- ◆ Ponte romano di Ceggia: <https://www.visitveneziaorientale.com/it/ponte-romano-di-ceggia/>

- ◆ Museo della Bonifica di San Donà di Piave:
<https://www.museicivici.sandonadipiave.net/museo>
- ◆ Sistema museale di Portogruaro

Parchi e sistemi fluviali; VENETO E FRIULI VENEZIA GIULIA

- ◆ Fiume Piave: Consorzio BIM: <https://www.consorziobim.com/>
- ◆ Parco del Sile [Site: https://www.parcosile.it/](https://www.parcosile.it/)
- ◆ Fiumi Lemene e Tagliamento - asse naturalistico transfrontaliero

Festival ed eventi, VENETO

- ◆ Carnevale dei Ragazzi di Ceggia: <https://www.carnevalediceggia.it/>
- ◆ Si Viaggiare – Festival della Letteratura di Viaggio di Ceggia:
<https://www.festivaletteraturadiviaggio.it/>
- ◆ PortolImmaginario di Portogruaro: <https://www.facebook.com/portoimmaginario>
- ◆ Reitia-Festival dell'Ambiente di San Donà di Piave: <https://www.reitiafestival.it/>
- ◆ CartaCarbone Festival di Treviso: <https://cartacarbonfestival.it/>
- ◆ Equilibri – Fiera del libro di Venezia: <https://equilibrifiera.it/>
- ◆ Incroci di Civiltà – Università Ca' Foscari: <https://www.unive.it/web/it/5461/home>
- ◆ Mestre Book Fest – Mestre (Venezia): <https://mestrebookfest.it/>

SLOVENIA

Percorsi e luoghi letterari

- ◆ Ilirska Bistrica – Itinerario Dragotin Kette: <https://www.ilirska-bistrica.si/objava/967469>
- ◆ Sežana – Itinerario e casa di Srečko Kosovel: sezana.si/objava/301140
- ◆ Dutovlje – Stanza memoriale di Boris Pahor: <https://www.visitkras.info/soba-borisa-pahorja>
- ◆ Velike Lašče – Casa di Fran Levstik e Jospi Stritar: <https://velikolaska.si/en/spominska-soba/>
- ◆ Nova Gorica – Ljubka Trail sulle tracce di Ljubka Šorli:
<https://www.go2025.eu/en/projects/the-ljubka-trail>
- ◆ Vrhnika – Spominska soba in Pot Ivana Cankarja: <https://visitvrhnika.si/>
- ◆ Lubiana – Casa di Valentin Vodnik: <https://www.visitljubljana.com/sl/obiskovalci/>
- ◆ Kobarid: Casa natale di Simon Gregoričič: <https://tol-muzej.si/>
- ◆ Sežana: Camera commemorativa di Srečko Kosovel: <https://www.visitkras.info/>
- ◆ Kranj: Casa natale di France Prešeren: <https://visitzirovnica.si/france-preseren/>
- ◆ Škofja Loka – Castello di Ivan Tavčar: <https://www.poljanskadolina.com/sl/>

RISORSE DIGITALI

- ◆ Visit Isola: visitizola.com
- ◆ Riviera del Brenta: riviera-brenta.it
- ◆ Podcast SicCome Dante: siccomedante.it

VALORE DELL'ESPERIENZA TRANSFRONTALIERA

Questo itinerario è l'unico a toccare tutte e tre le cantiche: il Purgatorio a Oriago, l'Inferno a Venezia, il Paradiso a Izola. Dal luogo di un assassinio reale cantato nel Purgatorio all'Arsenale evocato nell'Inferno, fino alla famiglia fiorentina celebrata nel Paradiso: il viaggio segue l'arco della Commedia attraverso la geografia reale. La chiusura a Izola, dove un cancelliere medievale copiò l'intera opera a mano, ricorda che la Commedia è giunta fino a noi anche grazie a queste mani pazienti nelle terre di frontiera.

Allegato 6

- Pro Torviscosa – video e audioguida
: https://www.youtube.com/playlist?list=PLcFmn-jvO_NyrxcE1pj5PsEr5WB-hQ45J / <https://izi.travel/it/browse/8c51f98d-de42-4c2d-a6d6-c6468b472b97>
- Cizerouno – il sito web: <https://www.cizerouno.it/perlirami/rassegna-stampa/> (+ refer to the attached file)
- Lis Aganis Ecomuseo delle Dolomiti friulane
- Comune di Magnano in Riviera:
- Comune di San Vito
alTagliamento: <https://my.mpskin.com/tour/sulletracedipasolini>
- Exhibit Around: Tracce di Parole
- Ava Arte Vita Anima – mappe narrative e video:
 - 1) PASSEGGIATA CON ODETTE COPAT - PORDENONE
 - 2) PASSEGGIATA CON TULLIO AVOLEDO PINZANO AL TAGLIAMENTO
 - 3) PASSEGGIATA CON ALBERTO CANCIAN - GROTTI DI PRADIS
 - 4) ODETTE COPAT - COME SI ESPRIME UN DESIDERIO - PORDENONE
 - 5) TULLIO AVOLEDO - COME SI UCCIDE UN GENTILUOMO - PINZANO AL TAGLIAMENTO
 - 6) ALBERTO CANCIAN - IL VIAGGIO DI GIOIA - PRADIS

Ulteriori informazioni sui progetti pilota sono disponibili nella seguente tabella:

[illegible]