



Osservatorio del turismo della Regione Umbria

Il turismo nei Borghi e nei Centri storici umbri





Team di ricerca del Centro Studi Sul Turismo, Assisi (CST)

Berardi Stefania

Boccioli Anna



Indice

Premessa metodologica	pag. 5
1. Il turismo nei centri storici e nei borghi: aspetti definitivi	
1.1 I centri storici in Umbria, un patrimonio per lo sviluppo turistico della regione	» 6
1.2 Il prodotto “borghi”	» 12
1.3 La realtà umbra e la legge regionale n. 12/08 “Norme per i centri storici”	» 14
2. Analisi di iniziative innovative e di successo in Italia ed in Europa	
2.1 Marchi, club di prodotto e unioni di prodotto di settore in Italia	» 21
2.1.1 L’Unione di prodotto “Città d’arte, cultura e affari” in Emilia Romagna	» 21
2.1.2 Le Bandiere Arancioni	» 22
2.1.3 L’associazione I Borghi Autentici d’Italia	» 26
2.1.4 I Borghi più Belli d’Italia	» 28
2.1.5 Le Città Slow	» 31
2.1.6 Le Città d’Identità e Res Tipica	» 32
2.1.7 L’Ospitalità diffusa e il programma interregionale “Ospitalità nei Borghi”	» 33
2.2 Alcune esperienze estere	» 36
2.2.1 La rete del “turismo dei villaggi”	» 36
2.2.2 Il caso della Francia	» 37
3. Caratteristiche del mercato del turismo dei centri storici e dei borghi	
3.1 La domanda di turismo nei “centri storici” umbri	» 39
3.2 La domanda di turismo nei “borghi”	» 42
3.2.1 La domanda di turismo nei borghi umbri	» 45
4. Analisi della struttura di offerta per i prodotti “Centri storici” e “Borghi”	
4.1 Il prodotto “Centri storici”: modelli di offerta coordinata delle attrattive e dei servizi al turista	» 48
4.1.1 La popolazione residente nei centri storici quale elemento dell’offerta turistico-territoriale	» 48
4.2 L’offerta culturale e di servizi per la fruizione turistica dei centri storici umbri: un’analisi dettagliata	» 51
4.3 Le card turistiche nella realtà umbra	» 59
4.4 Il prodotto “Borghi”: fattori di attrattività “materiali” ed “immateriali”	» 63
4.4.1 Le componenti materiali dell’offerta dei borghi umbri	» 66



4.4.2	Il ruolo delle componenti “immateriali”	»	68
4.4.3	Alcune opzioni informatiche per il turismo dei borghi	»	71
4.5	I processi di certificazione e di aggregazione dei centri storici e dei borghi umbri	»	72
5. I risultati dell’indagine realizzata presso gli Amministratori pubblici delle città d’arte umbre			
5.1	L’indagine presso i responsabili della governance turistica di alcuni dei principali centri storici umbri	»	76
5.2	I risultati dell’indagine	»	77
6. Il posizionamento dei prodotti “Città d’arte” e “Borghi” dell’Umbria			
6.1	Le proposte nei cataloghi dei tour operator nazionali ed internazionali	»	87
6.2	Alcune considerazioni di sintesi: punti di forza e di debolezza dell’offerta umbra	»	89
	Bibliografia	»	93
	Allegati	»	95
	Tabelle statistiche	»	96
	La normativa regionale in materia di centri storici	»	125



Premessa metodologica

La presente ricerca ha preso in esame, con riferimento alla realtà umbra, il turismo nei borghi e nei centri storici analizzando le caratteristiche principali della domanda e dell'offerta di questo tipo di turismo. Nel corso dell'analisi si è reso opportuno distinguere il turismo nei "borghi" da quello nei "centri storici" delle maggiori città d'arte umbre, ritenendo parzialmente diverse le motivazioni che portano il turista a scegliere in una direzione piuttosto che nell'altra. Al riguardo, pur trattandosi in entrambi i casi di un turismo dalla forte connotazione "culturale" si è ritenuto di poter assimilare il turismo nei centri storici al turismo culturale in senso tradizionale, mentre quello nei borghi lo si è inteso come un turismo "territoriale", dove la visita e il soggiorno sono legati all'*heritage*, ma anche all'ambiente circostante, alla scoperta delle tradizioni, del significato più profondo del luogo e delle persone che in esso vi risiedono.

L'analisi si è articolata in una parte desk nella quale ci si è posti l'obiettivo di delineare alcune caratteristiche quantitative e motivazionali della domanda turistica nei borghi e nei centri storici della regione, una volta definito il quadro di riferimento normativo. La ricchezza di centri storici che contraddistingue l'offerta del territorio umbro e le note difficoltà di distinguere la domanda turistica secondo gli aspetti motivazionali ha reso opportuno circoscrivere l'analisi alle città più importanti della regione, cercando di ottenere una rappresentatività dei diversi comprensori in cui risulta suddivisa la regione. In particolare, la ricerca si è focalizzata sulle seguenti città: Amelia, Assisi, Castiglione del Lago, Città di Castello, Foligno, Gubbio, Narni, Norcia, Orvieto, Perugia, Spoleto, Terni, Todi e Umbertide. Per ciò che concerne l'analisi del sistema dell'offerta è stata analizzata nel dettaglio la dotazione di strutture e di servizi per la fruizione turistica e culturale localizzati all'interno del centro storico (utilizzando la banca dati regionale disponibile su web), per la cui delimitazione si è tenuto conto delle perimetrazioni risultanti dagli strumenti di pianificazione disponibili a livello comunale (Zona A del PRG). L'analisi è stata approfondita attraverso la realizzazione di una serie di colloqui (sulla base di uno schema di intervista omogeneo) che hanno visto il coinvolgimento dei soggetti responsabili della governance turistica dei centri umbri specificamente considerati nel lavoro, allo scopo di rilevare le percezioni che essi hanno della propria città ed in particolare del prodotto "Borghi e centri storici".

Le analisi desk ed i risultati delle interviste agli stakeholder hanno permesso di evidenziare i principali punti di forza dell'offerta umbra per questo tipo di prodotto e alcune delle criticità che la caratterizzano, offrendo in tal modo spunti per interventi concreti finalizzati soprattutto alla rimozione, o quantomeno, alla riduzione di tali aspetti.



Capitolo 1

Il turismo nei centri storici e nei borghi: aspetti definitori

1.1 I centri storici in Umbria, un patrimonio per lo sviluppo turistico della regione

Prima di affrontare il complesso tema dei centri storici e dell'attività turistica ad essi associata, per definire il campo di indagine dell'analisi può essere interessante prendere in considerazione alcune definizioni di "centro storico" (così come emerse dal lavoro di un gruppo di esperti sul tema¹), nella consapevolezza che per comprendere tale realtà sia importante prescindere da una visione settoriale, operando confronti tra differenti concezioni. In sede istituzionale è stata avvertita l'esigenza di formulare una definizione di centro storico di riferimento per favorire la formazione di un'unica nomenclatura di centri, sostitutiva di quelle esistenti rivelatesi carenti e discordanti tra loro, strumentale anche ai fini dell'attività normativa, programmatica e di tutela dei centri storici della regione Umbria. Nella consapevolezza che occorra una oggettività della classificazione dei centri storici, che tuttavia non può essere fissata in via definitiva per le continue ricerche e l'evoluzione del linguaggio utilizzato, riportiamo in questa sede tra le definizioni proposte quella forse più innovativa in quanto tiene conto di aspetti di tipo socio-culturale con sguardo e metodo antropologico:

"Il centro storico costituisce testimonianza materiale e simbolica avente valore di civiltà umana. Il centro storico, come elemento fondante in evoluzione dinamica dell'identificazione di una comunità, è organismo originario e unitario dell'abitato caratterizzato da valori e patrimoni costituenti la più alta espressione della civitas. Il centro storico – e la sua percezione – è una risorsa unica da tutelare e valorizzare, rivitalizzare e rifunzionalizzare."

Sulla base di una serie di criteri di individuazione e di delimitazione, di supporti cartografici e di altri strumenti tecnici si è arrivati ad una stima dei centri storici presenti nella regione Umbria, tenendo conto del confronto tra banche dati di fonti diverse². L'analisi condotta ha portato all'individuazione

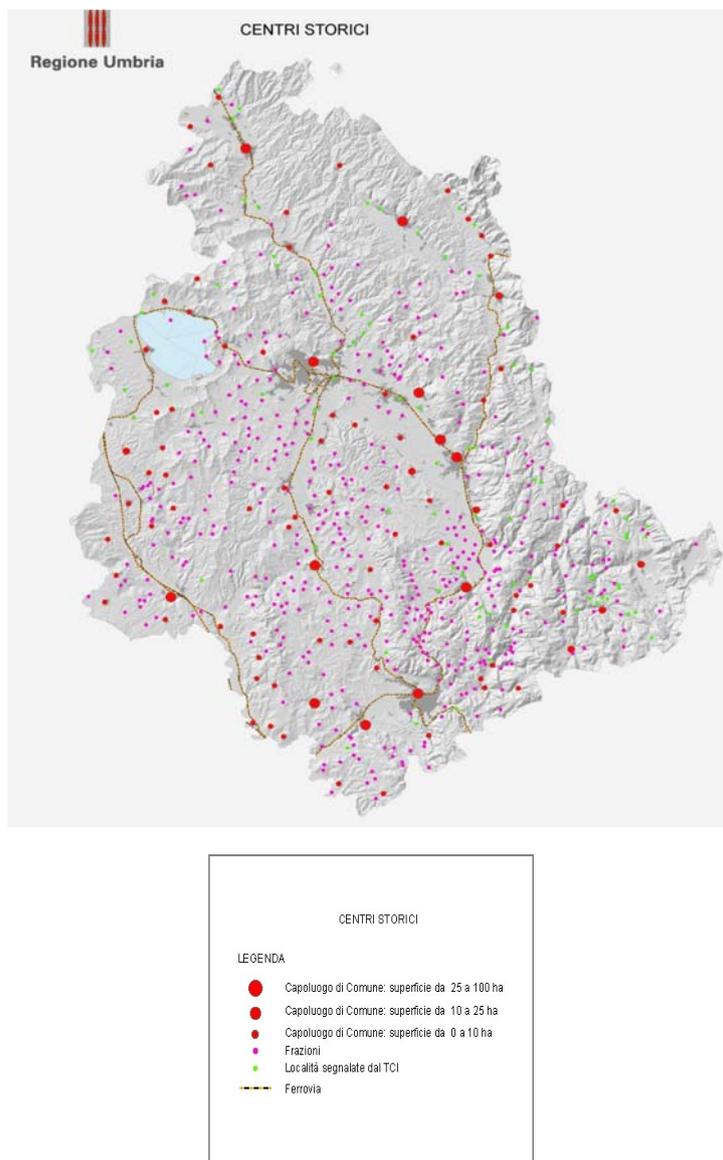
¹ U.O.T. Politiche dei Centri Storici, *Prima Indagine conoscitiva sulla individuazione e sul valore dei centri storici umbri*, Regione Umbria, 2008

² La mancanza di una definizione condivisa e consolidata di centro storico si riflette nella difficoltà di costruire banche dati che siano tra loro direttamente confrontabili. Tra le banche dati utilizzate nell'analisi vi sono: l'*Atlante dei centri storici pre-*



di ben *1.485 centri storici* nel territorio regionale che occupano una superficie di 1.391 ha. I capoluoghi comunali rappresentano l'82% di tali centri.

Graf. 1 – Rappresentazione grafica centri storici in Umbria



Fonte: Regione Umbria, PUT 2000

Vengono distinte 4 tipologie di insediamenti storici: *di pianura, collinari, borghi rurali di antico impianto, centri delle maggiori aree urbane*, che contribuiscono in maniera determinante all'identità del paesaggio regionale. Questi centri sono "l'espressione culturale del secolare adattamento della natu-

disposto dall'Istituto Centrale per la Catalogazione e la Documentazione (ICCD); il PUT Regione Umbria; il PTCP; i PRG.



ra da parte delle società locali, che ha conformato nel tempo microcosmi mirabilmente integrati tra forme insediative, modi di organizzazione dello spazio rurale e caratteri morfologici dei territori aperti”³. Il forte valore identitario riconosciuto a questi centri ha portato all’individuazione di strumenti innovativi per la loro tutela e valorizzazione: tra questi uno dei più significativi è “l’intorno”, che consente di tener conto non solo delle trasformazioni che avvengono all’interno dei centri storici, ma anche delle trasformazioni che intervengono nei paesaggi di prossimità.

La valenza della rete dei centri storici ai fini dello sviluppo regionale viene confermata nel progetto strategico “Rete di città e centri storici” definito nell’ambito del Disegno Strategico Territoriale⁴ rappresentando uno dei cardini per rafforzare la competitività e la coesione del sistema territoriale umbro. La valorizzazione di questo patrimonio di città e di centri storici vede tra le attività principali il turismo, che ormai da qualche anno si orienta sempre più verso questo tipo di destinazioni; una domanda di tipo culturale attratta non solo dall’*heritage* e dagli eventi culturali, ma anche dall’interazione delle componenti socio-culturali, dalla storia, dalle tradizioni, dall’arte e dagli stili di vita di chi vi abita. Questa domanda a carattere culturale si presenta sempre più “multi-scopo”, per cui ampia e diversificata è la gamma delle linee di prodotto che possono ricomprendersi entro i confini del turismo culturale pur rispondendo ad esigenze e motivazioni diversificate. Un fenomeno tra quelli di maggior interesse all’interno del turismo culturale è infatti il superamento delle proposte tradizionali basate esclusivamente sulla presenza di attrattori culturali a favore di offerte maggiormente innovative basate su fattori quali: originalità, emozioni sensoriali, atmosfera, creatività, apprendimento ed esperienze. Le mete individuate in questo tipo di offerta non sono più soltanto le grandi città d’arte, ma anche i centri storici di minori dimensioni, arrivando ad interessare anche i borghi ed i piccoli centri che costituiscono un’offerta ampia e caratterizzante la nostra regione.

Queste diverse espressioni del turismo nei centri storici e nei piccoli centri, pur essendo accomunate dall’unica matrice “culturale”, presentano connotazioni diverse che rendono opportuno lo sviluppo di un’analisi diversificata.

Il turismo che si registra in Umbria può ritenersi in larga parte generato dalla concentrazione di risorse culturali presenti nella regione; un turismo che si sviluppa in prevalenza nei “centri d’interesse storico e nelle città d’arte”⁵ e che quindi può rientrare nell’accezione di turismo culturale, anche se per essere definito tale ne andrebbero indagate con maggior dettaglio le motivazioni (secondo un ap-

³ Regione Umbria, *Piano Paesaggistico Regionale*, art. 21 “Insediamenti storici e paesaggi di prossimità”.

⁴ La Giunta Regionale con deliberazione n. 1903 del 12 dicembre 2008 ha approvato il “Disegno Strategico Territoriale (DST) per lo sviluppo sostenibile della Regione Umbria”.

⁵ Motivazione rilevata nell’Indagine sul Turismo, ISTAT



proccio “*demand size*”⁶) che portano il visitatore a scegliere di soggiornare in tali centri.

Richiamando ai fini della presente indagine alcuni dei criteri di classificazione proposti nell’ampia letteratura sul tema⁷, possiamo assimilare il turista dei centri storici al turista culturale in senso tradizionale che vede quale obiettivo principale della visita la scoperta di luoghi e monumenti storico-culturali, mentre il turista che si orienta verso i borghi può essere considerato un “turista territoriale”, la cui visita si estende all’intero territorio ed a tutte le sue componenti materiali ed immateriali. Quest’ultimo è un tipo di turista che cerca di scoprire il significato più profondo delle persone e del luogo, collegando la visita all’aspetto esperienziale.

La comprensione delle motivazioni del turista culturale e delle sottostanti strutture di comportamento è fondamentale per poter sviluppare prodotti che si adattino al meglio alle esigenze dei potenziali visitatori. Questo tipo di domanda turistica non cerca più un consumo di tipo standardizzato, ma esperienze personalizzate a fronte di una motivazione *multi-attribute* che nasce da situazioni individuali e contingenti, in cui acquistano un peso l’esclusività e la personalizzazione finalizzata alla ricerca di un’esperienza unica⁸.

Dal punto di vista dell’offerta conseguentemente gli operatori del settore si devono attrezzare alla ricerca di una differenziazione dell’offerta, cercando di intercettare domande sempre più complesse, espressione di bisogni diversi. Le strategie di mercato dovranno dunque essere diverse a seconda che il target sia il segmento “*culture core*” o quello “*culture peripheral*”⁹.

Per quanto riguarda il turista motivato essenzialmente da fattori culturali in primo luogo bisogna ovviamente puntare ad aumentare l’interesse culturale della destinazione, migliorando l’ampiezza, la profondità, la qualità, la fruibilità e l’accessibilità dell’offerta di *heritage*.

L’impegno strategico per gli operatori turistici delle città d’arte deve essere però quello di riuscire ad attirare non solo quei turisti “*greatly motivated*” alla cultura, ma di arrivare a intercettare anche la più ampia percentuale possibile di quei turisti motivati solo in parte dalla cultura e dei turisti “*accidental cultural*” (per i quali la cultura non ha influenzato affatto la scelta della destinazione, ma poi una volta sul luogo decidono ugualmente di visitare almeno una parte del patrimonio culturale). In questo caso è fondamentale fornire un’informazione adeguata sull’offerta culturale tale da stimolare il turista sia a priori, cioè prima della scelta, sia a posteriori, una volta che si trova sul luogo.

⁶ CST, Progetto: *Ricerca per la valutazione e la definizione di linee strategiche per lo sviluppo del turismo culturale in Umbria*, Fondazione Cassa di Risparmio di Perugia, 2008.

⁷ Manente M., *Risorse naturali e culturali come attrattori*, Roma, 28 settembre 2005.

⁸ CST, Progetto: *Ricerca per la valutazione e la definizione di linee strategiche per lo sviluppo del turismo culturale in Umbria*, cit., p. 62 e seg.

⁹ Huges H., *Culture and tourism: a framework for further analysis*, in “*Managing Leisure*”, n. 7, 2002; Poria Y., Butler R., Biran A., *Heritage site Management. Motivation and expectations*, in “*Annals of Tourism Research*”, vol. 33, n. 1, 2006.



Regione Umbria



I turisti che fanno parte del segmento “*accidental cultural tourist*” costituiscono la maggior parte del mercato e sono alla ricerca di un’ampia varietà di stimoli e di esperienze. E’ necessario dunque che all’interno della località possano trovare una varietà di prodotti culturali (non solo heritage, ma anche spettacoli, mostre, eventi, ecc.), e soprattutto un’ampia offerta di prodotti di turismo non culturale, a carattere generalista, in cui assumono rilevanza elementi quali ristoranti, strutture ricettive, infrastrutture e trasporti, tour organizzati, opportunità di shopping, ed altro ancora.

L’interesse crescente della domanda verso il prodotto città d’arte e centri minori sta palesando sia sul mercato nazionale che su quello estero una tendenza positiva che si ritiene continuerà anche per il futuro, così come emerge dall’Indagine che l’Enit realizza periodicamente sui mercati esteri¹⁰. Prendendo in esame alcuni dei Paesi da cui provengono i principali flussi di visitatori stranieri in Umbria si evince l’interesse dei potenziali visitatori alla scelta delle destinazioni “minori” dell’Italia viste come luoghi nei quali si percepisce il “*life style*” italiano ancora molto apprezzato all’estero.

L’interesse culturale rappresenta una delle principali motivazioni che spinge il turista *britannico* a visitare l’Italia; la vacanza culturale viene fruita anche al di fuori del turismo organizzato e spesso in periodi diversi dall’alta stagione, orientandosi verso regioni meno conosciute del centro-sud, in località non interessate dal turismo tradizionale e di massa. La formula di viaggio scelta in numerosi casi è multi-destinazione, da parte di un turista che si presenta istruito ed esperto in fatto di viaggi, consapevole sotto il profilo della qualità e sensibile a problematiche ambientali e sociali.

I turisti britannici vedono in stretto collegamento la scelta delle destinazioni di vacanza con l’opportunità di poter disporre di voli *low cost*; tale fatto ha modificato la modalità di fare vacanza favorendo l’aumento degli *short breaks* di fine settimana non solo nelle principali città europee, ma anche nelle zone meno conosciute e al di fuori del turismo tradizionale.

Tra le motivazioni principali nella scelta della destinazione emergono accanto a quelle più tradizionali di riposo, svago e opportunità di fare sport, soprattutto per alcune categorie quali i pensionati, anche il miglioramento della salute, l’arricchimento culturale e lo sviluppo dei rapporti umani con la gente del luogo di destinazione. L’immagine dell’Italia è infatti fortemente legata al concetto di cultura, intesa non solo come patrimonio artistico-culturale e paesaggistico, ma anche gastronomico, artigianale, folkloristico ed antropologico.

Anche per il mercato *francese* tra le principali motivazioni che inducono a scegliere un soggiorno in Italia vengono menzionate accanto all’arte, la cultura, la musica, la natura e il verde, anche l’enogastronomia, la moda, l’“*art de vivre à l’italienne*”; non tralasciando il buon rapporto umano ed

¹⁰ Rapporto Enit, 2009



il senso di ospitalità della popolazione.

Si rileva ultimamente una particolare attenzione per le regioni minori del centro e del sud Italia grazie a collegamenti diretti delle varie compagnie *low cost*, per cui si ha ragione di credere che nei prossimi anni si avrà un forte aumento di flussi verso queste nuove destinazioni. Gli esperti ritengono che nel prossimo futuro l'effetto della crisi economica avrà come conseguenza un "dirottamento" delle attività MICE¹¹ verso destinazioni vicine, tra cui l'Italia.

Passando ai *Paesi Bassi* si rileva, anche in questo caso, una ricerca di arricchimento culturale, che si traduce in un sensibile interesse per le medie e piccole città ed i borghi lungo l'Appennino. Il turista è alla ricerca di mete che, accanto a soggiorni di relax, offrano la possibilità della scoperta del territorio circostante, dell'enogastronomia locale e della conoscenza delle abitudini e dello stile di vita degli italiani, ritenuti fonte di ispirazione. La ricerca del luogo di vacanza, spesso frutto di una scelta individuale fatta su internet, viene fatta ponendo l'attenzione tra l'altro, verso uno sviluppo ecosostenibile e improntato ad una particolare sensibilità verso il contesto ambientale, aspetto quest'ultimo che sta riscuotendo sempre più interesse nell'opinione pubblica. L'Italia, secondo l'indagine Enit, continua ad essere anche per il prossimo futuro tra le destinazioni estere preferite dagli olandesi, le cui scelte risulteranno fortemente condizionate anche in questo caso dai trasporti, soprattutto dalla disponibilità di voli *low cost*. Accanto alle tradizionali grandi città d'arte (Roma, Firenze e Venezia) che continuano ad essere le destinazioni italiane che attraggono i maggiori flussi di turisti *statunitensi*, anche in questo caso si sta rivelando un crescente interesse per le piccole città poco affollate, i borghi storici dove gli abitanti del luogo sono "*friendly*", dove è diffusa la cucina tradizionale e dove si possono fare acquisti di prodotti tipici a prezzi giusti. Cresce il trend dell'enogastronomia e del benessere e si riscontra un allargamento del ventaglio di offerte nei cataloghi degli operatori nord americani dove il prodotto artistico si integra con le tradizioni enogastronomiche, il benessere e la natura, lo shopping e gli eventi. Le considerazioni di sintesi che emergono dalla recente Indagine realizzata dall'Enit mostrano dunque un diffuso interesse di tali mercati verso l'offerta delle città storiche e dei borghi, di cui risulta riccamente dotata anche la regione Umbria.

L'immagine della regione percepita sui mercati esteri è legata oltre che alla natura ed alla bellezza dei paesaggi anche alla bellezza dei suoi borghi, all'arte ed all'enogastronomia ed allo stile di vita ad essa associato; questo è ciò che emerge dalla ricerca sul posizionamento del prodotto Umbria e sull'immagine percepita dai turisti sia attuali che potenziali realizzata dalla Doxa¹² sui principali mer-

¹¹ MICE: *Meeting Incentive Congress Event*.

¹² Doxa, *Indagine sul posizionamento dell'Umbria e sull'immagine percepita*, Osservatorio sul Turismo Regione Umbria, 2007



cati nazionali ed europei. Tali indicazioni appaiono di estremo interesse per potenziare la strategia di realizzazione e promozione dei prodotti “centri storici” e “borghi” dell’Umbria.

1.2 Il prodotto “borghi”

Negli anni recenti è andata aumentando l’importanza del turismo nei borghi, tanto da poter parlare di un prodotto specifico che può contare su un’ampia e diffusa rete di destinazioni che costituisce un elemento caratterizzante l’offerta italiana¹³.

Risulta interessante delineare brevemente l’evoluzione che ha interessato nel tempo il turismo nei borghi, un fenomeno che si è sviluppato secondo direttrici diverse legate alle specifiche realtà. In alcune situazioni lo sviluppo è avvenuto in modo non programmato, dalla scoperta quasi casuale da parte di visitatori, a cui sono seguiti flussi più consistenti di turisti soprattutto in veste di escursionisti, ma anche di residenti sia pure per brevi periodi.

Il turismo dei borghi inizia a posizionarsi come un “turismo minore” diverso e per certi versi alternativo rispetto a quello dei grandi flussi del turismo culturale che interessano gli itinerari turistici più famosi. La domanda nei borghi è prevalentemente di origine interna, mentre i flussi internazionali si orientano verso le grandi città d’arte che costituiscono le mete tradizionali del turismo culturale.

Si verifica in questa fase la scoperta da parte dei turisti delle città della provincia e dell’offerta culturale dei borghi apprezzati in quanto richiedono spostamenti più contenuti e rispondono in modo innovativo alle esigenze della domanda alla ricerca di qualcosa di diverso e di innovativo rispetto alle mete tradizionali. Il turismo rappresenta per queste destinazioni un’opportunità per valorizzare il proprio patrimonio, anche quello meno conosciuto, come ad esempio, l’ambiente o la qualità della vita; un modo per favorire forme di turismo residenziale e non solo escursionistiche, andando ad incidere positivamente sulla riduzione della stagionalità dei flussi e attivando uno sviluppo delle attività economiche e dell’occupazione locale.

Negli anni più recenti è cominciata una nuova fase del turismo nei borghi; questi non sono più visti come un prodotto di nicchia, minore, ma vengono percepiti invece come “eccellenze” turistiche del nostro Paese, in grado di soddisfare quell’esigenza di conoscenza che diventa fattore sempre più importante nella domanda turistica. Per aumentare la loro visibilità sul mercato queste realtà ricorrono in modo crescente a processi di integrazione che vedono la messa in “rete” di borghi anche di ambiti

¹³ Dall’Ara G., Morandi F., *Il Turismo nei Borghi*, Nuova Giuridica, 2010



territoriali diversi. Si tende ad arricchire la gamma di proposte e di servizi integrando le risorse storiche-culturali con quelle naturali, di tipo enogastronomico e della cultura immateriale.

A partire dagli anni 2000 il “borgo” si caratterizza per essere una destinazione con un’elevata vocazione all’ospitalità, che si manifesta in un’attenzione ai temi della qualità, della sostenibilità, dell’accoglienza, della sensibilizzazione e del coinvolgimento dei residenti verso queste tematiche. Il turista è affascinato dall’atmosfera che si respira nel borgo più che dai singoli monumenti, un’atmosfera determinata dal contesto urbanistico e umano, dalle cose che si possono vedere e fare, dal cibo e dalle opportunità di acquisto di prodotti locali.

C’è dunque una progressiva evoluzione dei contenuti ricercati dalla domanda, che tende ad attribuire un valore crescente alle componenti immateriali del prodotto. Si registra la tendenza sul mercato nazionale ai viaggi di “conoscenza” che generano occasioni di scoperta e di crescita culturale. Un turismo che cerca lo spirito dei luoghi, che ama le relazioni con i residenti, che si auto organizza la vacanza, personalizzando la propria scelta inserendo sia proposte di grande qualità ed eccellenza che vacanze basate sulla semplicità. Questo turista (definito di terza generazione) ama vivere il territorio, immergersi nella cultura dei luoghi; andare alla scoperta delle tradizioni locali, dei prodotti del territorio, sentendosi un residente temporaneo che cerca occasioni di socializzazione e di incontro con i residenti e gli altri visitatori. Attualmente il turismo dei borghi si rivolge ad un target di domanda che può essere definito di “quarta generazione” sensibile ai temi propri del turismo slow, del turismo filantropico, del turismo di conoscenza e di quello emozionale. L’approccio al tema della vacanza si è andato in parte modificando, basandosi sempre di più su aspetti personali, immateriali ed intimi. Viene avvertita l’esigenza di uno stile di vacanza innovativo, sperimentale, che va oltre la ricerca di autenticità. Il desiderio di nuovo si esprime anche nella scelta di tipologie di alloggio non tradizionali, con una marcata preferenza per le forme di ospitalità sostenibili, diffuse, originali, tipiche e autoctone, che possono però coniugarsi anche con arredi e servizi innovativi, di design e tecnologici.

L’evoluzione che ha interessato il turismo dei borghi fa ritenere che sia diventato, ad oggi, un prodotto contraddistinto da una propria autonomia nell’ambito del prodotto “turismo culturale”. A testimonianza di questo fatto può rilevarsi l’inversione di tendenza della domanda nella scelta del luogo dove soggiornare: fino alla metà degli anni ‘90 si preferiva infatti soggiornare nei grandi centri per poi spostarsi e visitare i centri minori; oggi sta invece aumentando il numero di coloro che alloggiano nelle piccole destinazioni e poi si muovono come escursionisti verso le grandi mete¹⁴.

Il turismo culturale dei centri minori, siano essi centri capoluoghi di provincia che aree collinari o si-

¹⁴ XVI Rapporto sul Turismo Italiano, Mercury, 2009, p. 12.



mili, è un turismo caratterizzato da numeri limitati, che richiede però un'*integrazione sul territorio* superiore rispetto ad altre forme di turismo, una preparazione del visitatore ed interventi più complessi da parte di chi opera nell'offerta. Si rende necessario un insieme di servizi per collegare le diverse attrattive del territorio e di una "rete" di attori per offrire sul mercato un sistema funzionale. La creazione di reti consente infatti di trasformare i borghi in "prodotto" a tutti gli effetti: rappresenta una modalità di rispondere alle esigenze della domanda che si aspetta proposte non solo turistiche; un modo di costruire prodotti "allargati" espressione del territorio, più ampi ed interessanti rispetto a quelli che possono essere organizzati e veicolati da un singolo operatore.

1.3. La realtà umbra e la legge regionale n. 12/08 "Norme per i centri storici"¹⁵

I centri storici dell'Umbria costituiscono una realtà ed una caratteristica ben definita e riconoscibile nell'ambito della sempre più complessa articolazione territoriale dello sviluppo economico regionale. Essi sono parte integrante e determinante delle risorse "ambientali" della regione, nella tipica accezione del connubio tra ambiente naturale ed antropizzato e volano di modelli di sviluppo presenti e futuri.

Questi interventi, proprio per lo stretto legame tra centro storico e mondo rurale esistente sul territorio umbro, possono innestare processi economici tali da incidere sia sul benessere dei residenti che sulla valorizzazione di tutto il territorio regionale, inserendosi a pieno titolo nelle politiche di integrazione della filiera Turismo-Ambiente-Cultura.

La legge regionale umbra 10 luglio 2008 n. 12 "Norme per i centri storici" intende restituire ai centri storici della regione, la centralità, l'interesse e la forza attrattiva sulle quali si fondano la storia e la stessa identità culturale della regione. L'intervento del legislatore umbro si colloca in linea con una copiosa e cospicua produzione normativa regionale che nell'ultimo decennio ha interessato quasi tutte le regioni italiane, con l'intento e l'obiettivo di attivare e finanziare processi di salvaguardia, recupero e valorizzazione dei centri storici in un'ottica integrata di coerenza con gli aspetti urbanistici, edilizi e di mobilità ed in particolar modo di valorizzazione delle attività economiche turistiche unitamente alla promozione dei beni e attività culturali.

Anche alcuni dei nuovi Statuti regionali (Umbria, Lazio) contemplano i centri storici come specifico oggetto di rivitalizzazione, riqualificazione e valorizzazione.

¹⁵ I contenuti del presente paragrafo sono attribuibili a A. Boccioli (CST)



Nell'ambito invece della normativa statale il centro storico è soprattutto oggetto di tutela dal punto di vista urbanistico. Il concetto stesso di centro storico sembrerebbe rispondere alle esigenze di conservazione della materialità degli agglomerati urbani, che sotto il profilo culturale corrispondono alle città d'arte. Ma tra i due aspetti, centri storici e città d'arte, anche nell'ambito della disciplina normativa, esistono profonde differenze, non solo sotto l'aspetto concettuale, ma in particolar modo per il fine della disciplina che li riguarda: finalità di conservazione degli elementi strutturali e materiali di un insediamento nel primo caso, e vitalità, vivibilità e conoscibilità delle città ricche d'arte e di cultura nel secondo. Tradizionalmente la legislazione di tutela dei beni paesaggistici non ha ricompreso i centri storici all'interno dei beni soggetti a tutela paesaggistica. Anche la legge "Galasso" (l.8.8.1985 n. 431) aveva escluso dalla tutela ambientale i centri edificati, che pertanto restavano sottoposti solo alla normativa urbanistica.

Il recente Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio (dlgs.n.42/2004) all'art. 142 comma II ribadiva che tra le aree tutelate per legge non sono ricomprese quelle "che erano delimitate negli strumenti urbanistici come zone A" ovvero i centri storici, né tantomeno erano inclusi nelle categorie di beni immobili, il cui interesse paesaggistico si doveva accertare ai sensi dell'art. 136 del Codice stesso.

La modifica al Codice dei Beni Culturali ad opera del dlgs. 26 marzo 2008 n. 63 cambia profondamente l'assetto delle competenze relative alla tutela paesaggistica. Infatti, mentre resta immutata la disciplina dell'art. 142, la nuova configurazione dell'art. 136 comma 1) lett. c) introduce tra i "complessi di cose immobili che compongono un caratteristico aspetto avente valore estetico e tradizionale", il cui "notevole interesse pubblico" può essere dichiarato attraverso un particolare procedimento, anche "i centri ed i nuclei storici".

Pertanto, i centri storici sono ricompresi tra quelle categorie di beni che, per essere sottoposti a tutela, devono essere dichiarati di interesse paesaggistico da un provvedimento.

Sono stati invece i legislatori regionali che hanno concepito il centro storico in un'ottica globale di gestione ottimale del territorio che lo pone al centro dello sviluppo economico ed imprenditoriale come "zona" da rivitalizzare, riqualificare e rifunzionalizzare nel contesto della pianificazione generale del territorio sia a fini prettamente urbanistici, sia a fini socio economici e di sviluppo. In tal modo intendendo conciliare la tutela monumentale, artistica e storica con progetti di valorizzazione in chiave turistica, culturale, produttiva, commerciale, attorno ai quali richiamare l'attenzione del mondo imprenditoriale e finanziario ed attivare percorsi di rilancio socio-economico.

E' in questa luce che si pone la normativa regionale umbra n. 12/2008 che dopo aver fornito la definizione di "centri storici", intesi come insediamenti urbani di cui all'art. 29 della l.r. 24.3.2000 n. 27



Regione Umbria

(Piano urbanistico territoriale), che rivestono carattere storico, artistico, culturale, ambientale e paesaggistico individuati e perimetrati dal Comune, nello strumento urbanistico generale quali zone A, ai sensi del Dm. 2.4.1968 n. 1444, favorisce la realizzazione di programmi, progetti ed interventi di rivitalizzazione, riqualificazione e valorizzazione dei centri storici. Gli obiettivi perseguiti sono in particolare quelli rivolti al recupero edilizio ed urbanistico e alla riqualificazione architettonica ed ambientale del patrimonio edilizio esistente, sia esso pubblico e privato; la valorizzazione e tutela degli edifici di particolare pregio ed interesse storico architettonico e monumentale; la riqualificazione degli spazi pubblici e privati esistenti; il miglioramento dell'accessibilità e della mobilità anche con l'individuazione di nuovi percorsi con modalità alternative e con l'attuazione di interventi per l'abbattimento delle barriere architettoniche o urbanistiche; il mantenimento, l'insediamento e valorizzazione di attività artigiane, turistico-ricettive, direzionali, commerciali, di servizi sociali, ricreative, culturali ed artistiche anche con caratteristiche e spazi innovativi; l'individuazione di percorsi culturali e museali comprendente anche i locali storici esistenti; la realizzazione di punti informativi che costituiscono porte di accesso ai servizi ed alle reti turistico ricettive compreso l'uso delle tecnologie informatiche, telematiche e satellitari.

La normativa individua *nell'Ambito di Rivitalizzazione Prioritaria (ARP) e nel Quadro strategico di Valorizzazione* gli strumenti innovativi che consentiranno di attuare un'azione organica, risultato di una forte concertazione tra i comuni ed i soggetti interessati operanti all'interno dei centri storici.

L'Ambito di Rivitalizzazione Prioritaria, rappresenta l'area delimitata dal comune prevalentemente all'interno del centro storico, che presenta caratteri di degrado edilizio urbanistico, ambientale, economico, sociale e funzionale e, pertanto, costituisce luogo prioritario da rivitalizzare. Resta inteso che il processo di individuazione dell'ARP è del tutto volontario per l'amministrazione comunale; infatti l'art. 7 afferma che gli "ARP" *possano* e non *debbano* essere delimitati. Nel caso in cui l'amministrazione comunale decida di procedere all'individuazione degli ARP, la normativa stabilisce che gli ambiti definiti debbano rispondere ad alcune condizioni minime di degrado: almeno tre di quelle indicate al comma 2 dell'art. 7 della Lr.12/2008, quali ad esempio: inadeguatezza funzionale, manutentiva, igienica, tecnologica degli isolati e degli edifici che li compongono; carenza od obsolescenza delle infrastrutture a rete, dei servizi e delle aree verdi; perdita di famiglie residenti superiore al venticinque per cento negli ultimi dieci anni; ecc..

Il legislatore umbro, inoltre, prevede in modo alquanto innovativo, un sistema premiante ed incentivante per i privati che intendano investire nei centri storici della regione sia dal punto di vista strutturale ed edilizio, sia da quello di coloro che vogliano rilanciarne il tessuto delle attività commerciali,



artigianali, commerciali e turistiche. L'incentivo economico consiste in una Superficie Utile Coperta rapportata al costo degli interventi realizzabile in aree di Prg esterne al centro storico, di completamento o di estensione. Tale impostazione trova la sua concretizzazione all'interno del Quadro Strategico di Valorizzazione strumento programmatico, che i comuni insieme ai cittadini, alle associazioni di categoria ed ai soggetti interessati devono elaborare per mettere in evidenza tutte le criticità esistenti e le azioni necessarie per una rivitalizzazione del tessuto urbano. Il legislatore ha voluto eleggere le amministrazioni comunali a protagoniste ed artefici di tutto il processo di riqualificazione dell'area che include il centro storico ponendole in grado di attuare, con il concorso dei soggetti privati, degli operatori e dei residenti, una serie di importanti funzioni, quale la programmazione degli interventi di riqualificazione, gli investimenti e le risorse finanziarie disponibili.

L'adozione del Quadro Strategico di Valorizzazione è obbligatoria solo per i comuni con popolazione superiore ai diecimila abitanti o con il centro storico di estensione superiore a quattordici ettari di superficie territoriale (art. 4 comma 2 l.r.12/2008).

A tutt'oggi si evidenzia che tra i comuni obbligati alla redazione del QSV, quasi tutti hanno ottemperato alla realizzazione della prima fase, mentre altri sono già passati allo svolgimento della seconda fase (Bevagna, Città di Castello, Gualdo Tadino, Spello, Orvieto, Terni).

Rimangono indubbiamente aspetti estremamente qualificanti della normativa quelli che prevedono misure per le attività economiche da realizzare all'interno dei centri storici e degli Ambiti di Rivitalizzazione Prioritaria ed in particolare delle attività artigianali, quali l'ipotesi di ammettere giornate ed orari di apertura e di chiusura delle attività di vendita liberamente determinate dagli operatori, oltre i limiti previsti dalle normative in vigore; attività di pubblici esercizi per la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande con deroghe alle disposizioni di legge e regolamentari in materia di parametri numerici e superfici minime, oltreché alla previsione dell'apertura di esercizi multisettoriali quali attività integrate da un punto di vista imprenditoriale e spaziale che ricomprendano almeno due delle seguenti tipologie: artigianato, commercio, pubblici esercizi, servizi alberghieri ed extralberghieri di ricettività.

Attraverso due delibere della Giunta regionale, del 1 marzo 2010 n. 326 e del 22 marzo 2010 n. 584, sono stati approvati rispettivamente "Adozione atto di indirizzo Linee guida per la redazione del Quadro Strategico di Valorizzazione (QSV) di cui all'art. 4 comma 3 della l.r.12/2008" e "Adozione atto di indirizzo Modalità di individuazione e indicatori delle condizioni di degrado degli Ambiti di Rivitalizzazione Prioritaria (ARP) dei centri storici" di cui all'art. 7 comma 3 della l.r. 12/2008, con le quali si è inteso procedere alla completa attuazione della normativa.



La regione ha comunque inteso dare una piena e completa attuazione alle disposizioni in materia di centri storici, utilizzando non solo le risorse che provengono dai fondi e finanziamenti comunitari, ma anche da risorse statali e da altri capitoli del bilancio regionale, come ad esempio, quelli provenienti dai bandi PUC (*Programmi Urbani Complessi*) sistema integrato di azioni dei quali i Comuni si avvalgono per elevare la qualità del contesto urbano compreso il centro storico e la sua vivibilità, promuovendo al contempo il potenziamento delle attività economiche, culturali e dei servizi, oltre che residenziali ed infrastrutturali. Per l'attuazione dei PUC 2 sono stati sottoscritti accordi di programma tra la regione Umbria e sette (Perugia, Terni, Castiglione del Lago, Foligno, Spoleto, Todi, Narni) dei dieci comuni umbri ammessi a finanziamento, per un investimento complessivo di circa 160 milioni di euro derivanti da risorse pubbliche e private. In particolare per l'attuazione del programma sottoscritto dal comune di Perugia e l'Ater di Perugia (Decreto Presidente Gr. 22 febbraio 2010 n. 20) "Riqualificazione integrata per parti, rivitalizzazione diffusa" per un importo complessivo di quasi sedici milioni e mezzo di euro, si prevede un piano di marketing urbano in cui promozione della città, organizzazione degli eventi e delle attività culturali siano concepiti in una filosofia di attività integrate potenziando il ruolo del nucleo antico della città come polo culturale, sia a livello regionale che nazionale.

Il PUC 2 di Terni (Decreto Presidente Gr. 22 febbraio 2010 n. 22) "Un centro da favola. Realizzare la città immaginata" investe una superficie di quasi 795 mila mq. di cui oltre la metà nel centro storico. Obiettivo del programma è proporre un centro urbano più attrattivo e vivibile estendendone e consolidandone la funzionalità lungo il fiume Nera e nelle aree ex Siri "secondo gli assi del commercio, della cultura, del sociale e dell'ambiente urbano".

Il PUC 2 "la Città del lago" di Castiglione del Lago (Decreto Presidente Gr. 22 febbraio 2010 n. 17) si propone di ricollegare organicamente e funzionalmente le tre componenti urbane più significative: il lago Trasimeno, il Poggio ed il centro storico e la città moderna.

Il PUC 2 di Foligno "Foligno c'entro" (Decreto Presidente Gr. 22 febbraio 2010 n. 18) contempla la rivitalizzazione del centro storico attraverso azioni di incremento della residenzialità, di mantenimento e sviluppo dei servizi commerciali, la rifunionalizzazione di alcuni spazi per attività turistico-ricettive.

L'area individuata dal PUC 2 "Nuove Centralità, dalla tradizione alla cultura della contemporaneità" del comune di Narni (Decreto Presidente Gr. 22 febbraio 2010 n. 19) punta al miglioramento delle condizioni di vivibilità e di fruizione ottenibili tramite l'agevolazione della mobilità e dell'accessibilità nel centro antico della città e valorizzando le attività commerciali, artigianali, turistico-ricettive, culturali e servizi innovativi. A Spoleto il PUC 2 denominato "Piazza delle eccellenze" (Decreto Presidente Gr. 22 febbraio 2010 n. 21) intende costruire un modello di sviluppo armonico e sostenibile che



faccia leva sul centro storico attraverso progetti ed interventi in grado di creare opportunità di crescita culturale, economica e sociale promuovendo al contempo la qualità dei servizi.

Il Programma Urbano Complesso del comune di Todi “Le aree urbane del colle di Todi: il centro antico e le espansioni recenti” (Decreto Presidente Gr. 22 febbraio 2010 n. 23) interessa in particolare interventi di riqualificazione di spazi pubblici ed aree verdi.

Adeguate intervento volto ad incentivare le attività economiche imprenditoriali all’interno del tessuto urbano del centro storico è altresì quello diretto al riconoscimento ed alla valorizzazione dei *Centri Commerciali Naturali* che trova un’idonea ed opportuna disciplina all’interno dell’art. 22, il quale modifica ed integra la l.r. 3.8.1999 n. 24 (Disposizioni in materia di commercio in attuazione del d.lgs. 31.3.1998 n. 114).

Per Centri Commerciali Naturali si intendono “aggregazioni di operatori del commercio, artigianato, turismo e servizi ubicati in ambiti omogenei, che mediante forme associative realizzano politiche di sviluppo comuni”. In questa visione il Centro Commerciale Naturale assume la veste di una collaborazione strategica ed integrata tra Pubblica Amministrazione (comune) ed imprenditori per intraprendere uno sviluppo commerciale, artigianale continuativo e comunicazionale dell’area urbana interessata, puntando ad una rivitalizzazione del centro storico mediante l’aumento di frequentazione delle strade, delle vie e delle piazze e la moltiplicazione delle occasioni di acquisto. La scelta dell’aggettivo “naturale” evoca, infatti, la percezione che le tipologie commerciali non sono ubicate all’interno di spazi creati artificialmente, ma trovano una spontanea cornice nelle vie, nelle piazze e nei vicoli del centro storico, proponendosi come una vitale forma di aggregazione di tutti gli operatori economici finalizzata a riqualificare, rivitalizzare e valorizzare tale realtà attraverso progetti ed interventi di marketing urbano e comunicazione. In questa luce, il centro storico nella filosofia del Centro Commerciale Naturale torna ad essere il luogo eletto in una cornice storica, artistica, monumentale e culturale per offrire un’originale ed autentica proposta di prodotti artigianali e commerciali, accompagnata a modelli di ospitalità delle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere altamente di pregio e qualità (albergo diffuso, bed & breakfast, locande) insieme ad un’offerta ristorativa di prodotti tipici locali (ristoranti a chilometri zero).

A questo proposito, sono da ricordare alcuni progetti realizzati dalla Confcommercio della provincia di Perugia, cofinanziati dalla regione Umbria e dalla provincia di Perugia quali il Progetto City Mall e Urban.com rivolti alle imprese ricadenti nei centri storici dei comuni di Gubbio, Perugia, Nocera Umbra, Todi, Spoleto, Gualdo Tadino, Torgiano, Deruta, Umbertide, finalizzati a riqualificare i centri storici in conseguenza della perdita della loro “attrattività” dovuta ad una complessa serie di fattori quali,



ad esempio: l'apertura di centri commerciali extraurbani (ipermercati), diminuita capacità di spesa delle famiglie, cambiamento negli stili di vita dei consumatori, attività di concorrenza sleale. In particolare tali progetti hanno cercato di incentivare la costituzione e l'avvio di forme di aggregazione di "reti" tra imprese attraverso lo sviluppo di iniziative di promozione ed animazione commerciale del centro storico, trovando sostegno in interventi di valorizzazione complessiva dell'area e facendo leva su aspetti quali la residenzialità, la mobilità, l'accessibilità, la sicurezza, l'arredo urbano secondo un approccio di sviluppo integrato del territorio.



Capitolo 2

Analisi di iniziative innovative e di successo in Italia ed in Europa

2.1. Marchi, club di prodotto e unioni di prodotto di settore in Italia

Negli ultimi anni si sono andati diffondendo nelle varie regioni diversi processi di certificazione della qualità territoriale e delle produzioni locali, con l'attribuzione di marchi a valenza regionale e nazionale quali strumenti che rientrano nel quadro delle strategie di valorizzazione e di promozione dello sviluppo territoriale. Le diverse iniziative che emergono nel panorama nazionale tendono a coniugare le tradizioni locali dei borghi con aspetti innovativi, ricercando forme di collaborazione con altre realtà al fine di aumentare la loro forza e visibilità sul mercato. Interessante risulta a nostro avviso proporre in questa sede alcune iniziative di aggregazione tra borghi che si connotano tra le più significative e rappresentative nel panorama italiano, tali da rappresentare esperienze da replicare e diffondere anche nella realtà umbra, dove peraltro già alcuni borghi si stanno da tempo muovendo in questa direzione.

Le aggregazioni di borghi basate su caratteri e requisiti comuni, possono assumere la forma di associazione, di club di prodotto o di rete a livello nazionale; oppure possono essere dei network a carattere locale, che raggruppano borghi di ambiti circoscritti (ad esempio, di livello regionale); o inoltre possono essere associazioni basate su tematismi specifici, sui quali i borghi intendono puntare per la propria valorizzazione e promozione.

2.1.1 L'Unione di Prodotto "Città d'Arte, Cultura e Affari" in Emilia Romagna

In Emilia Romagna nel 1998 a seguito dell'entrata in vigore della Legge Regionale 7/98, è stata costituita l'associazione denominata "Unione di Prodotto delle Città d'Arte, Cultura e Affari dell'Emilia Romagna" a cui aderiscono soci e città d'arte e monumentali dell'Emilia Romagna. Fanno parte dell'Associazione sia soggetti pubblici (tutti gli enti pubblici, anche in forma associata, con competenza in materia d'offerta turistica legata in modo prevalente al turismo d'arte, cultura e affari), che soggetti privati, persone fisiche e giuridiche private, nonché le aggregazioni di fatto di soggetti privati, anche temporaneamente costituite, che siano portatrici di un prodotto funzionale alle attività dell'Associazione. I soci privati abilitati alla commercializzazione del prodotto turistico in questione,



sono ammessi nell'Associazione soltanto nel caso in cui si trovino nelle condizioni di commercializzare non meno di 400 camere o 500 posti letto extra alberghieri. Le destinazioni che ne fanno parte, definite anche "luoghi del cuore", cioè in grado di suscitare emozioni nel visitatore, sono: Piacenza, Parma, Reggio Emilia, Modena, Bologna, Ferrara, Ravenna, Faenza, Forlì - Cesena, Rimini. Si tratta di città che non figurano nei grandi circuiti di massa del turismo culturale, ma forse proprio per questo più sorprendenti; sono destinazioni tutte vicine fra loro, facili da raggiungere e perfettamente collegate, che pertanto, possono essere inserite nello stesso viaggio, collegate in un itinerario e raggiunte anche con mezzi di trasporto alternativi, quali ad esempio la bicicletta. A questo mezzo è collegato il progetto "Cycle-r." che prevede la realizzazione di pacchetti tutti compreso con uso del navigatore satellitare, bici, mappa, hotel specializzati con deposito, officina e lavanderia.

L'Unione di Prodotto Città d'Arte, Cultura e Affari raggruppa oltre ai capoluoghi di provincia anche i tanti interessantissimi centri medi o piccoli diffusi sul territorio regionale. I circuiti museali, le rassegne teatrali, musicali e d'arte, le grandi mostre, i tour storico-monumentali e dell'artigianato artistico e l'antiquariato vanno a comporre il prodotto "città d'arte", a cui si aggiungono i prodotti per convegni e congressi, i centri d'affari e le strutture fieristiche, di supporto al ricco tessuto produttivo e commerciale locale e nazionale.

L'Associazione emiliana si pone le seguenti finalità:

1. riunire i soggetti pubblici e privati al fine di concertare le attività di promozione dei territori di riferimento e le attività di commercializzazione del loro prodotto turistico;
2. valorizzare il prodotto turistico e il patrimonio artistico e culturale delle Città d'Arte dell'Emilia Romagna e favorirne la conoscenza e l'accesso da parte dei turisti;
3. promuovere itinerari, strutture, eventi, servizi turistici che i territori delle Città d'Arte, Cultura e Affari dell'Emilia Romagna offrono;
4. potenziare e coordinare l'insieme dei servizi legato al turismo congressuale, raccordandolo al sistema turistico regionale;
5. sviluppare la qualità e l'uniformità dei servizi turistici dei comparti delle Città d'Arte, Cultura e Affari dell'Emilia Romagna.

2.1.2 Le Bandiere Arancioni

La Bandiera Arancione è il marchio di qualità turistico ambientale del Touring Club Italiano rivolto alle piccole località dell'entroterra che si distinguono per un'offerta di eccellenza e un'accoglienza di qualità. L'idea è nata nel 1998 in Liguria, dietro l'esigenza della regione di valorizzare l'entroterra. Il Tou-



ring sviluppò quindi un modello di analisi (*Modello di Analisi Territoriale, M.A.T.*) che portò all'individuazione delle prime località "arancioni" e alla volontà di promuovere il marchio in tutta Italia. Il Programma territoriale Bandiere Arancioni si rivolge in particolare ai Comuni dell'entroterra con una popolazione residente massima di 15.000 unità che:

- intendono intraprendere un percorso di miglioramento della destinazione nel suo complesso, con il supporto del "Piano di miglioramento" formulato dal TC per l'autoanalisi;
- sono in grado di offrire un sistema di offerta turistica e di accoglienza organizzato;
- si distinguono per tipicità e valorizzazione della propria identità e cultura;
- presentano risorse artistiche, architettoniche, naturalistiche accessibili e fruibili;
- dimostrano sensibilità verso tematiche di sostenibilità del territorio e garantiscono un'elevata qualità ambientale e paesaggistica;
- presentano un centro storico ben conservato e non compromesso da interventi e/o alterazioni;
- non presentano elementi che minacciano l'attrattività complessiva della destinazione (quali ad esempio, aree moderne di impatto visivo negativo, elementi detrattori dell'integrità paesaggistica, ecc.).

L'ottenimento del marchio avviene in base a diversi criteri tra i quali: la valorizzazione del patrimonio culturale, la tutela dell'ambiente, la cultura dell'ospitalità, l'accesso e la fruibilità delle risorse, la qualità della ricettività, della ristorazione e dei prodotti tipici. Il marchio ha validità biennale e richiede il mantenimento dei requisiti nel tempo.

Il Touring Club ha sviluppato un impianto metodologico costituito da un modello valutativo e un percorso di valorizzazione del territorio (M.A.T.) che permette una valutazione della qualità territoriale e dei servizi turistici della località; l'elaborazione di Piani di miglioramento territoriali in un'ottica di sviluppo turistico sostenibile e disciplina infine l'assegnazione della Bandiera Arancione.



Criteria di analisi¹

L'analisi delle località ripercorre l'esperienza del turista, dalla ricerca delle informazioni alla visita della destinazione, attraverso una valutazione quali-quantitativa che verifica oltre 250 criteri di analisi, raggruppati in cinque macroaree relative agli aspetti più rilevanti del sistema di offerta di una piccola località. Le macroaree riguardano:

1. ACCOGLIENZA

Informazioni turistiche e segnaletica

Sito Internet

Accessibilità e trasporti

Presenza e completezza dei servizi e degli strumenti di informazione turistica e del sistema di segnaletica; accessibilità alla località, mezzi di trasporto, gestione del traffico e mobilità interna.

2. RICETTIVITÀ E SERVIZI COMPLEMENTARI

Ricettività alberghiera ed extralberghiera

Ristorazione

Servizi complementari

Completezza, varietà e livello del sistema ricettivo e ristorativo, nonché dei servizi complementari.

3. FATTORI DI ATTRAZIONE TURISTICA

Attrattività ambientale

Attrattività storico-culturale

Produzioni locali tipiche

Attrattività sociale ed eventi

Grado di conservazione e fruibilità delle risorse storico-culturali e ambientali; offerta di produzioni agroalimentari e artigianali tipiche; valorizzazione della cultura locale attraverso manifestazioni ed eventi.

4. QUALITÀ AMBIENTALE

Gestione ambientale

Gestione rifiuti

Verde urbano

Fonti rinnovabili e risparmio energetico

Educazione ambientale

Elementi di impatto

Azioni intraprese nell'ambito della gestione ambientale e dei rifiuti; adozione di soluzioni volte al risparmio energetico e iniziative di educazione ambientale; presenza di eventuali elementi detrattori della qualità paesaggistica e ambientale.

5. STRUTTURA E QUALITÀ DELLA LOCALITÀ

Conformazione urbanistica

Elementi strutturali e arredo urbano

Atmosfera e ospitalità

Valutazione delle componenti della destinazione, anche immateriali, decisive per determinare l'esperienza del visitatore e creare un'immagine positiva della destinazione.

La Bandiera Arancione intende stimolare una crescita sociale ed economica attraverso lo sviluppo sostenibile del turismo. Si è costituita nel 2002 l'Associazione delle Bandiere Arancioni che ha sede a Dolceacqua (IM) e riunisce i paesi che hanno ottenuto dal Touring Club Italiano il riconoscimento della Bandiera Arancione. I paesi soci (con una popolazione totale intorno ai 500.000 abitanti) rappresentano un circuito turistico virtuale basato su un valore reale, in grado di indirizzare le scelte dei

¹ Fonte: Sito Internet Bandiere Arancioni www.bandierearancioni.it



viaggiatori e garantire la qualità dell'esperienza di visita.

Le azioni dell'Associazione mirano a consolidare processi virtuosi di miglioramento quantitativo e qualitativo delle esperienze di rete su tematiche legate all'ambiente, al turismo e al territorio, attraverso un confronto costante, l'ottimizzazione dell'informazione amministrativa, la condivisione e lo scambio efficace di buone pratiche. I Comuni certificati che aderiscono al network delle Bandiere Arancioni hanno l'opportunità di fruire di azioni di comunicazione diversificate e mirate per raggiungere sia i mercati italiani che quelli esteri potenzialmente attratti da questa tipologia di offerta. Il network delle località certificate realizza iniziative sul territorio volte al coinvolgimento della comunità locale e dei viaggiatori per:

- sviluppare la consapevolezza nei cittadini di vivere in un luogo eccellente;
- sensibilizzare la comunità locale sui valori che contraddistinguono il Programma Bandiere Arancioni;
- avvicinare i viaggiatori a queste piccole realtà;
- promuovere le località e diffondere i valori del Programma.

In dieci anni di attività il Touring Club ha analizzato circa 2000 Comuni assegnando la Bandiera Arancione a 178 località². In Umbria, ad oggi, hanno ottenuto tale riconoscimento nove comuni: Bevagna, Città della Pieve, Montefalco, Montone, Norcia, Panicale, Spello, Trevi e Vallo di Nera.

Graf. 1 - Mappa delle Bandiere Arancioni nelle regioni italiane (dicembre 2010)



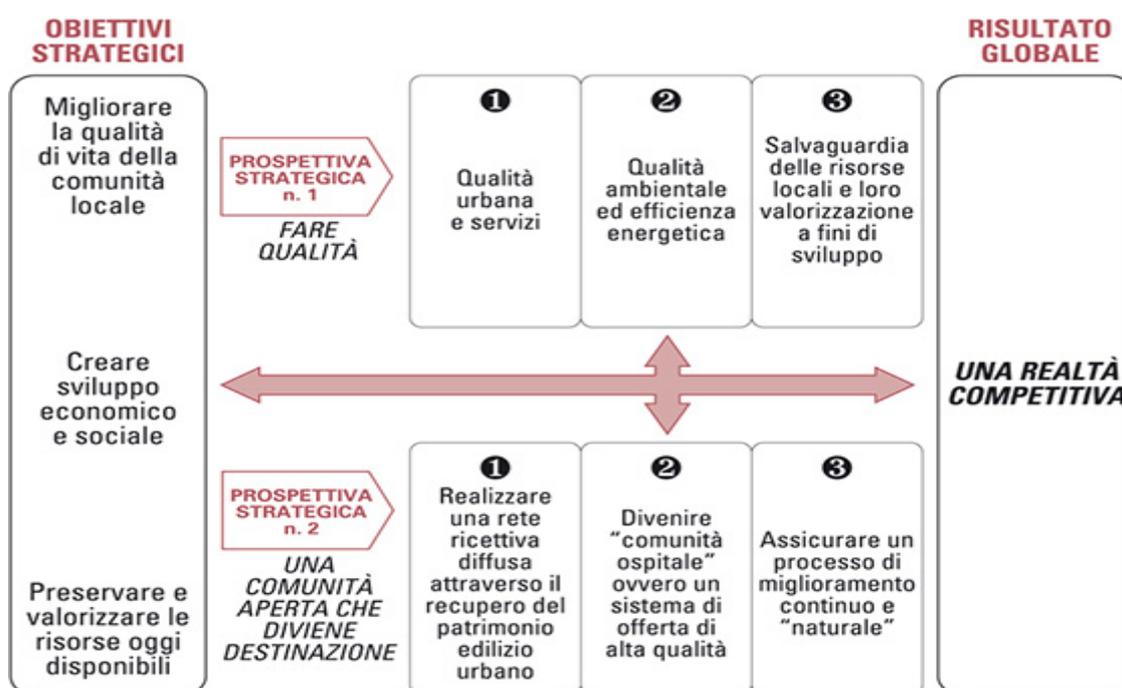
Fonte: ns. elaborazione su dati sito www.bandierearancioni.it

² Il dato è aggiornato a dicembre 2010.

Regione Umbria

2.1.3 L'Associazione I Borghi Autentici d'Italia

I Borghi Autentici d'Italia è un'associazione fra piccoli comuni che s'impegnano in un percorso di miglioramento continuo della struttura urbana, dei servizi verso i cittadini, del contesto sociale, ambientale e culturale. La rete dei Borghi Autentici vede come protagonisti le comunità, gli amministratori locali e gli operatori economici e culturali dei luoghi consapevoli di avere risorse ed opportunità per creare nuovo sviluppo. È una realtà che considera la comunità locale quale luogo, contesto umano e culturale sinonimo del buon vivere, di gusto, tradizioni, di un saper fare creativo e di una dimensione sociale dolce; una comunità che si apre all'esterno e che rappresenta l'elemento decisivo e di valore del proprio disegno di sviluppo. La rete realizza il *Piano Strategico di Comunità* al fine di pianificare lo sviluppo del territorio e della comunità locale. In questo ambito viene utilizzata una metodologia di integrazione di tutti i fattori, materiali ed immateriali, e di analisi partecipata di tutte le risorse, per definire gli assi strategici a 10 anni, con indicazioni e previsioni puntuali sui vari livelli della vita sociale ed economica locale: urbanistica, ambiente, risorse produttive, cultura e beni culturali, sostenibilità e valorizzazione ambientale, infrastrutturazione e assetto del territorio, servizi e qualità sociale, funzionamento della pubblica amministrazione, governance locale, pianificazione finanziaria interna (enti locali) ed esterna (sovvenzioni, trasferimenti, risorse private attivabili, indebitamento). In sintesi l'Associazione condivide la seguente *visione strategica*:



Fonte: sito web www.borghiautenticiditalia.it



Numerose sono le iniziative portate avanti dall'Associazione dei Borghi, tra cui sono da menzionare:

- la creazione di un "Fondo per la qualità urbana e per la qualità sociale" dei Borghi. Si prevede in questo ambito lo sviluppo di iniziative pilota per la riqualificazione del contesto e del patrimonio urbano privato; l'adozione di metodi di bioarchitettura nelle attività di recupero edilizio; la concezione e la realizzazione di adeguati strumenti e metodologie di programmazione e pianificazione urbanistica e strategica del territorio; lo studio e l'adozione di processi amministrativi più efficienti e aperti al concorso dei cittadini (Progetto Strategico "Rinascimento Urbano");
- il miglioramento dell'efficienza energetica su scala comunale attraverso l'individuazione di soluzioni di risparmio e di creazione di nuove fonti (progetto strategico "Borgo Intelligente");
- lo sviluppo di programmi mirati per il sostegno alle micro – attività economiche nei centri storici, al fine di incrementarne la vivibilità e migliorare i servizi alla popolazione e agli ospiti – turisti;
- l'istituzione di "laboratori" volti a ricercare e valorizzare i caratteri e le peculiarità della tradizione e della cultura locale anche in chiave di valorizzazione e di marketing;
- lo sviluppo di partnership con importanti istituzioni bancarie allo scopo di definire e attivare strumenti di ingegneria finanziaria adeguati alla dimensione del piccolo comune e utili a supportare programmi di recupero e valorizzazione della struttura urbana;
- l'attivazione di progetti a rete fra i Borghi partecipanti all'Associazione, rivolti a promuovere iniziative in campo economico, sociale, culturale e delle nuove tecnologie. Tali progetti sono proposti nell'ambito di programmi sostenuti a livello regionale, nazionale e comunitario.

L'Associazione Borghi Autentici d'Italia tra le altre iniziative prevede lo sviluppo di un progetto denominato "Comunità Ospitali" nel quale il borgo e la sua comunità costituiscono un modello innovativo di offerta turistica rappresentando la motivazione principale della vacanza. I protagonisti di questo progetto sono quei piccoli Comuni che, partendo dai patrimoni e dalle risorse presenti e disponibili sul territorio, organizzano un sistema di ospitalità moderno, sostenibile sul piano ambientale ed attento al carattere identitario locale. Le unità abitative destinate al soggiorno sono diffuse nei centri storici di questi piccoli borghi dove, attraverso una gestione unitaria dell'offerta turistica, gli ospiti hanno la possibilità di usufruire di veri e propri servizi alberghieri come l'accoglienza e l'assistenza presso la reception centrale, la prima colazione portata direttamente agli ospiti nelle loro residenze, la ristorazione e, naturalmente, i servizi di pulizie delle unità abitative. Le residenze delle Comunità Ospitali sono strutture immerse nel patrimonio edilizio storico e caratteristico del borgo, collocate in edifici sapientemente ristrutturati dove sono conservate e valorizzate le tipologie architettoniche. Nel recupero edilizio delle residenze e nel loro arredamento sono adottati criteri di bioarchitettura e



Regione Umbria



sono prese in considerazione soluzioni funzionali ecologicamente orientate. I borghi che aderiscono all'Associazione sono distribuiti quasi in tutte le regioni d'Italia secondo la ripartizione riportata nel grafico sottostante. In Umbria sono 2 i borghi che ad oggi aderiscono all'associazione: Papiano e Pietralunga in provincia di Perugia.

Graf. 2 - I Borghi Autentici d'Italia nelle regioni italiane



Fonte: ns. elaborazione su dati tratti dal sito www.borghiautenticiditalia.it

2.1.4 I Borghi più Belli d'Italia

L'associazione è nata nel 2001 per iniziativa dell'Associazione Nazionale Comuni Italiani (ANCI) e raccoglie i piccoli comuni che presentano un elevato valore artistico e storico con lo scopo di proteggere, promuovere e sviluppare tali centri, per la grande parte emarginati dai flussi dei visitatori e dei turisti. Queste realtà della cosiddetta Italia "Minore", si trovano spesso in situazioni di marginalità rischiando lo spopolamento e il degrado, per cui vengono valorizzate dall'associazione collegandole in un circuito turistico di qualità. Per essere ammessi al club di prodotto occorre corrispondere ad una serie di requisiti previsti nell'ambito della "Carta di Qualità", di carattere strutturale (come l'armonia architettonica del tessuto urbano e la qualità del patrimonio edilizio pubblico e privato), e di carattere generale, che attengono alla vivibilità del borgo in termini di attività e di servizi al cittadino. I Comuni debbono inoltre impegnarsi a migliorare continuamente tali requisiti in quanto l'ingresso nel Club non ne garantisce la permanenza qualora non vengano riscontrate azioni concrete per accrescere la qualità dei borghi. Nella Carta di Qualità vengono definite le modalità di attribuzione, uso e ritiro del marchio ed i criteri di ammissione o di esclusione dal Club dei Borghi Più Belli d'Italia.



Criteria di ammissione³

Per essere ammesso nel Club il Comune deve avere una popolazione che nel Borgo antico del Comune o nella Frazione indicata non superi i duemila abitanti. Nel Comune non si possono superare i 15.000 abitanti. (+ il 10% su valutazione del Comitato Scientifico).

Deve possedere un patrimonio architettonico e/o naturale certificato da documenti in possesso del Comune e/o dalla Soprintendenza delle Belle Arti. Gli edifici storici devono prevalere sull'insieme della massa costruita e dar luogo ad un complesso esteticamente omogeneo.

Deve offrire un patrimonio di qualità che si faccia apprezzare per i seguenti motivi:

a) qualità urbanistica, ovvero:

- qualità degli accessi al Borgo;
- compattezza e omogeneità della massa costruita;
- possibilità di percorsi diversi all'interno del Borgo;
- conservazione del legame tra microsistema urbano, storicamente determinato, e ambiente naturale circostante;

b) qualità architettonica, ovvero:

- armonia e omogeneità dei volumi costruiti;
- armonia e omogeneità dei materiali delle facciate e dei tetti;
- armonia e omogeneità delle "aperture" (porte, portoni, finestre, luci ecc.);
- presenza di elementi decorativi simbolici (frontoni, insegne, stucchi ecc.).

Il Borgo deve manifestare, attraverso fatti concreti, una volontà e una politica di valorizzazione, sviluppo, promozione e animazione del proprio patrimonio misurabili secondo i seguenti criteri:

a) valorizzazione, ovvero:

- chiusura permanente o temporanea del borgo alla circolazione automobilistica;
- organizzazione di parcheggi esterni;
- trattamento estetico, ovvero mimetizzazione delle linee aeree elettriche e telefoniche;
- esistenza di sfumature e gradazioni di colori nelle facciate;
- rinnovamento e abbellimento delle facciate;
- trattamento e studio particolare dell'illuminazione pubblica;
- trattamento delle insegne pubblicitarie;
- trattamento degli spazi pubblici;
- cura del verde pubblico e installazione di fioriere;

b) sviluppo, ovvero:

- conoscenza e stimolo della frequentazione turistica;
- presenza di un'offerta di alloggio, ristorazione e attività ludiche, sportive o culturali;
- esistenza di artigiani d'arte o di servizi;
- esistenza di attività commerciali;
- partecipazione a strutture e iniziative intercomunali;

c) promozione, ovvero:

- esistenza di un punto di informazione o accoglienza;
- organizzazione di visite guidate;
- edizione di guide o opuscoli promozionali;
- esistenza di una segnaletica direzionale e informativa;

d) animazione, ovvero:

- esistenza di spazi e strutture per le feste al coperto o all'aperto;
- organizzazione di eventi originali e di qualità;
- organizzazione di manifestazioni permanenti o temporanee.

³ Fonte: "Carta di Qualità" Club I Borghi più belli d'Italia.



Regione Umbria



Sono 202 i piccoli comuni che aderiscono all'associazione, concentrati in modo particolare nelle regioni del centro e del nord Italia. L'Umbria nonostante le sue piccole dimensioni è la regione con il numero più elevato di borghi ammessi nel club (22): Arrone, Bettona, Bevagna, Castiglione del Lago, Citerna, Corciano, Deruta, Giove, Lugnano in Teverina, Massa Martana, Monte Castello di Vibio, Montefalco, Montone, Norcia, Paciano, Panicale, San Gemini, Spello, Stroncone, Torgiano, Trevi, Vallo di Nera.

Tab. 1 - Numero Borghi più Belli d'Italia per regione

Regioni	Numero Borghi più belli d'Italia
Valle d'Aosta	2
Piemonte	11
Liguria	19
Lombardia	16
Trentino Alto Adige	7
Veneto	4
Friuli Venezia Giulia	6
Emilia Romagna	11
Toscana	16
Marche	18
Umbria	22
Lazio	11
Abruzzo	19
Molise	1
Campania	6
Puglia	9
Basilicata	5
Calabria	8
Sicilia	8
Sardegna	3
Totale Italia	202

Fonte: ns. elaborazione dati sito www.borghitalia.it



Tra le iniziative realizzate dal club va ricordata la “Borghi card”, una card turistica che offre vantaggi e sconti nei negozi, nelle botteghe e nelle attività ricettive dei Borghi.

Per favorire la promozione degli associati e dare loro una maggiore visibilità viene organizzato dal 2006 un “Festival Nazionale dei Borghi” oltre alla partecipazione a diverse fiere e Borse specialistiche nazionali e internazionali, che vedono il prodotto “borghi” abbinato all’offerta di tipo naturalistico (come nel caso, ad esempio, della Borsa dei “Borghi più belli d’Italia” inserita nella Borsa internazionale del Turismo Natura). Nel settembre 2003 a Castiglione del Lago (PG) sede operativa del club I Borghi più Belli d’Italia si è costituita la “*Federation des Plus Beaux Villages de la Terre*” che comprende le associazioni nazionali dei Borghi di Francia, Belgio (Vallonia), Italia e Spagna (Navarra) e, in veste di osservatori, Canada (Quebec), Giappone, Austria e Germania. L’ANCI ha inteso favorire l’introduzione nei singoli Paesi della certificazione e della promozione delle reti di marche territoriali tipiche riconosciute sulla base di parametri comuni definiti a livello comunitario, in modo da:

- contribuire ad allargare e caratterizzare l’offerta integrandola con il territorio;
- elevare e certificare la qualità dell’offerta;
- esaltare la caratterizzazione dell’appartenenza all’Europa;
- rendere accessibile l’offerta al maggior numero di cittadini, a condizione di rispettare i limiti derivanti dalla logica del turismo sostenibile;
- favorire le azioni dirette a valorizzare nuove reti di marche territoriali e locali⁴.

2.1.5 Le Città Slow

Nell’ambito delle numerose esperienze di network tra città e borghi presenti nel panorama nazionale, risulta interessante considerare anche quelle iniziative che puntano su alcuni “tematismi” per aggregare tra loro le singole realtà. Tra queste va menzionato il Movimento Cittàslow nato nel 1999 dall’intuizione di Paolo Saturnini, allora Sindaco di Greve in Chianti, fatta propria dai Sindaci delle città di Bra, di Orvieto e di Positano e accolta da Carlo Petrini, Presidente di Slow Food.

L’obiettivo era ed è quello di allargare la filosofia di Slow Food alle comunità locali e al governo delle città, applicando i concetti dell’ecogastronomia alla pratica del vivere quotidiano.

I Comuni che aderiscono all’associazione sono:

- animati da individui curiosi del tempo ritrovato, dove l’uomo è ancora protagonista del lento, benefico succedersi delle stagioni;
- rispettosi della salute dei cittadini, della genuinità dei prodotti e della buona cucina;

⁴ P. Bonagura, *Il ruolo dei Comuni come destinazione turistica*, XIII Rapporto sul Turismo Italiano, Mercury, 2004, p. 557



- ricchi di affascinanti tradizioni artigiane, di preziose opere d'arte, di piazze, di teatri, di botteghe, di caffè, di ristoranti, luoghi dello spirito e paesaggi incontaminati;
- caratterizzati dalla spontaneità dei riti religiosi, dal rispetto delle tradizioni, dalla gioia di un lento e quieto vivere.”⁵

L'iniziativa ha trovato larghi consensi ed ampia diffusione sia in Italia che all'estero, tanto che ad oggi l'Associazione unisce 141 città in 23 Paesi del mondo. La rete Italiana delle Cittàslow collegata a quella Internazionale è costituita da 71 città al di sotto dei 50.000 abitanti, di cui il 14% è situato in Umbria. Le città associate sono: Amelia, Bevagna, Orvieto, Monte Castello di Vibio, Montefalco, Preci, San Gemini, Todi, Torgiano, Trevi.

La rete attuando i principi della carta costitutiva guarda con attenzione alla salvaguardia ed alla valorizzazione del territorio e dell'ambiente, alla cultura del buon vivere senza trascurare quella dell'accoglienza. Tra i principi di base vi è anche quello di promuovere *“tra tutti i cittadini, e non solo tra gli operatori, la consapevolezza di vivere in una CittàSlow, con una particolare attenzione al mondo dei giovani e della scuola, attraverso l'introduzione sistematica della educazione al gusto”*. A tal fine vengono portate avanti una serie di iniziative in stretto legame di collaborazione con Slow Food e Terra Madre, per aumentare nella comunità locale la consapevolezza di vivere all'interno di una CittàSlow e rendere tali principi parte integrante dell'identità del luogo e quindi della sua attrattività.

2.1.6 Le Città d'Identità e Res Tipica

Res Tipica nasce nel 2003 ad opera dell'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI) e dell'associazione *“Le Città d'Identità”* per valorizzare le identità locali basate sui valori territoriali ed aumentare l'attrattività turistica del nostro Paese basandosi sulla qualità e sull'unicità delle risorse. Il progetto, rivolto principalmente ai Comuni di piccole e medie dimensioni, intende valorizzare, anche al di fuori dei confini nazionali, quell'immenso patrimonio che incorpora i saperi delle comunità, le caratteristiche dell'ambiente e le produzioni tipiche, trasformando questo grande capitale culturale e sociale in qualità della vita per chi in quei luoghi risiede anche solo temporaneamente e in occasioni di sviluppo sociale ed economico rispettoso dei valori e della cultura.

Le Associazioni Nazionali delle Città di Identità sono: Città del Vino (588 soci), Città dell'Olio (354), Città della Nocciola (221), Club I Borghi più belli d'Italia (200), Città del Bio (206), Paesi Bandiera Arancione (119), Città dei Sapori (114), Borghi Autentici d'Italia (116), Città del Castagno (93), Città Slow (68), Città delle Ciliegie (56), Città del Tartufo (53), Città del Miele (47), Città del Pane (45), Città

⁵ Tratto dal sito dell'associazione www.cittaslow.net



della Terra Cruda (41), Città della Ceramica (36), Città della Chianina (32), Paesi Dipinti (25), Città del Pesce di Mare (17), Città dell'Infiorata (17), Città della Bufala (15), Città del Riso (15), Città delle Grotte (14), Città della Lenticchia (10), Città dei liquori (12), Città della Mela Annurca (7), Città del Tabacco (6). Obiettivo strategico dell'iniziativa consiste nel suscitare attraverso le "identità" nuovi stimoli per la scelta del viaggio inteso come voglia di conoscenza nel territorio e dal vivo, delle culture materiali che garantiscono valori unici.

Tra gli obiettivi prioritari del progetto vi è la promozione della ristorazione di qualità, la visibilità all'estero dei Comuni italiani e delle imprese che in essi operano e la tutela del consumatore, sviluppando sistemi di tracciabilità nel settore agroalimentare.

L'associazione Res Tipica tra le principali attività si propone di:

- valorizzare le identità territoriali delle Associazioni aderenti anche attraverso l'organizzazione di manifestazioni concorsuali intese a promuovere proprio quei territori che con le loro peculiarità ambientali, culturali ed enogastronomiche danno vita a tali eccellenze;
- seguire le amministrazioni locali nello sviluppo delle attività volte alla promozione nazionale ed internazionale dei territori e fornire assistenza tecnica alla formazione di nuove associazioni di identità;
- sostenere lo sviluppo di prodotti multimediali finalizzati a divulgare e a promuovere i temi legati alla cultura alimentare, alla conoscenza del patrimonio enogastronomico, all'educazione ad una corretta alimentazione.

Res Tipica riunisce 27 Associazioni d'Identità, 40 province, 51 Comunità Montane, 11 Camere di Commercio, 3 Unioni di Comuni, 8 Enti Parco e 8 Strade del Vino, per un totale di 1.968 Enti locali⁶.

2.1.7 L'Ospitalità diffusa e il Programma interregionale "Ospitalità nei Borghi"

Tra le iniziative finalizzate alla valorizzazione dei borghi che vede il coinvolgimento di diverse regioni va ricordato il progetto di ospitalità diffusa "Ospitalità nei Borghi" a cui partecipano le regioni: Campania, Basilicata, Friuli Venezia Giulia, Liguria, Molise, Toscana ed Emilia Romagna. Il progetto si pone in un'ottica di programmazione integrata proponendo oltre al recupero fisico del patrimonio edilizio una fruizione reale ed una valorizzazione delle risorse, anche di tipo economico.

Le finalità che il progetto intende perseguire sono quelle di:

- valorizzare turisticamente le aree dell'entroterra con l'identificazione di un campione rappresentativo di piccoli borghi che abbiano un potenziale di attrazione turistica, collocabili in itinerari tematici di tipo storico-culturale, di siti riconosciuti dall'Unesco Patrimonio dell'Umanità o di in-

⁶ I dati sono tratti dal portale www.restipica.net.



teresse naturalistico o produttivo tipico (ad esempio: artigianato artistico, enogastronomico, ecc.);

- sviluppare ospitalità e accoglienza di qualità nelle forme più consone alla storia e alla geografia delle aree interne (ricezione sostenibile);
- contrastare l'abbandono dei borghi attraverso la creazione di nuove e diversificate forme di integrazione del reddito familiare (ad esempio erogazione di piccoli contributi ai residenti interessati ad accogliere turisti nelle proprie case o in loro proprietà adibite a servizi di accoglienza);
- promuovere reti di scambio e cooperazione tra comuni dotati di borghi con caratteristiche turistiche comuni;
- potenziare la diffusione dei marchi di qualità (come ad esempio Le Bandiere Arancioni).

La promozione e la valorizzazione di questi borghi avviene attraverso:

- piccoli interventi di manutenzione straordinaria e arredo urbano (sistemazione aree a verde, piani colore, cartellonistica, illuminazione,...);
- l'erogazione di piccoli contributi ai residenti interessati ad accogliere turisti nelle proprie case o in loro proprietà adibite a servizi di accoglienza;
- la predisposizione di strumenti promozionali comuni dei singoli borghi e della loro rete nazionale, nonché l'organizzazione di *Fam trip* (tour di familiarizzazione) rivolti a specifici target di turisti;
- l'istituzione di premi, festival, workshop formativi per cortometraggi aventi come tema il borgo.

Tra le forme di ospitalità diffusa che sta suscitando un crescente interesse negli ultimi anni va segnalata la formula ricettiva dell'*albergo diffuso* che si è rivelata particolarmente adatta per i centri storici, in cui la valorizzazione di edifici preesistenti soddisfa la domanda turistica senza ricorrere a nuove costruzioni. L'albergo diffuso può essere definito come "un albergo orizzontale, situato in un centro storico, con camere e servizi dislocati in edifici diversi, seppure vicini tra di loro" (G. Dall'Ara). Questa tipologia ricettiva costituisce una struttura unitaria che si rivolge ad una domanda che intende soggiornare in un contesto urbano di pregio, a contatto con i residenti, più che con gli altri turisti, usufruendo dei normali servizi alberghieri.

L'idea che nasce negli anni Ottanta, si è rivelata particolarmente adatta per valorizzare borghi e paesi con centri storici di interesse artistico ed architettonico, che possono recuperare vecchi edifici chiusi e non utilizzati, ed al tempo stesso possono evitare il problema della costruzione di nuove strutture. L'albergo diffuso può essere visto anche come un modello di sviluppo turistico territoriale coerente con i principi dello sviluppo locale sostenibile⁷. Alla base di questa idea c'è la concezione che vivere la

⁷ Dall'Ara G., *Albergo diffuso: un'idea che piace*, in "La Rivista del Turismo", n1/2002pp. 36-40.....



vacanza in un albergo diffuso significa: “abitare una casa ed entrare a far parte del territorio, della gente, della città, di un paese,...”, proponendo di far conoscere al turista la vita di tutti i giorni, la frequentazione delle località turistiche da un altro punto di vista.

L’interesse crescente verso questi modelli di ricettività ha richiesto l’esigenza di regolamentazione del settore sia sotto il profilo amministrativo che sotto l’aspetto legislativo, estendendo in taluni casi l’ambito dalla ricettività alla “ospitalità” del territorio⁸.

La regione Umbria con la lr. 27 dicembre 2006 n. 18 “Legislazione turistica regionale” classifica tra gli esercizi alberghieri anche gli alberghi diffusi (art. 22 comma 1). Secondo la normativa umbra gli alberghi diffusi vengono intesi come “strutture ricettive alberghiere situate nei centri storici minori, caratterizzate dalla presenza di un unico edificio in cui vengono offerti i servizi comuni e dalla dislocazione delle unità abitative in uno o più edifici separati, connotati dalla dotazione di arredi, attrezzature e servizi omogenei” (art. 23 comma IV). Alla Giunta regionale è attribuito il compito di stabilire la distanza massima tra le unità abitative e l’edificio principale, nonché le caratteristiche dei centri storici minori, in cui sarà convertita la realizzazione di tali particolari tipologie di strutture ricettive.

Fra le esperienze di albergo diffuso più interessanti va segnalato il borgo di Santo Stefano di Sessanio in Abruzzo⁹, dove grazie ad investimenti di privati è stato possibile recuperare in larga parte l’antico borgo medioevale dedicandolo ad albergo diffuso. L’idea di fondo dell’iniziativa progettuale è quella di replicare in altre situazioni questo modello, mettendo in rete i diversi borghi, consentendo quindi di valorizzare la storia e la cultura di un intero territorio in un’ottica immobiliare e turistica. L’attività realizzata dall’impresa privata è orientata ad una gestione territoriale integrata che si pone come obiettivo quello di una rivitalizzazione sociale ed economica del territorio abruzzese e del sud Italia in genere, creando anche un’imprenditoria locale. Vengono riproposti alcuni aspetti della tradizione e della cultura locale integrandoli con elementi innovativi legati alla ricerca di tecnologie sofisticate (come ad esempio, impianti elettrici con segnali a bassa tensione e comandi remoti, impianto di tele riscaldamento e tele gestione con sistema radiante sotto il pavimento, reti intranet, internet satellitare). L’esperienza di Santo Stefano di Sessanio (la cui popolazione è di soli 120 abitanti) grazie ai risultati conseguiti in termini di presenze registrate nelle strutture ricettive e di incremento nel valore degli immobili (+90%) in un’ottica conservativa, viene citata come uno dei migliori casi di integrazio-

⁸ Per favorire il coordinamento fra i comuni che ospitano Alberghi Diffusi recentemente è stata costituita l’Associazione dei “Comuni dell’Ospitalità Diffusa”, per dare loro una maggiore visibilità e portare avanti iniziative comuni, soprattutto per ciò che attiene alla promozione. Per gli aspetti normativi si veda: Morandi F., *La disciplina regionale dell’albergo diffuso*, in *Diritto del turismo* n. 1/2008, pp. 18 e seg.; Morandi F., *Nuove regole ed esperienze straniere per il turismo nei borghi*, in Dall’Ara G., Morandi F., *op. cit.*, 2010.

⁹ L’idea nasce dall’imprenditore Daniele Kihlgren nel 1999. *Da Borgo ad Albergo: il caso Sexantio*, in *La Rivista del Turismo*, n. 4/2007; *La “cura” Sexantio. Prospettive finanziarie dell’iniziativa*, febbraio 2010.



ne tra impresa turistica, impresa immobiliare e territorio. L'iniziativa si è estesa anche in altre regioni del sud, interessando ad oggi, otto realtà, tra cui i Sassi di Matera Patrimonio Mondiale dell'Umanità, molte delle quali collocate all'interno di Parchi naturali (Frattura Vecchia, Maltese, Montebello sul Sangro, Rocca Calascio, Rocchetta al Volturno, Santo Stefano di Sessanio, Sassi di Matera, Serra).

2.2 Alcune esperienze estere

Numerose sono le esperienze realizzate anche al di fuori dell'Italia che attraverso programmi di riqualificazione e forme di associazionismo mirano a valorizzare il patrimonio di borghi e villaggi, evitando processi di spopolamento e di decadenza di tali realtà.

2.2.1 La rete europea del Turismo di Villaggio (*European Network of Villages Tourism – Genuineland*)

La rete europea del turismo di villaggio è un progetto turistico basato sull'identità dei piccoli paesi; ha come obiettivo la valorizzazione del loro patrimonio culturale, architettonico e naturale rimanendo a stretto contatto con la popolazione e l'ambiente circostante. Lo scopo principale del progetto è l'elaborazione di una metodologia condivisa con i Paesi partner dell'iniziativa, per permettere lo sviluppo in chiave turistica delle comunità coinvolte. La rete si rivolge a tutti coloro che vanno alla ricerca di un turismo di esperienza e che vogliono scoprire la tradizione, l'autenticità, i miti e l'immaginario, attraverso segni e testimonianze presenti sul territorio.

L'idea è nata all'interno dell'iniziativa comunitaria Recite II (REgion and CITies of Europe) lanciata nel 1996 dalla Commissione Europea per favorire la cooperazione interregionale interna. Nella cornice di Recite II a partire dal 1999 è stato realizzato il progetto "Learning Sustainability – Imparare la sostenibilità", che ha visto coinvolti come partner la Provincia Autonoma di Trento (Italia), la Lapponia (Finlandia) e l'Alentejo (Portogallo). L'obiettivo principale era quello di migliorare ed aumentare le competenze delle regioni in vista di uno sviluppo sostenibile delle aree marginali, che nel contesto dell'Unione Europea sono state individuate nelle aree montane, nelle aree artiche, nelle aree mediterranee meridionali e, successivamente, anche in un crescente numero di territori in un'Europa in espansione. Le tre regioni hanno individuato nel "villaggio" l'elemento comune in grado di dare maggior valore alle rispettive esperienze creando unità d'azione; a partire da questa idea i partner hanno elaborato il concetto di "village tourism" (turismo di villaggio) e una rete, inizialmente regionale in Alentejo, Trentino e Lapponia, da estendere poi a livello internazionale: una Rete Europea di Turismo



di Villaggio. Il progetto prevedeva che al termine del triennio 2003-2006 la Rete fosse in grado di proseguire il proprio cammino in modo autonomo ed indipendente, anche economicamente, e che ogni realtà coinvolta finanziasse il suo inserimento nella Rete attraverso la creazione di nuovi organismi, in modo che l'intero progetto si sostenesse da solo. Al termine del progetto si è costituito un organo di gestione della Rete con sede ad Evora, la cui priorità è la commercializzazione del prodotto "Rete Europea del Turismo di Villaggio" attraverso il marchio "Genuineland". Nel 2007 il progetto è stato insignito del premio Ulysses Award, che annualmente viene conferito dalla World Tourism Organization per le più innovative esperienze nel settore turistico condotte da Organizzazioni non Governative. L'obiettivo generale della Rete Europea del Turismo di Villaggio è di promuovere lo sviluppo sostenibile utilizzando il turismo come strumento catalizzatore per l'integrazione e la sostenibilità. L'intento è di promuovere lo sviluppo del turismo nei villaggi coinvolti e nelle regioni partecipanti, in conformità al concetto di turismo di villaggio e turismo dell'immaginario, creando una struttura sostenibile per la cooperazione europea. I villaggi coinvolti nel progetto sono stati selezionati in base a criteri qualitativi, quali il numero dei posti letto, la presenza di ristoranti con menù tipici, di bar, di negozi con vendita di prodotti dell'artigianato locale, di un'architettura rurale ben conservata, la disponibilità ad orientare la programmazione culturale, il modello di sviluppo sostenibile e il numero di abitanti non eccessivo. Nel 2008 l'iniziativa si è interrotta, ma i contenuti sono stati ripresi nel progetto europeo "Listen to the Voice of Villages", che coinvolge anche i villaggi del centro Europa.

2.2.2 Il caso della Francia

Tra le esperienze estere di creazione di network è da ricordare l'esperienza francese dei *Plus Beaux Villages de France*, collegata alla corrispondente associazione italiana dei Borghi più belli d'Italia. Il club di prodotto si pone l'obiettivo di unire le forze e la passione per promuovere e proteggere il patrimonio dei comuni che aderiscono e di offrire loro un'alternativa allo spopolamento rurale.

L'associazione che ad oggi unisce 155 villaggi ripartiti in 21 regioni e 69 dipartimenti, si pone come obiettivo primario quello di evitare la trasformazione di questi villaggi in «musei» senza anima, o al contrario in parchi tematici di «divertimento», cercando di dare loro una prospettiva per il futuro, ricreando forme di vita sociale che si riuniscono nella piazza centrale intorno alla fontana. Gli obiettivi principali dell'associazione consistono nel:

- conservare e valorizzare la qualità del patrimonio dei villaggi;
- aumentare la loro visibilità;
- favorire lo sviluppo economico.



Per entrare a far parte dell'associazione devono essere rispettati alcuni criteri definiti nella «Carta della Qualità»; più precisamente i villaggi devono certificare una dimensione rurale, cioè la popolazione agglomerata non deve superare le 2.000 unità; devono possedere almeno due siti o monumenti protetti (elencati o registrati) e aderire al progetto tramite una delibera del consiglio municipale.



Capitolo 3

Caratteristiche del mercato del turismo dei centri storici e dei borghi

3.1 La domanda di turismo nei “centri storici”umbri

Gli aspetti motivazionali da cui si originano le esperienze dei visitatori costituiscono un aspetto molto importante in quanto questi condizionano le differenti modalità di approccio alla fruizione dei luoghi oggetto di visita, di cui va tenuto conto nella definizione dell’offerta.

I flussi turistici che secondo le rilevazioni ISTAT sono localizzati nelle “città d’interesse storico e artistico” della regione, nell’anno 2009 rappresentano il segmento più consistente della domanda in Umbria, pari al 52,2% delle presenze totali. Un’altra quota considerevole di visitatori soggiorna nelle località lacuali (30,6%), mentre la restante parte (17,2%) sceglie per la propria vacanza le località “collinari e d’interesse vario”. Le motivazioni e le forme di turismo a cui si collega il soggiorno in tali aree (enogastronomia, contatto con la natura, agriturismo, riposo, ...), riconducibili anch’esse per molti aspetti alla matrice del turismo culturale (anche se di tipo “territoriale”¹), fanno ritenere ragionevole associare, almeno in parte, la domanda che si manifesta in queste località al turismo culturale dei borghi e dei centri minori. Pertanto, pur non disponendo di rilevazioni puntuali per la stima quantitativa del fenomeno, si può tuttavia affermare che gran parte del turismo in Umbria è legato alla visita dei suoi numerosi borghi e centri storici.

Il panorama delle città d’arte in Umbria si presenta ricco ed articolato, con realtà tra loro eterogenee sia sotto il profilo dimensionale che della attrattività turistica. Tra questi centri un’attenzione particolare meritano Assisi e Perugia che rappresentano dei catalizzatori di rilievo del turismo nella regione, inseriti in numerosi casi nei circuiti del turismo internazionale e di massa. La domanda che essi attraggono è in larga parte riconducibile al turismo culturale inteso in senso tradizionale, che trova in questi centri un giacimento di beni artistici e culturali di elevato pregio. Accanto a questi due casi emblematici in cui si concentra un’elevata percentuale del turismo in Umbria (32,5%), vanno considerati anche altri centri urbani della regione il cui patrimonio storico, architettonico e culturale attrae ingenti flussi di visitatori italiani ed esteri, mossi da motivazioni prevalentemente a carattere culturale. La stima dei flussi di visitatori nei centri storici delle città d’arte umbre presenta notevoli difficoltà,

¹ Manente M., *Risorse naturali e culturali come attrattori*, cit., 2005

Regione Umbria

rendendo il tentativo inconsistente; difficoltà connesse in modo principale alla presenza di visitatori che non risiedendo nella città o nel comune non vengono statisticamente rilevati, pur esprimendo una domanda di servizi sul territorio. Per avere un quadro maggiormente esaustivo sulla reale consistenza dei visitatori dei centri storici, sarebbe opportuno realizzare un'indagine diretta sulla domanda che, oltre a contribuire ad una stima più attendibile dei flussi, potrebbe fornire utili indicazioni anche di carattere qualitativo. La tabella n. 1 consente di avere una visione dell'importanza turistica dei centri storici della regione a cui si associa un turismo culturale nel senso più tradizionale del termine. Le città considerate sono distribuite nei diversi comprensori in cui è suddiviso il territorio regionale, offrendo in tal modo una discreta rappresentatività del fenomeno: Amelia, Assisi, Castiglione del Lago, Città di Castello, Foligno, Gubbio, Norcia, Orvieto, Perugia, Spoleto, Terni, Todi. A queste sono state aggiunte le due città di Narni e Umbertide, in quanto destinatarie di finanziamenti previsti nell'ambito dei Programmi Urbani Complessi di seconda generazione (PUC 2). Tra le realtà esaminate va considerata con una certa cautela la città di Castiglione del Lago, in quanto, pur trattandosi di un centro storico con risorse artistiche e culturali di pregio, registra la presenza di flussi turistici che data la sua posizione, sono difficilmente distinguibili da quelli legati al turismo lacuale.

Tab. 1 - Il turismo nei Comuni dei centri storici umbri – 2009

Comune	Flussi					
	arrivi	presenze	permanenza media	% pres./tot. pres. Comprensorio	% pres./tot. pres. regione	grado di internazionalità
Amelia	8.342	28.901	3,5	42,2	0,5	37,0
Assisi	409.900	908.464	2,2	89,0	16,2	40,1
Castiglione del Lago	50.099	229.002	4,6	23,5	4,1	63,0
Città di Castello	48.200	168.717	3,5	52,0	3,0	19,4
Foligno	84.782	163.978	1,9	34,6	2,9	17,3
Gubbio	79.546	203.126	2,6	68,2	3,6	24,0
Narni	21.798	57.784	2,7	16,7	1,0	22,6
Norcia	47.661	119.697	2,5	36,9	2,1	12,4
Orvieto	99.832	180.353	1,8	61,0	3,2	46,1
Perugia	331.103	915.382	2,8	84,3	16,3	28,7
Spoleto	77.471	188.016	2,4	87,5	3,3	26,2
Terni	75.519	175.224	2,3	50,7	3,1	16,3
Todi	43.997	97.996	2,2	49,5	1,7	24,9
Umbertide	14.149	54.428	3,8	16,8	1,0	45,5
Regione	1.977.085	5.624.744	2,8			34,0

Fonte: ns elaborazione su dati Osservatorio Turistico Regione Umbria

Come in precedenza sottolineato, il peso delle presenze turistiche registrate nei comuni di Assisi e Perugia è quello più rilevante rispetto al complesso dei flussi nella regione, confermando quindi il lo-



ro ruolo di attrattori per il turismo regionale e del comprensorio.

Risulta interessante osservare la concentrazione delle presenze nei singoli comuni rispetto al resto del territorio di riferimento. Tra le situazioni con i valori più elevati, superiori al 60%, si rileva Assisi (89%), Spoleto (87,5%), Perugia (84,3%), Gubbio (68,2%) e Orvieto (61%), mentre Narni (16,7%) e Umbertide (16,8%) si caratterizzano per i valori più bassi. La lettura di questi dati a livello comunale può rappresentare un primo indizio per comprendere il ruolo del centro urbano come attrattore di flussi e la caratterizzazione prevalente del turismo nei vari comprensori. La *permanenza media* dei turisti nei singoli comuni presenta il valore più elevato a Castiglione del Lago (4,6 gg.), come era logico attendersi trattandosi di un turismo essenzialmente legato alla fruizione del lago. Altri valori sensibilmente al di sopra del dato medio regionale, che si attesta su 2,8 giornate, si rilevano ad Umbertide (3,8), Amelia e Città di Castello (3,5), luoghi questi dove il turismo ha una connotazione fortemente legata alle risorse ambientali ed al territorio.

I flussi di visitatori in Umbria sono costituiti nel 2009 per il 34% da *turisti stranieri* i quali scelgono di soggiornare in modo apprezzabile nei comuni oggetto dell'analisi. Tra questi dati del grado di internazionalità² dei flussi sono da segnalare i valori di Castiglione del Lago (63%), Orvieto (46,1%), Umbertide (45,5%) Assisi (40%) e Amelia (37%), località dove si registra una concentrazione di presenze straniere più elevata che nel resto della regione. Come evidenziano i dati della tabella n. 1 c'è una minore propensione da parte dei turisti internazionali a soggiornare nelle città di maggiori dimensioni come Perugia (28,7%) e Terni (16,3%).

Le presenze registrate nel 2009 nei comuni in esame mostrano in generale una flessione rispetto ai dati del biennio precedente, confermando il quadro negativo che ha interessato il turismo in Italia ed in Umbria. L'estensione dell'analisi ad un arco temporale più ampio (2000-2007) consente di verificare se i valori registrati nell'ultimo periodo (2009-2007) tendono a confermare l'andamento negativo già palesato negli anni precedenti, mettendo in luce una situazione di "crisi" del turismo nell'area, oppure soltanto di "difficoltà congiunturale". L'analisi consente inoltre di riscontrare la presenza di situazioni in "espansione", in cui i flussi sono in aumento sia nel breve che nel lungo periodo, e di situazioni di "ripresa", in cui si registra un'inversione di tendenza nelle presenze del breve periodo rispetto a quello precedente.

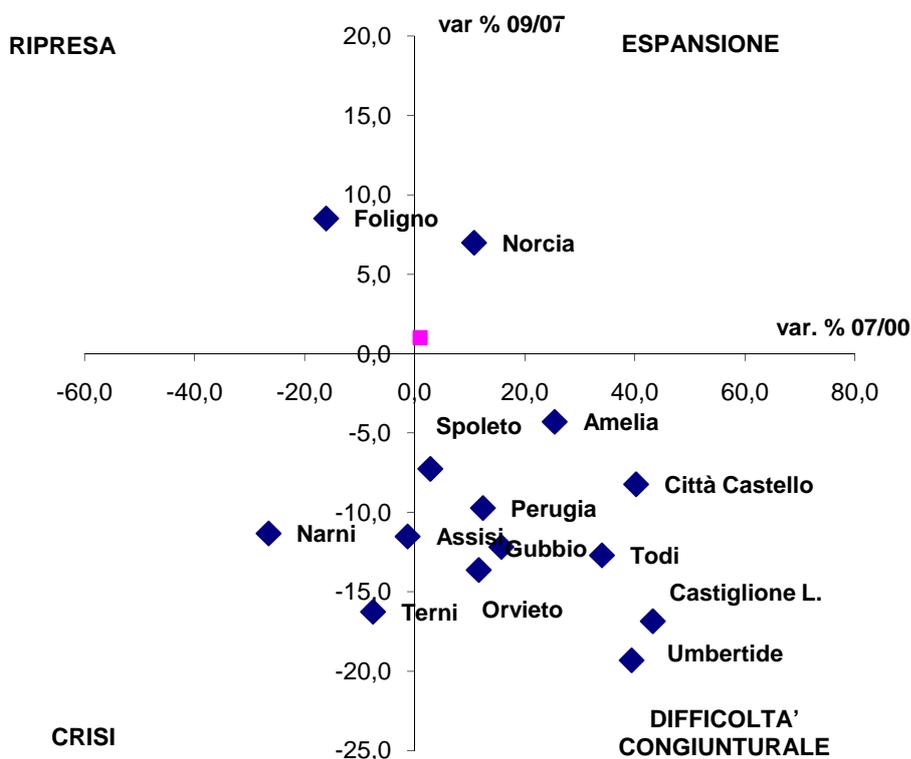
Il grafico n. 1 mostra nei diversi quadranti la posizione assunta dai centri storici umbri: tra questi soltanto Norcia si colloca in una situazione di "espansione"; Foligno è situato in posizione di "ripresa" dopo l'andamento negativo dei flussi degli anni precedenti, mentre la maggior parte delle città d'arte

² Il grado di internazionalità esprime il rapporto tra le presenze di turisti stranieri e il totale dei flussi, moltiplicato 100.



Umbria è situata nel quadrante che indica una situazione di “difficoltà congiunturale” (Spoleto, Amelia, Perugia, Città di Castello, Gubbio, Castiglione del Lago, Umbertide, Orvieto, Todi). Più critica si presenta la situazione del comune di Assisi che sembrerebbe attestarsi in una condizione di “crisi”, insieme a Narni e Terni, seppure questi ultimi con valori negativi più preoccupanti.

Graf. 1 - Il posizionamento dei centri storici umbri - 2009



Fonte: ns elaborazione su dati Osservatorio Turistico Regione Umbria

3.2 La domanda di turismo nei “borghi”

La conoscenza delle caratteristiche di fondo e delle tendenze evolutive della domanda di turismo nei borghi rappresenta un processo molto importante per fornire indicazioni su come dovrebbe caratterizzarsi l’offerta dei borghi. La domanda turistica che si orienta verso tali centri può distinguersi in due segmenti prioritari, in cui:

- il borgo assume un carattere centrale;
- il borgo è il valore aggiunto di altri sistemi (arte, mare, montagna, terme, lago, sport).

Secondo questa chiave di lettura, i borghi rappresentano dunque una risorsa potenziale da sfruttare



sia per attrarre i turisti per i quali la visita costituisce la motivazione principale nella scelta della destinazione, sia per arricchire l'offerta di base di un soggiorno turistico, in grado di diversificare la destinazione e di aumentarne la competitività.

Il turismo dei centri minori è un segmento di domanda rilevante che cresce con più vigore rispetto a quello tradizionale. Questo aumento è riconducibile sia ad un arricchimento dell'offerta a vari livelli (mostre, apertura di nuove attrazioni, ville aperte o cantine aperte, ma anche disponibilità di ricettività diffusa), sia alla crescita di interesse da parte dei consumatori, guidati anche da significative prese di posizione di opinion leader e comunicatori.

L'analisi del turismo dei borghi non può prescindere dall'evidenziare le motivazioni del visitatore nella sua scelta e le sue aspettative. Si tratta di attese e di motivazioni multidimensionali, eterogenee, che interagiscono tra loro in maniera complessa e risultano influenzate da variabili situazionali e personali. Per delineare il quadro delle motivazioni che inducono i turisti a visitare un piccolo centro, un borgo, in assenza di rilevazioni dirette in Umbria, può farsi riferimento all'indagine promossa dall'Associazione Borghi Autentici d'Italia e realizzata dalla Doxa-Mercury³ sui visitatori attuali e potenziali dei borghi caratteristici, dalla quale emergono numerose possibilità di sviluppo per il turismo nei borghi e nelle regioni d'Italia più ricche di piccoli centri. L'offerta proposta dai borghi sembra essere coerente con le attese e le tipologie di domanda di chi: ama effettuare visite brevi, senza pernottamento e per questo sceglie le visite nei borghi della regione di residenza e delle regioni vicine; preferisce effettuare viaggi più lunghi di conoscenza di un'area più ampia seguendo un itinerario, ed infine chi va in vacanza e vede nella visita di un borgo una modalità per diversificare interessi ed attività. L'indagine svolta dalla Doxa – Mercury ha cercato, tra gli altri aspetti, di mettere in evidenza le caratteristiche spontaneamente associate al concetto di borgo nell'immaginario collettivo. Le risposte fornite non consentono di evidenziare una definizione univoca di borgo, tuttavia, forniscono dei tratti caratterizzanti tale tipologia di offerta.

Il borgo viene visto dalla grande maggioranza degli intervistati come un centro molto antico, un luogo poco conosciuto, da scoprire, da esplorare e da conoscere, molto piccolo, in cui gli abitanti si dedicano in larga parte all'agricoltura. Viene visto inoltre, come un luogo con un numero limitato di abitazioni, risalente ad epoche passate, rimasto perlopiù immutato nel tempo, posizionato lontano dai grandi centri urbani, con un elemento di attrazione (un castello, una chiesa, ma anche un particolare tipo di edificio), chiuso all'interno di mura, immerso in una natura tipica della zona. Secondo lo studio citato, il borgo accanto a queste caratteristiche fisiche deve possedere una serie di "doti" relazionali

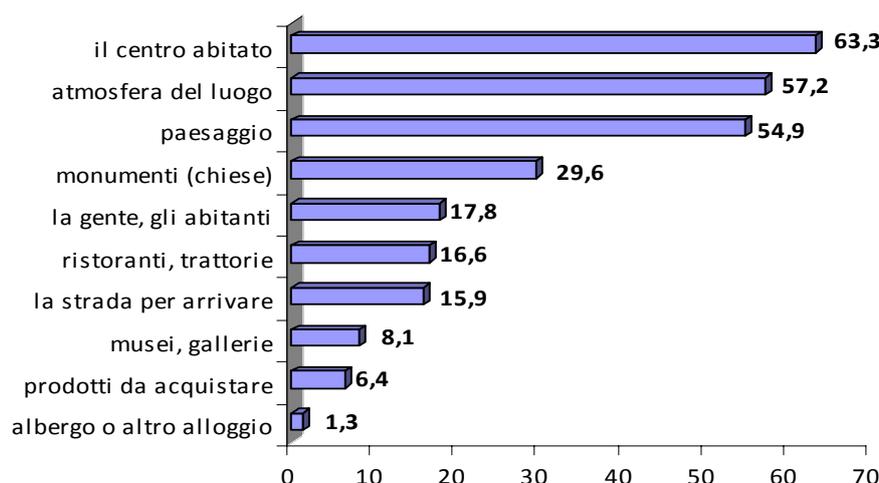
³ Doxa – Mercury, *Indagine sui visitatori attuali e potenziali dei borghi caratteristici*, 2009



Regione Umbria

ed emozionali. Associata all'idea di borgo vi è dunque quella di *autenticità* (artigianato locale, costumi), di *genuinità* (patrimonio enogastronomico, cibo tradizionale, sapori veri da riscoprire) e di *tradizioni* (folclore). Fra gli elementi di identità associati ai borghi vengono spesso incluse la facilità di comunicare con le persone del luogo e l'autenticità delle relazioni, oltre ad una diversa percezione del tempo ed un ritmo di vita a misura d'uomo. Gli abitanti del luogo vengono ritenuti di fondamentale importanza per dare un'anima al borgo, con la loro cordialità e la socievolezza che li contraddistinguono. Tra gli aspetti rilevati nell'indagine emerge che quasi un quinto (19%) dei piccoli centri visitati sono inclusi negli elenchi di associazioni, quali Borghi Autentici, I Borghi più belli d'Italia, o Le Bandiere Arancioni. Poco più della metà degli intervistati (55%) non hanno pernottato nei luoghi visitati, confermando l'elevata tendenza all'escursionismo da parte dei visitatori. Tra le attività svolte nei piccoli centri viene menzionato in modo prevalente il fare passeggiate all'interno del centro abitato ed al suo esterno, l'andare al ristorante, l'acquisto di prodotti alimentari locali e di prodotti artigianali della zona; il parlare con la gente del luogo per avere informazioni sulla vita del luogo e per la visita. Sono stati evidenziati tra i numerosi aspetti anche quelli risultati "più graditi" e quindi maggiormente ricordati dagli intervistati; tra questi in particolare sono stati citati: il centro abitato, l'atmosfera del luogo, il paesaggio, i monumenti, gli abitanti e la ristorazione.

Graf. 2 - Aspetti più graditi ai visitatori



Fonte: ns. elaborazione su dati Indagine Doxa-Mercury, 2009



Dall'indagine emergono interessanti potenzialità di sviluppo per il prodotto borghi, tuttavia, si palesano delle difficoltà nel mettere insieme le aspettative che si creano nell'immaginario collettivo in larga parte legate ad aspetti intangibili e ciò che poi effettivamente si riscontra in tali luoghi.

3.2.1 La domanda turistica nei borghi umbri

La pluralità di motivazioni che porta i turisti a recarsi nei borghi umbri e la possibilità di esaurire la visita nell'arco di una giornata, o addirittura di poche ore, soggiornando anche a distanza (all'esterno del comune o del comprensorio, o comunque, in strutture di ospitalità non censite), rende particolarmente difficile quantificare la domanda turistica nei borghi. A questa difficoltà si aggiunge la numerosità dei borghi che caratterizza il territorio umbro, molti dei quali pur essendo di richiamo turistico non presentano strutture ricettive o non costituiscono capoluogo di comune, rendendo pertanto impossibile poter disporre di rilevazioni statistiche sulla domanda.

Nell'ambito dell'analisi realizzata in questo contesto, per poter esprimere un giudizio di carattere quantitativo sull'andamento del prodotto "borghi" in Umbria per le suddette difficoltà, si è ritenuto opportuno considerare a titolo indicativo la domanda di quei turisti che hanno pernottato presso le strutture dei piccoli comuni aderenti all'Associazione "I Borghi Più Belli d'Italia". Questi costituiscono un set che seppure numericamente limitato (22 borghi), può ritenersi abbastanza rappresentativo della realtà regionale sotto il profilo della distribuzione dei centri sul territorio. I borghi in esame sono: Arrone, Bettona, Bevagna, Castiglione del Lago, Citerna, Corciano, Deruta, Giove, Lugnano in Teverina, Massa Martana, Monte Castello di Vibio, Montefalco, Montone, Norcia, Paciano, Panicale, San Gemini, Spello, Stroncone, Torgiano, Trevi, Vallo di Nera

I dati relativi alle presenze nel biennio 2007-2009 consentono di verificare se il prodotto borghi ha mantenuto le posizioni raggiunte negli anni precedenti, a fronte di un contesto generalizzato di crisi che ha interessato il turismo nella regione. In numerose situazioni infatti, questa tipologia di turismo, cosiddetta "minore", viene vista come un'opportunità per contrastare l'andamento di crisi che investe in modo più consistente altre forme di turismo, soprattutto quelle maggiormente legate al turismo organizzato.

Il confronto del dato di breve periodo con le variazioni di lungo termine (2000-2007) consente inoltre di esprimere una valutazione sulla possibile evoluzione in atto.

Occorre fare una precisazione in merito alla rappresentazione grafica proposta, nel senso che non sono state visualizzate le variazioni della domanda relative ai comuni di Arrone (2007/00 = +244,8%; 2009/07 = -10,5%; *difficoltà congiunturale*), Lugnano in Teverina (2007/00 = +97,4%; 2009/07 =



Regione Umbria



+142,4%; *espansione*) e Vallo di Nera ((2007/00 = +664,9%; 2009/07 = -44,1%; *difficoltà congiunturale*), dal momento che tali variazioni, risultando molto consistenti, avrebbero reso difficile il confronto con i valori registrati per gli altri comuni.

Dal grafico si evidenzia un addensamento consistente di comuni soprattutto nel quadrante che indica “difficoltà congiunturale”, cioè per questi borghi umbri si registra nel breve periodo un calo di presenze, come in generale per la regione nel suo complesso. Ci sono tuttavia alcune realtà che rappresentano complessivamente circa il 23% del totale dei flussi (Norcia, Torgiano, Montefalco, Stroncone e Montone), con una situazione in “espansione”, caratterizzate da incrementi della domanda sia nel breve che nel lungo periodo. Il comune di Spello si trova, invece, in una situazione di “ripresa” registrando un’inversione dell’andamento negativo dei flussi nel periodo 2000-07. Più critica è la situazione per gli altri centri quali San Gemini, Trevi e Panicale dove si configura una situazione di “crisi” con il perdurare degli andamenti negativi dei flussi.

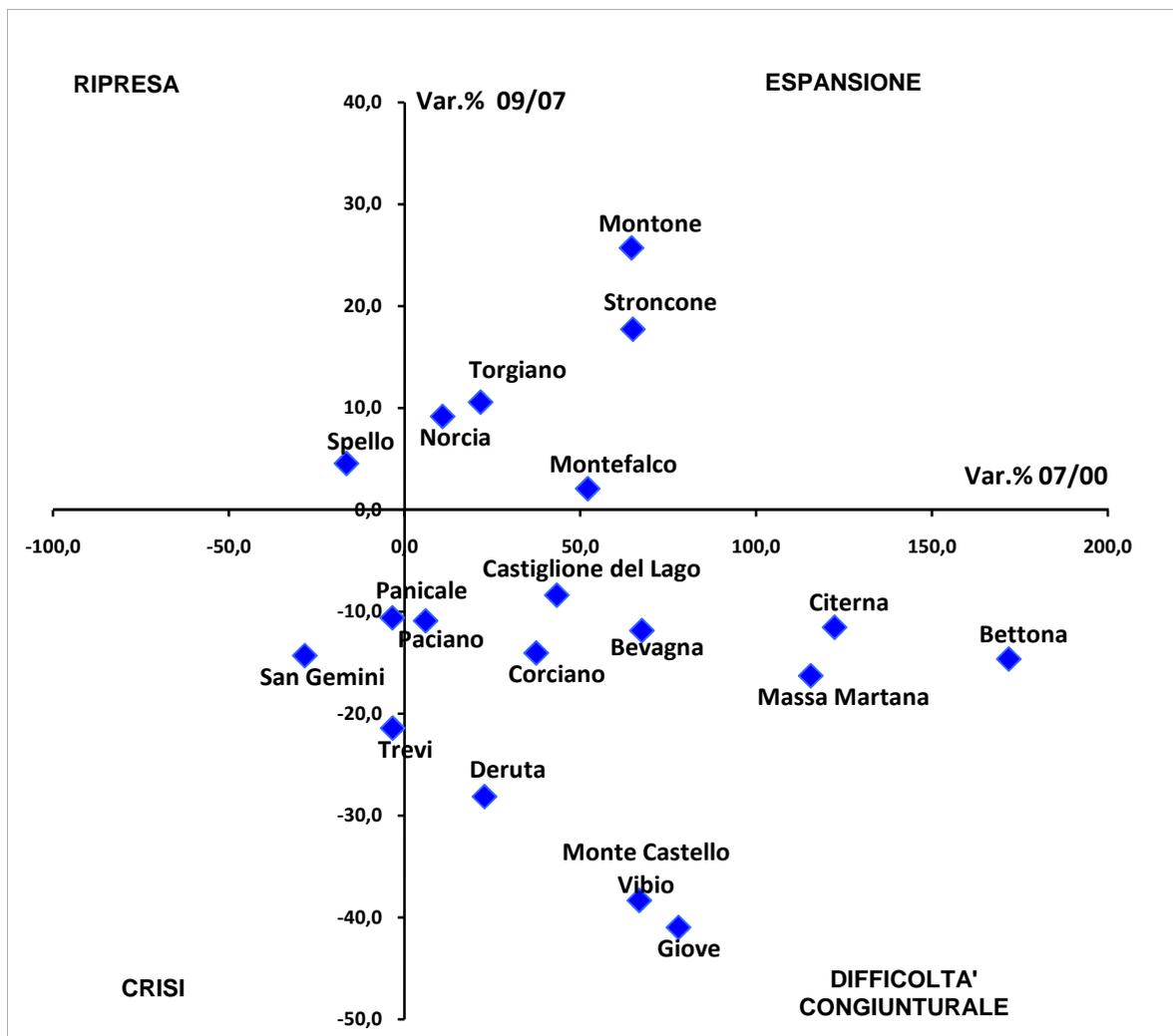
Le indicazioni fornite da questa rappresentazione grafica di sintesi fanno intravedere delle prospettive parzialmente positive per il prodotto “borghi” della regione, che vanno colte dagli operatori e dagli amministratori pubblici locali per incrementare la visibilità e migliorare l’offerta proposta.

La regione Umbria come è già stato sottolineato, attribuisce estrema importanza al turismo dei centri storici e dei borghi ed è consapevole della necessità di integrare queste offerte con altre componenti del sistema di offerta regionale per trasformare le potenzialità in reali linee di offerta.

Nel cap. 4 che segue, cercheremo di analizzare le caratteristiche principali del sistema dell’offerta regionale, al fine di coglierne gli elementi caratterizzanti e soprattutto le eventuali criticità su cui intervenire.



Graf. 3 - Il posizionamento dei borghi umbri - 2009



Fonte: ns. elaborazione su dati Osservatorio Turistico Regione Umbria



Capitolo 4

Analisi della struttura di offerta per i prodotti “centri storici” e “borghi”

4.1 Il prodotto “centri storici”: modelli di offerta coordinata delle attrattive e dei servizi al turista

Ai fini dell’analisi del sistema d’offerta delle città d’arte umbre vanno considerati tutti quei fattori di attrattiva o fattori “pull” che qualificano la vocazione e il posizionamento del contesto alla base dello sviluppo e del successo di tali città. In questa sede tuttavia, l’attenzione verrà focalizzata su quegli elementi del prodotto turistico globale definiti di “supporto”²⁸ in cui il turista traduce la propria domanda, assumendo come un dato l’attrattiva dei centri umbri. L’analisi di tali contesti che costituiscono un “unicum” presenta caratteri di complessità in quanto richiede che l’attenzione venga concentrata non tanto sui singoli beni o su uno spazio fisicamente limitato (un monumento, un museo), ma sull’intero territorio che costituisce la matrice storica dei beni culturali locali e motivo di attrazione verso l’esterno. Alla luce di ciò, è opportuno precisare che in questa sede verranno prese in considerazione soltanto quelle risorse che concorrono a definire un “ambiente culturale attivo” e che contribuiscono a migliorare la qualità del tempo libero non solo dei visitatori che soggiornano nel territorio, ma anche della popolazione che vi risiede.

4.1.1 La popolazione residente nei centri storici quale elemento dell’offerta turistico-territoriale

Al fine di realizzare un’analisi in grado di cogliere gli aspetti caratterizzanti il prodotto centri storici in Umbria, risulta interessante considerare il profilo demografico e i processi di modificazione della popolazione che risiede in questi centri, nella consapevolezza che il grado di attrattività che li caratterizza è in qualche modo legato alla presenza di un tessuto urbano sociale e culturale ancorato alla storia, alle tradizioni ed all’identità del luogo, che presenta tuttavia elementi di vitalità e di dinamismo. I centri storici sono interessati in generale da processi di spopolamento che vedono un progressivo spostamento dei residenti nelle aree esterne (periferie e piccoli centri nelle immediate vicinanze della città) ritenute maggiormente “accessibili” rispetto alle loro esigenze. Le ragioni alla base di questa tendenza sono molteplici e complesse, riconducibili principalmente a motivazioni di carattere economico (prezzo degli immobili e degli affitti, costo della vita, qualità della vita nelle sue varie angola-

²⁸ Rispoli M., Tamma M., *Risposte strategiche alla complessità: le forme di offerta dei prodotti alberghieri*, Giappichelli, Torino, 1995



Regione Umbria

ture,...) e socio-culturale, che comportano come effetto, in numerosi casi, un abbandono delle abitazioni del centro storico e una progressiva sostituzione di quelli che sono i *city users* del centro: studenti, emigrati, lavoratori pendolari e turisti. A poco a poco si va innalzando l'età media della popolazione che risiede in tali centri, ed i connessi processi di *crowding out* impongono sempre più la necessità di interventi per la riqualificazione urbana e la rivitalizzazione dei centri storici.

Tale finalità è ben evidente a livello regionale: nei Programmi Urbani Complessi di seconda generazione (PUC 2) ad esempio, gli interventi sono finalizzati in modo particolare a reinserire i residenti nei centri urbani, a migliorare l'accessibilità e la mobilità in tali centri, a favorire la sostenibilità ambientale, a potenziare e sviluppare le attività economiche e culturali, a recuperare e restaurare gli edifici storici ed il patrimonio abitativo dei centri storici. Il fenomeno di spopolamento dei centri umbri appare con evidenza dal confronto del dato degli anni '50 con quello odierno: all'epoca il 33% della popolazione abitava nei capoluoghi di comune, oggi soltanto il 9,18%. Nei centri presi in esame ai fini della presente analisi, la popolazione residente è anche in questo caso piuttosto limitata rispetto al totale del territorio comunale. Nel centro storico di Perugia vi risiede soltanto il 6,3% (10.400 unità) della popolazione comunale; valore abbastanza uniforme a quello di Terni dove i residenti sono il 6,4% (7.191 unità). La concentrazione più elevata di abitanti si registra a Norcia dove nel centro storico alloggia il 26,1% della popolazione comunale, oltre che ad Orvieto con il 25,8%. Tale dato va tuttavia messo in relazione con le dimensioni del centro storico, che data la conformazione del territorio e le origini storiche ed urbanistiche delle città, assume perlopiù una dimensione molto limitata rispetto alla superficie del capoluogo comunale. Come si rileva dalla tabella n. 1 nel caso ad esempio di Perugia, il centro storico rappresenta soltanto il 3,1% dell'intera superficie urbana. Molto diverso è invece il caso di Assisi in cui tale dato è pari a circa l'80%. Orvieto mostra un valore superiore al 100%, probabilmente attribuibile ad un'estensione della superficie del centro storico individuata nel PRG del 2008 rispetto a versioni precedenti. La densità abitativa nei centri storici umbri presenta valori molto modesti: sempre per rimanere al caso del capoluogo regionale, nel 2009 questa era pari a circa 66 residenti/ha; il valore più elevato tra i casi in esame, lo si registra ad Umbertide con 93 abitanti/ha.

Questa breve analisi sulla popolazione, che meriterebbe un'indagine dettagliata per coglierne le dinamiche evolutive e gli aspetti caratterizzanti la struttura, ci fornisce in ogni caso alcune indicazioni per valutare l'incidenza che il turismo può determinare in tali centri storici. Sappiamo infatti come i turisti possono considerarsi a pieno titolo dei residenti temporanei nelle località visitate e, come tali, determinano una domanda che per taluni aspetti tende a sovrapporsi a quella dei residenti. Ciò può ingenerare delle problematiche in tema di sostenibilità dello sviluppo turistico, che se non adegua-

Regione Umbria

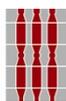
tamente gestite possono sfociare nel tempo in situazioni critiche per il mantenimento di quella qualità “ambientale” e del “vivere” delle città umbre, che rappresenta uno dei valori particolarmente apprezzati dai turisti.

Tab. 1 - Popolazione e superficie centro storico dei comuni

Comuni	Popolaz. Comune ISTAT 2001	Popolaz. Centro storico 2008-2009	Popolazione Comune 2008-2009	%	Sup. Centro Storico capoluogo (Ha) P.R.G. 2008	Sup. Centro capoluogo (Ha) ISTAT 2001	%	Superficie Comune (Ha) ISTAT 2001	%
Assisi	24.425	2.581	27.506	9,4	120,11	154	78,0	18.684	0,64
Castiglione del Lago	14.230	143	15.499	0,9	5,50	260	2,1	20.554	0,03
Città di Castello	37646	3.334	40.303	8,3	39,00	670	5,8	38.753	0,10
Foligno	50.773	5.694	57.367	9,9	71,44	1.757	4,1	26.377	0,27
Gubbio	31.616	3.071	32.903	9,3	67,73	372	18,2	52.508	0,13
Norcia	4.820	1.303	4.987	26,1	39,98	156	25,6	27.434	0,15
Perugia	147.881	10.400	165.313	6,3	157,84	5.148	3,1	44.992	0,35
Spoletto	37.165	3.595	39.139	9,2	66,52	692	9,6	34.963	0,19
Todi	16.458	2.413	17.283	14,0	57,54	197	29,2	22.301	0,26
Umbertide	15.167	930	16.600	5,6	10,00	340	2,9	20.016	0,05
Amelia	10.990	1.437	11.952	12,0		140	0,0	13.255	0,00
Narni	19.985	2.330	20.426	11,4	26,30	160	16,4	19.786	0,13
Orvieto	20.486	5.427	21.059	25,8	94,89	92	103,1	28.116	0,34
Terni	104.635	7.191	112.021	6,4		3.015	0,0	21.190	0,00
Totale regionale	868.890	80.881	889.085	9,1		19.410	0,0	845.604	0,00

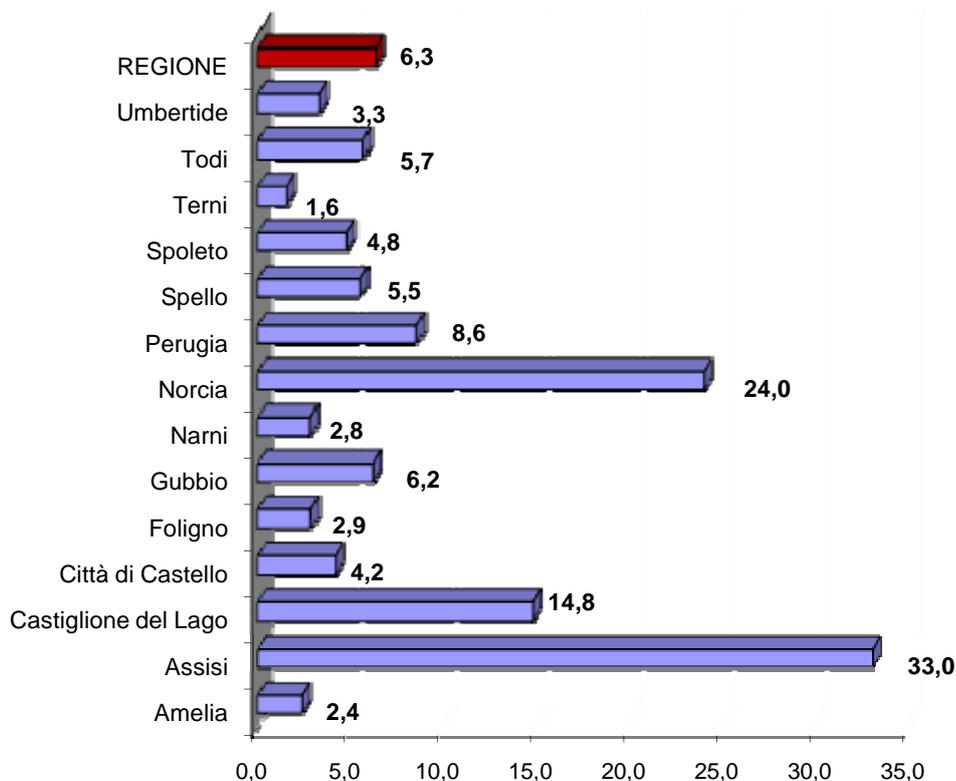
Fonte: ns. elaborazione su dati Regione Umbria, Politiche dei Centri Storici

La pressione turistica nei comuni umbri in esame, ottenuta dal rapporto tra il numero dei visitatori e la popolazione residente, raggiunge i valori più elevati nel caso di Assisi (33 turisti/abitante), di Norcia (24) e di Castiglione del Lago (14,8), dati questi molto superiori rispetto al dato medio regionale di 6,3 turisti per residente. Naturalmente questo indicatore potrebbe fornire un maggior valore all'analisi nel caso in cui si consideri la concentrazione stagionale delle presenze, che come noto, raggiunge dei picchi di domanda in alcuni periodi dell'alta stagione, soprattutto in occasione di eventi di grande richiamo, quali ad esempio, Umbria Jazz ed Eurochocolate nel caso di Perugia. Per avere inoltre un quadro più realistico della pressione esercitata dai flussi turistici nei centri storici andrebbe tenuto conto dei visitatori a carattere escursionistico, la cui quantificazione presenta notevoli difficoltà di stima, ma che nel caso umbro, come ricordato, assume valori significativi, data la conformazione del territorio e le brevi distanze che separano tra loro i centri di richiamo turistico.



Regione Umbria

Graf. 1 - La pressione turistica nei centri storici umbri - 2009



Fonte: ns. elaborazione su dati Osservatorio Turistico Regione Umbria

4.2 L'offerta culturale e di servizi per la fruizione turistica dei centri storici umbri: un'analisi dettagliata

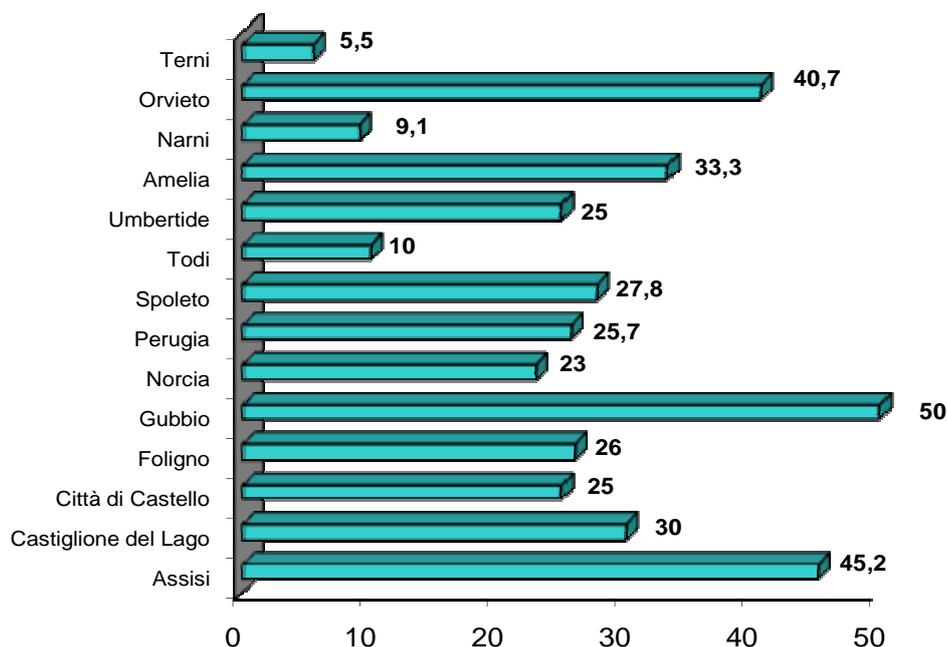
L'analisi del sistema d'offerta dei centri storici ha preso in esame come specifico campo d'indagine la porzione di territorio urbano che costituisce il centro storico in senso stretto (zona A del PRG), assumendo come riferimento la cartografia disponibile presso la Regione dell'Umbria "Direzione Ambiente Territorio e Infrastrutture" Sistema Informativo Regionale Ambientale e Territoriale (SIAT).

All'interno di quest'area è stato analizzato il sistema d'offerta per supportare la fruizione turistica e culturale della città, partendo dal presupposto che i principali attrattori artistico-culturali si trovano localizzati proprio in questa zona. La mancanza di rilevazioni statistiche disponibili con il grado di dettaglio richiesto, ha reso opportuna una rilevazione *ad hoc* che si è avvalsa principalmente della banca dati *on line* fornita dalla Regione dell'Umbria sul Portale Istituzionale per il turismo, ambiente e cultura (www.regioneumbria.eu). L'analisi si è focalizzata sulla presenza di strutture pubbliche e private

Regione Umbria

per la fornitura di servizi turistici; tra queste in modo particolare si è rilevata la consistenza degli esercizi alberghieri, delle principali tipologie di strutture ricettive extralberghiere, di ristoranti, pizzerie e trattorie, di agenzie di viaggi, di uffici d'informazione e accoglienza turistica, di sale per congressi e di convention bureau. Per ciò che concerne le strutture e i servizi per la fruizione culturale delle risorse del centro storico l'analisi si è concentrata su: le strutture museali (statali e private), i circuiti museali, le biblioteche (pubbliche e private), i cinema, i teatri, l'offerta di itinerari e di card turistiche (*in allegato vengono fornite le tabelle riepilogative dell'analisi per ognuno dei centri storici esaminati*). La rilevazione delle strutture ricettive nei centri storici in esame evidenzia situazioni tra loro molto diversificate, con un'elevata concentrazione di esercizi alberghieri nel caso di Gubbio (50% del totale comunale), Assisi (45,2%), Orvieto (40,7%).

Graf. 2 - Incidenza esercizi alberghieri nel centro storico rispetto al totale comunale (%) – 2010



Fonte: ns. elaborazione su dati Regione Umbria

Nel centro del capoluogo regionale sono localizzati il 25,7% degli alberghi del comune; la situazione di Terni evidenzia invece una particolare carenza di strutture nel centro storico dove è presente soltanto un esercizio alberghiero di categoria 4 stelle (il 5,5% dell'offerta comunale).

Regione Umbria

Tab. 2 - Esercizi alberghieri nei centri storici e nei comuni al 31.12.2010

Comuni	esercizi alberghieri				
	Centro storico	% su comune	Comune	Comprensorio	% comune/ comprensorio
Assisi	38	45,2	84	98	85,7
Castiglione del Lago	3	30	10	57	17,5
Città di Castello	4	25	16	29	55,2
Foligno	6	26	23	65	35,4
Gubbio	10	50	20	30	66,7
Norcia	3	23	13	34	38,2
Perugia	17	25,7	66	86	76,7
Spoletto	10	27,8	36	42	85,7
Todi	1	10	10	26	38,5
Umbertide	1	25	4	29	13,8
Amelia	2	33,3	6	16	37,5
Narni	1	9,1	11	51	21,6
Orvieto	11	40,7	27	40	67,5
Terni	1	5,5	18	50	36

Fonte: ns. elaborazione su dati Regione Umbria

La tabella n. 2 evidenzia sia la consistenza degli esercizi in termini assoluti che l'incidenza relativa dell'offerta alberghiera nei centri storici rispetto a quella comunale e dell'intero comprensorio di appartenenza, consentendo quindi di effettuare un'analisi comparativa delle diverse realtà.

La presenza di strutture ricettive all'interno dei centri storici può considerarsi indicativa della vocazione turistica di tali centri, dal momento che la ricettività costituisce uno dei presupposti di base per la predisposizione del prodotto turistico "centri storici", offrendo l'opportunità al turista di "vivere" la vita e l'atmosfera propria del centro. Si è ritenuto opportuno, inoltre, rilevare le tipologie di esercizi per categoria, al fine di valutare il livello qualitativo dell'offerta e l'idoneità della gamma di servizi proposti a soddisfare le esigenze della domanda che si rivolge alle città umbre. La suddetta valutazione andrà poi completata con l'analisi della ricettività extralberghiera disponibile nei centri storici.

Il panorama alberghiero si presenta abbastanza articolato e di livello qualitativo medio-alto²⁹ nelle città di: Assisi, Perugia, Spoleto, Gubbio e Orvieto. Più modesto è invece il livello qualitativo medio dell'offerta delle restanti città del campione, caratterizzato da una minore diversificazione tipologica delle strutture. Troviamo Residenze d'epoca soltanto nei centri di: Spoleto, Assisi e Amelia.

²⁹ Il numero delle strutture alberghiere a 5 e 4 stelle è indicativo di un elevato livello qualitativo dell'offerta, mentre il numero degli esercizi a 3 stelle indica un livello medio.



L'analisi del comparto extralberghiero evidenzia un'offerta di tipologie ricettive in grado di cogliere le esigenze di target di clientela diversificati, sia sotto il profilo economico che del tipo di comfort e di esperienza di visita richiesta. Si ritiene importante per il prodotto "centri storici", così come per quello "borghi" che sia rilevante l'incidenza di forme di ospitalità integrate nel contesto locale, volte a soddisfare una domanda che non assume i caratteri di un turismo di massa o di élite, ma che si orienta invece verso forme di fruizione più "genuine", senza necessariamente ricercare il lusso, ma privilegiando esperienze autentiche e uniche che consentano un contatto con il territorio, con la sua cultura e le sue tradizioni.

Le forme di ospitalità considerate nello specifico sono state: i bed & breakfast, gli affittacamere, le case e appartamenti per vacanza, le case religiose di ospitalità e gli ostelli per la gioventù.

Nei comuni analizzati troviamo modelli di offerta che si differenziano notevolmente in quanto le varenze naturalistiche e paesaggistiche del territorio circostante i capoluoghi hanno in molti casi determinato lo sviluppo di un consistente numero di strutture complementari, soprattutto agrituristiche, che rappresentando un forte richiamo per il turista che viene in Umbria, costituiscono, in diversi casi, una forma di ricettività alternativa rispetto al soggiorno nei centri storici. Ciò si traduce in qualche caso (Norcia, Todi, Narni, Umbertide e Terni) in una scarsa presenza (o addirittura nella completa assenza) di strutture extralberghiere nel centro storico, mentre risulta rilevante l'offerta che si registra nelle aree esterne al territorio urbano.

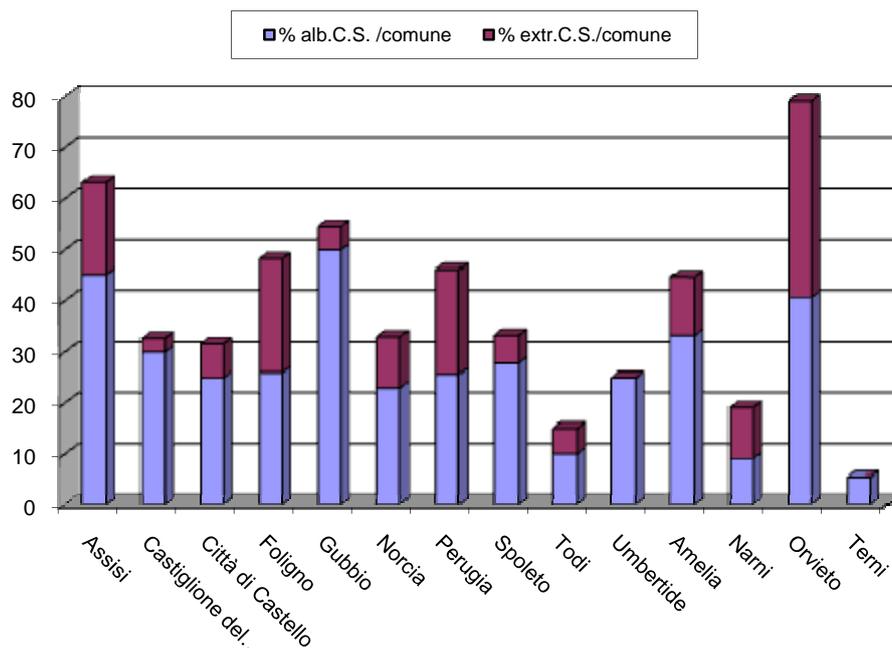
Regione Umbria

Tab. 3 - Esercizi extralberghieri nei centri storici dei comuni al 31.12.2010

Comuni	Centro storico				Totale centro storico	Comune	Comprensorio
	B. & B.	case e app. vacanza/locati ad uso t.	affitta camere	case per ferie e case religiose di osp.			
Assisi	7	9	22	13	51	281	362
Castiglione del Lago	1	1	4	0	6	221	589
Città di Castello	2	3	3	0	8	120	378
Foligno	12	2	4	1	20	90	391
Gubbio	5	1	1	1	8	170	282
Norcia	0	0	2	1	4	40	114
Perugia	16	15	25	6	63	308	385
Spoletto	2	1	2	1	6	109	153
Todi	3	0	1	1	5	99	242
Umbertide	0	0	0	0	0	98	378
Amelia	2	3	1	0	7	61	107
Narni	2	1	0	1	4	40	197
Orvieto	20	17	7	4	48	125	332
Terni	0	0	0	0	0	55	197

Fonte: ns. elaborazione su dati Regione Umbria

Graf. 3 – Peso della ricettività alberghiera ed extralberghiera nei centri storici rispetto al totale comunale



Fonte: ns. elaborazione su dati Regione Umbria

Regione Umbria

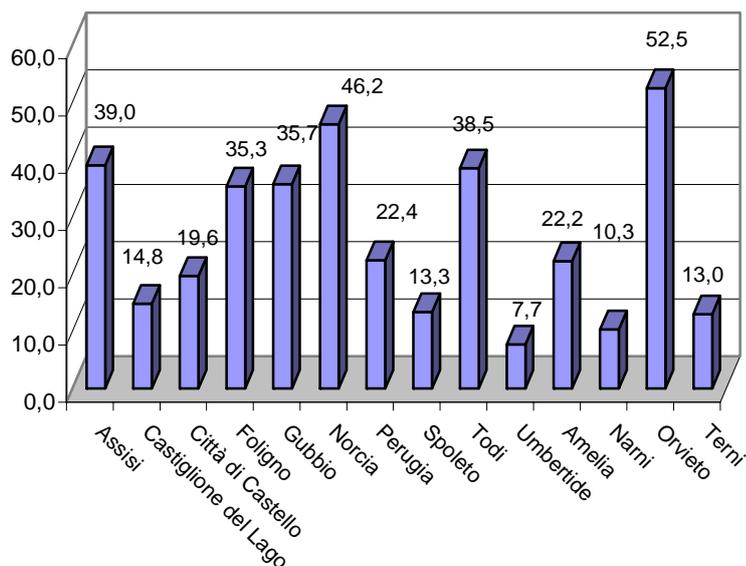
Tra gli aspetti considerati nell'analisi dell'offerta turistica vi è quello relativo alla presenza di strutture ristorative³⁰ nel centro storico delle città umbre.

Tab.. 4 - Strutture ristorative nei centri storici e nei comuni al 31.12.2010

Comuni	Centro storico	Comune	% centro storico/comune
Assisi	46	118	39,0
Castiglione del Lago	4	27	14,8
Città di Castello	11	56	19,6
Foligno	18	51	35,3
Gubbio	20	56	35,7
Norcia	11	26	42,3
Perugia	43	192	22,4
Spoletto	10	75	13,3
Todi	10	26	38,5
Umbertide	2	26	7,7
Amelia	4	18	22,2
Narni	9	29	31,0
Orvieto	32	61	52,5
Terni	10	77	13,0

Fonte: ns. elaborazione su dati Regione Umbria

Graf. 4 - Esercizi per la ristorazione nei centri storici (incidenza % su dato comune)



Fonte: ns elaborazione su dati Regione Umbria

³⁰ Ai fini dell'indagine sono state rilevate in modo aggregato le voci: "ristorante", "ristorante-pizzeria" e "trattoria" della banca dati *on line* della Regione dell'Umbria (www.regioneumbria.eu).



Regione Umbria

Come si evidenzia dal grafico n. 4 nel centro di Orvieto vi è una concentrazione molto elevata di ristoranti, pizzerie e trattorie rispetto al resto del territorio comunale (52,5%); valori consistenti si riscontrano anche a Norcia (46,2%), Assisi (39%), Todi (38,5%), Gubbio (35,7%) e Foligno (35,3%). La presenza di un'offerta ristorativa di qualità nel centro storico dove il turista può assaporare le produzioni enogastronomiche del territorio e i prodotti tipici locali, rappresenta un valore aggiunto particolarmente apprezzato dai turisti sia italiani che stranieri che soggiornano in Umbria, che impone un'ulteriore riflessione per valutare il livello qualitativo dell'offerta ed il suo legame con la cultura e le tradizioni del territorio.

L'analisi ha tenuto conto della presenza nei centri storici di Agenzie di viaggio e di Uffici d'Informazione e Accoglienza Turistica (Uffici IAT) in quanto strutture molto importanti per favorire il processo di accoglienza dei visitatori nelle città umbre e per supportare le scelte di *self packaging* degli stessi. In quasi tutti i centri storici presi in esame si registra la presenza di Uffici di Informazione e Accoglienza turistica, tranne nel caso di Norcia e Narni.

La localizzazione di agenzie di viaggi nel centro delle città è strettamente correlata alle loro dimensioni. Perugia (15), Terni (14) e Foligno (13) sono le realtà dove si riscontra il numero più elevato di agenzie, mentre non sono presenti tali esercizi nel centro delle città di Amelia e di Castiglione del Lago. La presenza di centri fieristici e di sale congressuali, unitamente a convention bureau, costituiscono fattori d'offerta in grado di svolgere un'importante funzione di attrazione nella città di flussi di visitatori, soprattutto in periodi che consentono di destagionalizzare l'attività turistica. L'integrazione dell'offerta congressuale nei centri storici, nonostante le immane difficoltà legate all'accessibilità, costituisce un aspetto rilevante su cui puntare per mantenere vitali i centri storici, in particolare nei periodi di scarsa domanda di visitatori (vedi tabella n. 5).

Tra le organizzazioni che operano nelle città e nei borghi umbri, ai fini dell'indagine è stata considerata la presenza nel centro storico delle Pro-loco, associazioni che svolgono un ruolo centrale nel mantenere vivo quel patrimonio della cultura immateriale locale rappresentato dalle tradizioni, dalle feste popolari e dalle sagre, che costituisce parte dell'evoluzione della cultura da conservare nella memoria storica. Tali associazioni sono presenti in diversi dei centri storici in esame, garantendo una rete diffusa abbastanza capillarmente sul territorio regionale³¹.

Accanto a modalità di organizzazione dell'offerta più di tipo tradizionale sono state rilevate anche iniziative quali le "card turistiche" (di cui si parlerà nel dettaglio nel par. 4.3) che consentono di integrare le varie componenti dell'offerta turistica territoriale (servizi di trasporto, servizi museali, ricettività,

³¹ Si veda al riguardo il sito dell'Unione Proloco Umbria Unpli www.prolocoumbria.it dove è disponibile l'elenco aggiornato delle Proloco presenti nella regione.

Regione Umbria

ristorazione ed altro ancora) agevolando l'esperienza di visita del turista con facilitazioni di prezzo e di tempi per la fruizione dei centri storici.

Tab 5 - L'offerta di servizi turistici nei centri storici al 31.12. 2010

Comuni	Agenzie di viaggi	Uffici IAT	Pro-loco	Centri fieristici e sale congressuali e Convention Bureau
Assisi	4	1	1	8 + Convention Bureau
Castiglione del Lago	0	1	0	1
Città di Castello	6	1	1	5
Foligno	13	1	0	14
Gubbio	2	1	1	5
Norcia	1	0	1	0
Perugia	15	1	0	14 + Perugia.com C. Bureau
Spoletto	4	1	1	13
Todi	3	1	1	7
Umbertide	1	1	0	2
Amelia	0	1	0	2
Narni	2	0	0	1
Orvieto	4	1	0	8+ C.Bureau
Terni	14	1	1	3

Fonte: ns. elaborazione su dati Regione Umbria

Come è stato precisato in precedenza, ai fini dell'analisi sono stati considerati non solo i musei delle città d'arte umbre, ma anche le biblioteche³², i teatri, i cinema, la cui presenza contribuisce a determinare una certa vivacità culturale del tessuto urbano. Le rilevazioni hanno tenuto conto oltre che dell'offerta museale classica, anche di musei dove è possibile scoprire o riscoprire usi e costumi locali e/o dove sono esposte e valorizzate le produzioni tipiche.

³² In Umbria si contano attualmente 256 istituti bibliotecari di diversa appartenenza istituzionale e con funzioni diversificate così articolate: biblioteche comunali, biblioteche ecclesiastiche, di associazioni culturali ed enti vari, private, appartenenti alla Regione e alle Province, universitarie, di organi periferici dello Stato. A queste vanno aggiunte le biblioteche scolastiche, non incluse nell'ultimo censimento effettuato dalla Regione nel 1999 e nei successivi aggiornamenti annuali. (fonte www.regioneumbria.eu)

Regione Umbria

Tab. 6 - L'offerta culturale nei centri storici della regione

Comuni	MUSEI		TEATRI		CINEMA		BIBLIOTECHE	
	Centro storico	Comune						
Assisi	9	14	1	2	1	1	10	15
Castiglione del Lago	1	1	1	2	1	1	1	1
Città di Castello	7	13	1	1	1	1	3	4
Foligno	4	5	4	4	2	2	7	9
Gubbio	12	12	1	1	2	2	7	7
Norcia	2	3	1	1	0	0	2	2
Perugia	18	26	4	4	3	4	40	62
Spoletto	8	9	2	2	1	1	8	11
Todi	2	5	1	1	2	2	4	4
Umbertide	2	2	1	1	1	1	1	1
Amelia	2	2	1	1	0	1	3	5
Narni	2	3	1	1	0	0	2	2
Orvieto	9	9	1	1	1	1	8	10
Terni	3	11	2	2	2	3	5	13

Fonte: ns. elaborazione su dati Regione Umbria

La lettura di questi valori per esprimere una maggiore significatività può essere messa in relazione con la dimensione territoriale dell'area del centro storico e con la popolazione che gravita in esso, costituita da residenti e visitatori³³. La difficoltà di disporre di una stima attendibile di tale valore, rende tuttavia non applicabile all'analisi questo tipo di indicatore.

4.3 Le card turistiche nella realtà umbra

Le card turistiche rappresentano uno strumento che si inquadra nel più ampio contesto delle strategie di valorizzazione dei luoghi e di gestione dei flussi turistici. Esse si inseriscono nei processi di creazione di valore accanto alle reti, ai sistemi per migliorare l'efficienza del processo produttivo ed ai club di prodotto intervenendo soprattutto sull'erogazione e la gestione del flusso informativo fra gli attori dell'offerta culturale e della domanda. Le card che rappresentano un metodo per superare gli ostacoli amministrativi e gestionali che si presentano nel Destination Management consentono di "agevolare il fruitore dei servizi culturali, ponendo maggiore attenzione ai suoi bisogni e cercando di fornire un'adeguata risposta in termini di organizzazione dell'offerta".³⁴ L'analisi delle card turistiche

³³ Si potrebbe calcolare il "tasso composto della funzione alberghiera" ottenuto dal rapporto: posti letto alberghieri/(popolazione*superficie)*100, che consente di valutare la densità dell'offerta ricettiva alberghiera dei centri umbri.

³⁴ De Benetti P. e Iannone R., Ufficio Studi Ferderculture, *Dalle city card alle card nazionali. I nuovi strumenti di integrazione dell'offerta culturale del territorio*, 2004, p. 225



Regione Umbria

esistenti nel panorama nazionale evidenzia dei prodotti flessibili, adattabili alle specificità del luogo, che si differenziano per contenuti, servizi offerti, per validità e prezzo. In molti casi, anche all'interno della stessa città, coesistono card con caratteristiche e obiettivi diversi. Le card turistiche possono essere destinate ad un territorio ampio, come ad esempio quello regionale, oppure a contesti più limitati, come nel caso delle city card; la vastità dell'ambito territoriale di riferimento e quindi dell'offerta correlata determina in conseguenza una maggiore complessità di gestione delle card, strettamente connessa al numero di organizzazioni culturali e di amministrazioni locali coinvolte. Il successo dell'iniziativa sarà tanto maggiore quanto più elevata sarà l'integrazione raggiunta tra gli attori, determinando al riguardo l'esigenza di individuare un soggetto "gestore" con funzioni di coordinamento dell'iniziativa. La definizione dell'ambito territoriale coinvolto nella card turistica non risulta dunque irrilevante, nel senso che all'aumentare delle dimensioni del contesto territoriale sono correlate finalità diverse, che tendono ad incrementare l'efficacia dello strumento. Tra gli aspetti positivi legati alla più ampia dimensione del territorio di riferimento della card si rileva:

- la tendenza a favorire la visita anche dei siti minori e meno conosciuti ridistribuendo sul territorio i flussi di visitatori registrati presso i siti più importanti;
- la riduzione di iniziative che contemplano riduzioni, biglietti integrati e offerte legate alla visita di siti museali e di altri beni;
- la tendenza a riunire, in alcuni casi, in un'offerta unica e vantaggiosa i siti/musei appartenenti ad uno stesso ente o a più enti;
- la possibilità di "seguire" il turista lungo i principali itinerari di visita all'interno del territorio, favorendo l'applicazione di tecniche di marketing legate al *Customer Relationship Management* (CRM).

L'analisi condotta per le città d'arte umbre ha evidenziato la presenza di diverse iniziative di card turistiche, alcune più consolidate, altre in fase di avviamento. Tra le esperienze va menzionata la city card "Perugia Città Museo" realizzata dal consorzio Perugia Città Museo che gestisce il circuito museale della città, prevedendo una bigliettazione integrata. I soggetti aderenti al consorzio sono: Direzione Regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici dell'Umbria, Comune di Perugia, Capitolo della Cattedrale di San Lorenzo, Nobile Collegio del Cambio; Nobile Collegio della Mercanzia, Fondazione Cassa di Risparmio di Perugia. L'acquisto della card (presso i musei aderenti ed alcune strutture ricettive) offre la possibilità di visitare i principali luoghi culturali della città attraverso un percorso tra arte e storia che comprende un'ampia varietà di musei, siti monumentali e archeologici. E' possibile inoltre per il turista che acquista la card avere un servizio di video-guide gratuito, ottenere riduzioni per altri

Regione Umbria

servizi cittadini (ad esempio parcheggi), per mostre temporanee ed eventi e beneficiare di sconti presso negozi e ristoranti. Sono disponibili diversi tipi di card (Tipo A, Tipo U; Abbonamento) rivolte a segmenti di domanda diversi, che si differenziano per la durata e per il prezzo.

La *Assisi Card* costituisce un'altra delle esperienze di city card in Umbria che consente al turista di fruire di agevolazioni e sconti per: parcheggi, musei della città, ristoranti, shopping, escursioni al Monte Subasio, passeggiate a cavallo e in mountain bike, escursioni nelle città dell'Umbria e servizio Taxi.

La *Carta Orvieto Unica* consiste in un biglietto d'ingresso pre-pagato a musei e monumenti della città di Orvieto. Il sistema Carta Unica comprende sia le realtà museali e monumentali più interessanti della città, sia i servizi attivati dalle singole realtà per la fruizione dei beni culturali, come le visite guidate in determinati orari e giorni della settimana. Venendo incontro alle esigenze dei turisti che nella città di Orvieto spesso incontrano difficoltà a confrontarsi con un sistema di mobilità alternativa (scale mobili e funicolare), la Carta Orvieto Unica, abbina un biglietto cumulativo "bus + funicolare", per incentivare i turisti a lasciare l'auto fuori dal centro storico e godersi i ritmi lenti del passeggiare tra un monumento e l'altro. Al momento dell'acquisto il turista riceve anche una mappa della città per poter individuare facilmente i luoghi di visita e materiale riepilogativo degli orari in cui è possibile usufruire dei servizi della Carta. La card è disponibile in due formati: per turisti individuali, a prezzo pieno e per gruppi e studenti con uno sconto pro capite. La validità della Carta è di un anno ed incentiva così il turista che non dovesse riuscire a visitare tutte le realtà incluse nella Carta in un solo giorno, a ritornare nella città per completare la visita utilizzando la stessa Carta. Il prezzo è ridotto per alcuni target di domanda quali studenti, anziani, gruppi di oltre 15 persone, mentre è gratuita per bambini fino a 5 anni.

La *Turisticard – la carta vincente* è l'iniziativa posta in essere dalla città di Gubbio; una card che offre servizi gratuiti e sconti per la mobilità all'interno del territorio, prezzi scontati per l'ingresso ai musei convenzionati; sconti per acquisti di beni e servizi anche di ospitalità e benessere negli esercizi e nei punti vendita convenzionati. Nel caso in esame la city card è stata associata in chiave di marketing, ad un biglietto "gratta e vinci" che offre l'opportunità al turista di vincere delle piacevoli sorprese, incentivandone in tal modo la vendita.

La *Gualdo Tadino Tourist card* costituisce un ulteriore esempio di city card realizzata in Umbria che consente al turista di beneficiare di sconti (in misura del 10%) su prodotti e servizi offerti nella città. La carta viene rilasciata gratuitamente presso alcuni esercizi commerciali e presso il Polo Museale Cittadino.

Regione Umbria

La *Spoletto Card* è la carta turistico museale della città di Spoleto che consente ai turisti di accedere a costo ridotto a tutti i musei del circuito cittadino. L'esperienza è stata avviata per iniziativa del Comune di Spoleto, dell'Arcidiocesi di Spoleto Norcia, della Direzione Regionale per i Beni Culturali e dell'Associazione Rocca Albornoziana, ed ha visto il sostegno nella sua realizzazione della Regione Umbria, della Soc. Spoletina Trasporti e della Soc. Coop. Sistema Museo. L'iniziativa intende facilitare l'accesso ai 7 musei di Spoleto sia ai cittadini che ai turisti; permette inoltre di utilizzare gratuitamente il servizio di trasporto pubblico urbano garantendo il collegamento tra i musei e i monumenti cittadini, i parcheggi, la stazione ferroviaria e le strutture ricettive del circuito urbano. Sono previste inoltre visite e tour guidati in città gratuiti nei fine settimana. Le tariffe della Spoleto card sono differenziate in base alla durata (1 – 2 giorni) ed in base ai servizi offerti, ad esempio, la visita solo a 4 musei della città. Sono state previste inoltre delle opzioni a prezzo ridotto per alcune fasce d'età della clientela e per gruppi.

La *Asset Card Norcia* si configura invece come una carta non prettamente a carattere turistico, che consente al visitatore di fruire di sconti, in modo particolare nei ristoranti, negli alberghi e nell'acquisto di servizi e prodotti per turisti.

In alcune città umbre che fanno parte di network di carattere nazionale, il turista può utilizzare card turistiche rilasciate da tali associazioni, come nel caso ad esempio, della BorghiCard dei Borghi più Belli d'Italia che offre vantaggi e sconti nei negozi, nelle botteghe e nelle attività ricettive dei borghi che aderiscono all'associazione. In questo caso ovviamente, l'efficacia della card turistica è molto maggiore in quanto inserita in un circuito di carattere nazionale.

L'analisi realizzata consente di inquadrare gran parte delle esperienze di card turistiche avviate nella regione nella tipologia delle "city card", che hanno cioè come ambito territoriale di riferimento quello urbano. Come si è in precedenza sottolineato sarebbe opportuno che i processi di integrazione tra i vari attori del sistema d'offerta si estendano a comprendere anche entità esterne alle città, amplificando in tal modo gli effetti della rete. Sarà così possibile diffondere i benefici derivanti dal turismo anche alle aree esterne alle città turisticamente più importanti, aumentando la loro visibilità. Si evidenzia la necessità di ampliare il numero dei servizi e dei soggetti coinvolti nelle card per favorire l'offerta di un prodotto più articolato e quindi in grado di soddisfare al meglio le esigenze dei visitatori delle città d'arte umbre. L'efficacia della card potrà essere ulteriormente aumentata dando maggiore visibilità a questo strumento, ad esempio promuovendo e vendendo pacchetti turistici comprensivi della card, che includa non soltanto forme generiche di sconto, ma anche servizi specifici correlati all'esperienza dei visitatori nei centri storici.



Regione Umbria

L'allargamento dell'ambito territoriale potrà determinare inoltre effetti positivi anche nei confronti della domanda: il turista con una card "unica" che coinvolge non una sola città ma ad esempio l'intero comprensorio o addirittura più città della regione, potrà beneficiare di significativi risparmi in termini di tempo e di denaro e quindi migliorare la qualità della sua esperienza di visita.

4.4 Il prodotto "borghi": fattori di attrattività "materiali" ed "immateriali"

Le considerazioni sulla domanda di turismo nei borghi hanno evidenziato due principali tipologie di visitatori³⁵ le cui motivazioni ci inducono a considerare in maniera separata un'offerta "*special interest*" rivolta a quei turisti che hanno come interesse prevalente il borgo e un'offerta a carattere "*generalista*" volta a soddisfare una domanda che vede l'esperienza del borgo come un'integrazione per arricchire la propria vacanza. In questa sede focalizzeremo l'attenzione in particolare sulla prima tipologia di offerta per i caratteri specifici che essa presenta.

Per soddisfare la domanda turistica nei borghi sono necessari *servizi di base* (alloggio, ristorazione, trasporti,...) in gran parte comuni per le varie tipologie di turismo e *servizi specifici* connessi alle esigenze di una domanda "*special interest*". Nella predisposizione dell'offerta dei borghi risulta quindi essenziale prevedere una serie di servizi specifici che concorrono a rendere fruibili i fattori di attrattività del territorio, la cui presenza risulta determinante per la definizione del prodotto.

L'offerta di servizi nella duplice connotazione di base e specifici dovrà tuttavia risultare coerente con i caratteri distintivi del prodotto "borghi". Sarà dunque importante per il turista trovare conferma della propria scelta, ad esempio, nelle strutture ricettive; una scelta quindi che richiede di declinare il borgo e il territorio anche nei servizi di ospitalità. Risulta infatti particolarmente avvertita da parte dei visitatori l'esigenza di trovare strutture in grado di offrire un'atmosfera personale e distintiva, di presentare tracce della storia del luogo, senso di ritorno all'epoca nella quale la vita aveva ritmi meno intensi. A titolo esemplificativo si pensi all'opportunità di offrire all'interno dei borghi servizi di ricettività che assumano forme integrate con la realtà dei luoghi, quali l'albergo diffuso, i bed & breakfast, la ricettività nelle case del borgo, le dimore storiche, ecc., che costituiscono parte integrante dell'attrattività del borgo. Queste forme di ricettività insieme ad altri aspetti come la scelta dell'arredo, dei materiali, degli aspetti strutturali e dei servizi offerti sono elementi ritenuti importanti dal turista, in grado di rendere il suo soggiorno nel borgo "indimenticabile".

³⁵ Nel cap. 3 si è distinta la domanda nei borghi in due tipologie: quelli per cui il borgo ha carattere centrale e quelli per cui il borgo si associa ad altri sistemi.



La scelta della vacanza appare sempre più condizionata dai mezzi di trasporto e dalla comodità per raggiungere le mete turistiche. Secondo quanto emerge anche dall'indagine Enit³⁶ realizzata sui mercati esteri la scelta delle destinazioni risulta sempre più legata alla disponibilità di voli low cost che garantiscono il collegamento anche con i centri minori del nostro Paese. Per questo tra le priorità per lo sviluppo turistico dei borghi è da considerare il potenziamento infrastrutturale legato soprattutto al trasporto aereo ed al collegamento con i principali bacini di domanda turistica.

Tra i servizi che concorrono a formare il prodotto "borghi" vanno considerati i servizi di *accoglienza e di informazione* che acquistano in questo contesto un ruolo determinante in quanto nella maggior parte dei casi il turista è di tipo individuale, non organizzato, che esprime un'esigenza di informazioni a tutto campo per organizzare la propria visita (*self packaging e dynamic packaging*), cercando le cose da vedere e da fare, sentendosi libero di scegliere tra opzioni diverse e legando il suo appagamento alla percezione della vacanza come occasione per apprendere ed aumentare le sue conoscenze.

Le specifiche modalità di organizzazione della vacanza del turista dei borghi e il fabbisogno informativo ad esse legato rende particolarmente opportuna la predisposizione di siti web "*special interest*" dai quali egli possa attingere tutte le informazioni necessarie per la costruzione del proprio "pacchetto" di soggiorno.

Nella realtà umbra, secondo quanto emerge dall'analisi, viene prodotta una notevole quantità di informazioni sui centri storici e sui borghi resa disponibile sulla rete web; si tratta di informazioni dettagliate, prodotte da una pluralità di soggetti, in generale caratterizzate da un buon livello qualitativo. Il limite che ne appare è una certa frammentarietà che tende a ridurre l'efficacia. La difficoltà di integrare tra loro le informazioni disponibili da parte del turista rende evidente la necessità di intervenire in tal senso facilitando il percorso di ricerca del potenziale visitatore, attribuendo così una maggiore visibilità alle singole realtà.

Le informazioni disponibili nelle guide e nei siti web mostrano inoltre la difficoltà di percepire i borghi umbri come "prodotti turistici", mettendo in difficoltà il visitatore che intenda tradurre in un'offerta turistica strutturata le informazioni ricevute. Si rende quindi necessario potenziare tale aspetto, fornendo informazioni di dettaglio legate anche alla commercializzazione di servizi e facilitando il collegamento con i vari fornitori che operano sul territorio.

La molteplicità di motivazioni che spinge il turista ad esprimere la domanda di turismo nei borghi rende complessa e diversificata la gamma dei servizi specifici richiesti, che non si esauriscono in quelli legati in senso stretto alla fruizione culturale, ma che spaziano anche in altri ambiti più o meno stret-

³⁶ Indagine Enit, 2009

Regione Umbria

tamente connessi. Si pensi a titolo esemplificativo agli eventi folcloristici, all'enogastronomia, all'artigianato, alla natura, ambiti questi che mettono in luce lo stretto collegamento tra diverse forme di turismo e tra diverse filiere produttive interessate.

Tab. 7 - Componenti sistema di offerta per il turismo dei centri storici e dei borghi: attrattori generici e specifici

	Componenti materiali	Componenti immateriali	Stakeholder
Attrattori generici	<ul style="list-style-type: none"> - patrimonio storico-artistico e paesaggistico - cultura e spiritualità - enogastronomia 	<ul style="list-style-type: none"> - Immagine generale destinazione - brand system destinazione 	<ul style="list-style-type: none"> - Regione - altri soggetti di governance territoriale (comuni, comunità montane, province, GAL, patti territoriali)
Attrattori specifici	<ul style="list-style-type: none"> - residenti - percorsi museali - eventi tematici - tradizioni/ eventi folcloristici - animazione culturale - mercati e fiere - botteghe artigianato artistico e tradizionale - attività commerciali - produzioni tipiche del comparto agroalimentare - luoghi di ritrovo (piazza, bar o caffè del borgo, ...) - card turistica - itinerari tematici (a piedi, in bici) - greenways e altre infrastrutture per la mobilità dolce di collegamento tra i borghi - guide, mappe ed altri prodotti editoriali - siti web special interest 	<ul style="list-style-type: none"> - comunità viva e ospitale - immagine della destinazione rispetto alla specifica motivazione del turista dei borghi - atmosfera e stile di vita - servizi culturali specializzati per il turista dei borghi - marchi di club di prodotto - tradizioni folcloristiche 	<ul style="list-style-type: none"> - Regione - altri soggetti di governance territoriale (comuni, comunità montane, province, GAL, patti territoriali) - associazioni special interest - imprese di servizi specializzate - imprese ricettive e ristorative - tour operator e agenzie di viaggi - editoria specializzata - infomediari - pro-loco - associazioni di categoria e network

La tabella n. 8 intende fornire una possibile schematizzazione di servizi di base e specifici che opportunamente combinati costituiscono il prodotto "borghi". Appare evidente il coinvolgimento di una pluralità di attori del territorio, sia di natura pubblica che privata, del comparto turistico e di altre filiere produttive che interagiscono per la predisposizione, la promozione e la vendita del prodotto "borghi".

Regione Umbria

Tab. 8 - Servizi di base e specifici del prodotto “borghi”

	Componenti materiali	Componenti immateriali	Stakeholder
Servizi di base	<ul style="list-style-type: none"> - strutture ricettive - strutture di ristorazione - infrastrutture per il trasporto pubblico e privato: aeroporti con voli low cost, rete ferroviaria, rete stradale, trasporto pubblico locale - parcheggi 	<ul style="list-style-type: none"> - servizi ricettivi - servizi ristorativi - servizi di trasporto 	<ul style="list-style-type: none"> - imprese ricettive - imprese ristorative - imprese di trasporto
Servizi specifici	<ul style="list-style-type: none"> - esercizi commerciali - laboratori artigiani - strutture di ospitalità specializzate (albergo diffuso, dimore storiche, B&B, ecc.) 	<ul style="list-style-type: none"> - servizi di informazione e accoglienza turistica - qualità segnaletica - servizi di ricettività specifici - percorsi e laboratori “esperienziali” - servizi di organizzazione e commercializzazione di pacchetti di offerta specializzati - eventi a tema, raduni, folclore 	<ul style="list-style-type: none"> - soggetti di governance territoriale - artigiani e commercianti - associazioni special interest - imprese di servizi specializzate - guide - imprese ricettive specializzate - tour operator e agenzie di viaggi - editoria specializzata - infomediari

4.4.1 Le componenti materiali dell’offerta dei borghi umbri

Come è stato sottolineato nell’analisi relativa alla domanda turistica nei borghi la pluralità di motivazioni che spinge il turista alla sua scelta, include tra gli elementi di attrazione non soltanto quelle espressioni più tradizionali del patrimonio storico, urbanistico ed architettonico, ma anche una serie di altri elementi che in tale contesto acquistano un ruolo di fondamentale importanza. L’analisi del sistema di offerta idoneo a soddisfare la domanda di turismo nei borghi implica pertanto, la considerazione congiunta di componenti di tipo *materiale* e di un insieme eterogeneo di fattori *immateriale* che risultano strettamente connessi alla percezione che la domanda ha della destinazione. Per i turisti che scelgono come destinazione principale della propria vacanza i borghi umbri è fondamentale riscontrare una coerenza tra l’immagine della destinazione e le motivazioni alla base della loro scelta. Tra gli elementi che contribuiscono in modo determinante alla definizione dell’immagine dei borghi va considerato il commercio che rappresenta una delle attività principali che anima i centri storici e può considerarsi a pieno titolo un’attrattiva in tali contesti. Le tendenze che negli ultimi anni hanno caratterizzato quasi ovunque il sistema distributivo delle città, hanno generato una certa decadenza

Regione Umbria

commerciale dei centri storici, che contrasta con le esigenze di rivitalizzazione sociale, culturale e turistica degli stessi. I centri storici e i borghi sono stati infatti caratterizzati dal progressivo abbandono da parte dei negozi tradizionali e di quelli di servizio ai residenti; si è così rarefatto il servizio sociale ed economico di prossimità, contribuendo specularmente a ridurne l'attrattività turistica e residenziale. In virtù di questi processi sarà dunque importante salvaguardare e qualificare la presenza nei borghi e nei centri storici umbri delle attività commerciali ed artigianali in grado di svolgere l'importante servizio di vicinato, dal momento che questa presenza risulta strettamente legata in una sorta di "circolo vizioso" al progressivo spopolamento di tali centri. Affinché il prodotto borghi risulti coerente rispetto alle aspettative della domanda sarà dunque auspicabile che vengano tutelati in modo particolare gli esercizi aventi valore storico ed artistico, quelle "botteghe storiche" che in virtù della tradizione che rappresentano e tramandano, assumono anche una funzione culturale e di testimonianza, che costituisce parte integrante dell'identità del luogo.

L'importanza del ruolo svolto dalle attività commerciali per la valorizzazione dei centri storici viene universalmente riconosciuta, tanto che non mancano progetti a livello regionale, così come in altre parti d'Italia, per incentivare la realizzazione di *Centri Commerciali Naturali*. Si tratta di una formula "studiata per permettere al sistema della piccola distribuzione del centro storico urbano di offrire al cliente una proposta alternativa ai centri commerciali "artificiali" extraurbani, che privilegi la qualità dei prodotti, la prossimità degli esercizi commerciali e il piacevole contesto dei luoghi, concepito come insieme di spazio di vita sociale e culturale"³⁷. Il centro storico nella visione del Centro Commerciale Naturale torna ad essere una realtà vivace, a misura d'uomo, in grado di offrire in uno scenario storico-artistico autentico eventi a tema, iniziative commerciali e percorsi di shopping, forme di intrattenimento, il tutto insieme ad un'offerta ricettiva e ristorativa di qualità. Il Centro Commerciale Naturale dovrebbe prevedere al suo interno la presenza di attività commerciali, ma anche di altri operatori economici a costituire una rete di imprese artigiane, aziende di servizi, operatori turistici e persino di professionisti presenti in città. La legge regionale umbra sui centri storici (vedi cap. 1) ha riconosciuto l'esistenza dei Centri Commerciali Naturali ed ha previsto l'imputazione di risorse da parte della regione per il cofinanziamento dei programmi di marketing urbano, la qualificazione delle imprese, la formazione, la creazione di marchi comuni e la promozione congiunta. In Umbria è stata già avviata la realizzazione di Centri Commerciali Naturali all'interno dei centri storici con i progetti "City Mall" (Deruta, Gualdo Tadino, Spoleto, Todi, Torgiano) e "Urban.com" (Perugia e Gubbio) della Confcommercio di Perugia, cofinanziati dalla Provincia di Perugia.

³⁷ Paparelli R., Del Duca M., *Centri Commerciali Naturali*, FrancoAngeli, Milano, 2010, p. 53.

Regione Umbria

Potrebbe essere interessante incrementare la realizzazione di Centri Commerciali Naturali e in ogni caso, garantire nelle città e nei borghi della regione la presenza di un tessuto commerciale fatto anche di botteghe e di laboratori dove il turista abbia la possibilità di vedere ancora artigiani all'opera per realizzare produzioni legate alla tradizione ed alla cultura del luogo. L'artigianato costituisce infatti un'espressione di quel "patrimonio culturale immateriale"³⁸ che svolge un ruolo determinante nella cultura e nell'identità della popolazione locale, particolarmente apprezzato dai turisti nazionali ed esteri. Per il turista in cerca di emozioni e di esperienze sul territorio, la possibilità di vedere da vicino la realizzazione di manufatti, di trascorrere del tempo all'interno di botteghe artigiane, magari partecipando attivamente ad alcune fasi del processo di lavorazione, costituisce in sé un elemento di attrazione che si lega anche all'opportunità di intessere relazioni con la gente del luogo. Sono da inquadrare in questo contesto le iniziative³⁹ sviluppate in ambito regionale, finalizzate alla valorizzazione integrata del territorio, che vedono nelle diverse espressioni dell'artigianato artistico e tradizionale un elemento centrale su cui basare le strategie per la valorizzazione e la promozione delle città e dei borghi umbri. Accanto alla bottega artigiana vista come luogo di ritrovo e di socializzazione, si individuano altri tipi di strutture e di luoghi di notevole importanza per l'offerta dei borghi; tra questi va menzionato il *bar* o il *caffè*, esercizi con una connotazione in parte diversa da quella di professionalità e di asetticità tipica dei bar di città, luoghi dove si ritrova giornalmente la comunità e in cui è possibile intessere relazioni. L'importanza di questi luoghi per i centri storici è testimoniata da esempi di caffè che hanno rappresentato in passato luoghi di incontro di intellettuali e scrittori, dei veri e propri punti di riferimento della vita culturale dei centri urbani, che ancora oggi costituiscono oggetto di visita da parte dei turisti. Tra i punti di aggregazione tipici della dimensione del borgo va ricordata anche la piazza, luogo di socializzazione e di scambio per eccellenza, che rappresenta un tratto distintivo della nostra civiltà, che invita al dialogo, allo scambio ed alla partecipazione e che costituisce dunque, un punto di attrazione anche per i visitatori dei borghi storici.

4.4.2 Il ruolo delle componenti "immateriali"

Nel quadro degli asset turistici del sistema locale sono da considerarsi anche le risorse intangibili quali componenti decisive del prodotto turistico che rappresentano quel "di più rispetto alle alternative di scelta, che induce a compiere un viaggio piuttosto che un altro".⁴⁰

³⁸ Unesco, *Convenzione per la Salvaguardia del Patrimonio Culturale Immateriale*, Parigi, 2003.

³⁹ Si veda al riguardo il Progetto "Abitare il Territorio in Umbria" (2009 e 2010) finanziato dalla Camera di Commercio di Perugia e realizzato dal CST di Assisi che vede la compartecipazione a livello regionale delle associazioni di categoria sia del settore turismo che del settore dell'artigianato. www.abitareilterritorioinumbria.it

⁴⁰ Ejarque G., *La destinazione turistica di successo*, Hoepli, 2003

Regione Umbria

Questa impostazione su cui si basa anche la strategia di valorizzazione regionale incentrata sulla filiera Turismo-Ambiente-Cultura, permette di far conoscere gli elementi immateriali della cultura del territorio e di considerare in maniera sistemica gli attrattori turistici attuali e potenziali. Tra le testimonianze di maggior rilievo del patrimonio culturale immateriale⁴¹ che assumono rilevanza ai fini del turismo nei borghi, sono da menzionare le tradizioni, gli eventi, i riti a carattere civile e religioso, le feste, che insieme ai mercati ed alle fiere esprimono la vitalità e l'attrattività del luogo. Il mercato, in particolare, viene visto come un elemento connotativo del borgo; storicamente rappresentava il luogo d'incontro della comunità, deputato allo scambio delle produzioni. Tale funzione che ha segnato profondamente la struttura e la toponomastica dei borghi⁴² è ancora oggi percepibile con chiarezza in molte realtà urbane. Ai fini dello sviluppo turistico risulta importante garantire la presenza sul territorio di eventi, di manifestazioni ed in genere di iniziative legate alla valorizzazione della storia, della cultura e delle tradizioni popolari locali, che vedano un coinvolgimento diretto dei residenti, quale testimonianza tangibile della vitalità del luogo. L'offerta di eventi nella regione Umbria evidenzia una grande numerosità di manifestazioni (storiche, culturali, paesane, teatrali, musicali, sportive, religiose, concerti, fiere e mostre, già censite nel sito della Regione Umbria), molte delle quali di rilevanza nazionale e internazionale, che hanno come ambiti privilegiati di svolgimento i centri storici ed i borghi della regione. Questa offerta che si caratterizza per un certo grado di sovrapposizione tematica e temporale delle manifestazioni nei diversi comprensori umbri, vede una concentrazione degli eventi soprattutto nel periodo primavera-estate e nei mesi di settembre-ottobre, risentendo del forte legame esistente tra le manifestazioni e il tessuto produttivo, culturale e religioso locale. Molte delle manifestazioni che si svolgono nel territorio regionale non sempre però sono pensate e rivolte alla fruizione turistica; spesso sono infatti espressione dell'identità locale e vengono vissute in prima persona dalla comunità residente, suscitando in qualche caso un limitato richiamo turistico. Questo aspetto se da un lato rappresenta un punto di forza per l'offerta turistica umbra, che vede nella comunità locale uno degli attori privilegiati dello sviluppo turistico, dall'altro però deve far riflettere sulle modalità di attuazione dell'attività promozionale e sulla sua efficacia⁴³, anche ai fini della promozione del prodotto "borghi". I turisti che scelgono di soggiornare nei borghi si aspettano di vivere

⁴¹ Per avere una visione completa degli elementi che compongono il patrimonio culturale immateriale può richiamarsi la Convenzione Unesco di Parigi del 2003 sul Patrimonio Culturale Immateriale in cui si afferma che: "Si intendono per patrimonio culturale immateriale pratiche, rappresentazioni, espressioni, conoscenze e saperi, così come gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati ad essi, che le comunità, i gruppi e, in alcuni casi gli individui riconoscono come facenti parte del loro patrimonio culturale". (Art. 1)

⁴² In diversi casi il mercato per la sua importanza nell'ambito della città si è trasformato da struttura mobile a struttura fissa (mercati coperti).

⁴³ Per un'analisi dettagliata di questi aspetti si veda: P. De Salvo, *Mappatura delle attrattive culturali in Umbria*, in "Ricerca per la valutazione e la definizione di linee strategiche per lo sviluppo del turismo culturale in Umbria", CST, 2007.



un'esperienza vera, amano incontrare gente del posto e relazionarsi con loro. Pertanto, nella definizione dell'offerta assume particolare rilevanza il ruolo della comunità locale e tutte quelle iniziative tese a promuovere un'integrazione dei servizi e dei beni di consumo offerti con i beni "relazionali" come la convivialità, l'amicizia e l'ospitalità della gente del luogo.

Il borgo viene percepito dai turisti come un luogo attrattivo nella misura in cui è presente in esso una comunità viva, cordiale, che ama raccontare la propria esperienza vissuta, le storie quotidiane e la vita del borgo. Per favorire il turismo in questi ambiti sarà dunque importante tra gli altri aspetti, realizzare un processo di sensibilizzazione e di crescita culturale dei residenti, che porti ad un aumento del senso di appartenenza e di identità nella comunità locale, in modo da poter essere trasferito ai turisti attraverso la "narrazione" del proprio territorio. Il coinvolgimento della popolazione potrà avvenire attraverso la realizzazione di iniziative concrete di "integrazione" con i turisti che consentano di manifestare la cultura dell'ospitalità del luogo, ad esempio, attraverso l'apertura delle proprie case ai turisti⁴⁴, in quanto ospiti da accogliere. Una comunità viva contribuisce quindi, insieme ad altri aspetti immateriali a realizzare quell'"atmosfera" del borgo che costituisce uno degli attrattori identificativi dell'*italian life style*, particolarmente apprezzato dalla domanda di turismo soprattutto estera. Le produzioni eno-gastronomiche e i prodotti tipici che costituiscono parte integrante del patrimonio culturale immateriale del territorio sono elementi molto importanti nell'offerta turistica dei borghi umbri che ne aumentano la visibilità andando ad intercettare un segmento di domanda che è in continua crescita. Le stime fornite da Coldiretti su dati dell'Osservatorio Nazionale del Turismo mostrano che nel 2010 sono raddoppiati gli italiani che hanno fatto le vacanze in Italia per motivi enogastronomici, con circa 2,7 milioni di viaggi svolti, pari al 4,2 per cento. Questo tipo di turismo, il cui valore è stimato in cinque miliardi di euro⁴⁵, trova la sua sede privilegiata nei borghi e nei piccoli centri della regione, permettendo di realizzare una proficua integrazione tra filiere produttive diverse. Le "Strade del vino", le "Strade dei Sapori", le "Strade dell'olio" costituiscono soltanto alcuni esempi di itinerari enogastronomici e di "reti" di soggetti pubblici e privati realizzate sul territorio per la valorizzazione delle produzioni locali di qualità, che vedono il coinvolgimento di numerose cittadine e borghi della regione.

⁴⁴ Un'iniziativa da citare in questo senso è quella che viene realizzata nel piccolo borgo di Baunei in Sardegna (Provincia dell'Ogliastra) denominata "Domus ianas" durante la quale i residenti aprono le porte delle loro case per mostrare alcune produzioni tipiche del luogo ed il loro modo di vita legato soprattutto al passato.

⁴⁵ Analisi Coldiretti (febbraio 2011)

Regione Umbria

4.4.3 Alcune opzioni informatiche per il turismo dei Borghi ⁴⁶

Il turismo dei borghi, in quanto turismo “minore” e di nicchia, presenta alcune peculiarità di cui è necessario tenere conto nella progettazione di opzioni informatiche correlate. Pur senza approfondire l’analisi delle opportunità che l’informatica può offrire a questo particolare segmento turistico è comunque possibile suggerire alcune raccomandazioni di carattere generale

Salvaguardia dell’identità del borgo con il branding on line

L’identità del borgo è probabilmente la fondamentale componente di brand. Una presenza sul web del borgo dovrebbe in primo luogo garantire la comunicazione di tale identità. Ciò significa che il borgo deve possedere una propria visibilità autonoma rispetto al territorio di cui è parte. Può dunque risultare insufficiente un generico riferimento del borgo all’interno di un portale turistico territoriale generalista. È consigliabile lo sviluppo di un tematismo specifico dedicato ai borghi all’interno del portale territoriale (opzione minimale) o, meglio ancora, sviluppare un portale dedicato alla specifica linea di prodotto “turismo dei borghi” che federi i diversi borghi di un medesimo territorio. Queste scelte, ovviamente, vanno poi accompagnate con sistematiche attività di web marketing (SEM etc.).

On line experiencing per il turismo dei borghi

L’attrattività turistica fondamentale dei borghi è spesso rappresentata dalla “vita del borgo”. È dunque legata ad un’esperienza vissuta (*living*) del borgo, anche se limitata ad una visita di poche ore. La multimedialità del web offre diverse opportunità per assecondare questa opzione. Sia per gestire la fase di ricerca e pianificazione del viaggio che per gestire il cosiddetto marketing del ricordo. Un’opzione applicativa al riguardo è rappresentata dalla Fotografie VR (*virtual reality*) che consentono un’esplorazione circolare (in alcuni casi addirittura anche sferica) di una determinata area (la stanza di un museo piuttosto che una piazza) unitamente ad una navigazione “in profondità” grazie alla elevatissima risoluzione disponibile. Questo taglio esperienziale deve costituire anche la chiave narrativa dei contenuti del turismo dei borghi. Ciò può essere ottenuto sia impiegando foto e video opportuni ma anche, ove possibile, progettando formule di interazione ispirate alle opzioni del web 2.0.

On site experiencing tramite l’Augmented Reality

Il capitale esperienziale di cui è dotato un borgo può essere ulteriormente arricchito attivando opzioni di “realtà aumentata” (*Augmented Reality*) durante la presenza nel sito. Queste opzioni, tipica-

⁴⁶ Le considerazioni contenute nel presente paragrafo sono attribuibili a P. Desinano (CST Assisi).



Regione Umbria

mente fruibili attraverso dispositivi mobili (p.e. smartphone), consentono di ottenere informazioni georeferenziate rispetto alla propria posizione. Le informazioni possono essere testuali, ma anche grafiche (per esempio in tal caso è possibile “sovrapporle” all’immagine reale ripresa dalla fotocamera).

Card per Circuito dei borghi

In particolare un borgo potrebbe non avere una quantità di attrattori sufficienti, anche semplicemente esperienziali, a giustificare un viaggio (cioè un borgo potrebbe essere meta di una escursione ma non di un soggiorno prolungato). In tal caso può essere importante organizzare, soprattutto per borghi geograficamente prossimi, un’offerta “a circuito” dove risulta possibile collegare più borghi (magari facendo uso di formule di destination card, così come si è visto nel par. 4.3) consentendo un’azione maggiormente sistemica estesa all’intera linea di prodotto. La scelta del tipo di card può permettere poi anche il tracking del turista utile per avere feed back circa i suoi percorsi ed usi.

4.5 I processi di certificazione e di aggregazione dei centri storici e dei borghi umbri

Un tema chiave per lo sviluppo del turismo dei borghi è quello della “rete”; occorre stimolare la nascita di reti per far sì che i borghi si trasformino in “prodotto” a tutti gli effetti e non soltanto uno scenario per la visita. Spesso manca il prodotto riconoscibile e veicolato dal mercato. Fare rete è una modalità di rispondere alle esigenze della domanda, che si aspetta proposte non solo turistiche e di costruire prodotti “allargati” espressione del territorio, più ampi e interessanti rispetto a quelli che possono essere organizzati e veicolati da un singolo operatore, o da alleanze sporadiche o tattiche, come sono spesso le associazioni di comuni.

La creazione della rete rappresenta una modalità per creare forme di partenariato tali da assemblare le risorse già esistenti, cercando di unirle in una logica comune. La rete dunque tende a nascere intorno a un tema, un percorso o sfruttando la vicinanza geografica. Questo costituisce un modo semplice di intendere la rete; agendo in tal modo difficilmente si riesce ad incidere sulla proposta reale, sull’offerta che sarà poi veicolata nel mercato, e di conseguenza ad attirare forme di turismo più o meno nuove, stimolando la percezione e le motivazioni dei turisti. E’ opportuno vedere le reti non come collages per essere più competitivi, ma come obiettivi strategici. I centri storici ed i borghi umbri sono ben consapevoli dell’importanza di proporsi sul mercato non in maniera individuale ma in



modo aggregato con altre realtà sia della regione che di altri ambiti territoriali, al fine di aumentare la propria visibilità. Diverse sono le iniziative di networking e di club di prodotto che si sono andate affermando in Italia nel corso degli ultimi anni e che stanno raccogliendo interesse da parte della domanda. Come si è visto nel capitolo 2 del presente lavoro, queste diverse iniziative pur differenziandosi per alcuni aspetti, presentano tuttavia forti punti di contatto sia in termini di requisiti richiesti per i soggetti aderenti alla rete che di finalità definite per la propria attività.

In Umbria sono presenti numerose città e borghi che partecipano a tali iniziative e non mancano casi di città che aderiscono a più associazioni con l'attribuzione di diversi marchi.

Il club di prodotto *I Borghi Più Belli d'Italia* promosso dall'ANCI dal 2001 vede una consistente partecipazione dei piccoli comuni della regione che tende ad incrementarsi ogni anno. Ad oggi sono 22 le realtà umbre che vi aderiscono, il 10% circa del totale nazionale e sono le seguenti: Arrone, Bettona, Bevagna, Castiglione del Lago, Citerna, Corciano, Deruta, Giove, Lugnano in Teverina, Massa Martana, Monte Castello di Vibio, Montefalco, Montone, Norcia, Paciano, Panicale, San Gemini, Spello, Stroncone, Torgiano, Trevi, Vallo di Nera.

Un'altra iniziativa che anch'essa sta suscitando un interesse crescente è il marchio di qualità turistico ambientale *Le Bandiere Arancioni* del Touring Club Italiano. In tutte le regioni sono presenti comuni che fanno parte del network, tuttavia la diffusione maggiore si riscontra nelle aree del centro e del nord. In Umbria ad oggi⁴⁷ hanno ottenuto il riconoscimento nove comuni: Bevagna, Città della Pieve, Montefalco, Montone, Norcia, Panicale, Spello, Trevi e Vallo di Nera.

Per avere un quadro di sintesi delle principali iniziative a cui aderiscono le città e i borghi umbri si propone la Tabella n. 9 dalla quale risulta evidente la numerosità dei Comuni che si fregiano di certificazioni e di marchi con valenza nazionale. L'esigenza di accrescere la propria visibilità soprattutto sul web, vede i borghi umbri partecipare anche contemporaneamente a più associazioni e network.

⁴⁷ Dato aggiornato al dicembre 2010



Regione Umbria

Tabella 9 - Quadro sinottico dei marchi e delle certificazioni dei comuni umbri

Comuni e borghi umbri	I Borghi Più Belli d'Italia	Bandiere Arancioni	I Borghi Autentici	Città d'Identità	Città Slow
Amelia					X
Arrone	X			Città dell'Olio	
Baschi				Città dell'Olio	
Bastia Umbra				Città della Chianina	
Bettona	X			Città dell'Olio	
Bevagna	X	X		Città dell'Olio Città del Vino	X
Calvi dell'Umbria				Paesi Dipinti	
Campello sul Clitunno				Città dell'Olio	
Castel Ritaldi				Città dell'Olio Città del Vino Città del Bio	
Castel Viscardo				Città dell'Olio	
Castiglione del Lago	X			Città dell'Olio	
Citerna	X				
Città della Pieve		X			
Città di Castello				Città della Chianina	
Collazzone				Città della Chianina	
Corciano	X			Città del Pane	
Costacciaro				Città della Chianina	
Deruta	X			Città della Ceramica	
Ficulle				Città dell'Olio Città della Chianina	
Giano dell'Umbria				Città dell'Olio Città del Vino	
Giove	X				
Gualdo Cattaneo				Città dell'Olio Città del Vino Città del Bio	
Gualdo Tadino				Città della Ceramica	
Gubbio				Città della Ceramica Città della Chianina	
Lugnano in Teverina	X			Città dell'Olio	
Magione				Città dell'Olio	
Marsciano				Città dell'Olio Città della Chianina	
Massa Martana	X			Città dell'Olio Città della Chianina	



Regione Umbria

Comuni e borghi umbri	I Borghi Più Belli d'Italia	Bandiere Arancioni	I Borghi Autentici	Città d'Identità	Città Slow
Montecchio				Città dell'Olio	
Monte Castello di Vibio	X				X
Montefalco	X	X		Città del Vino Città dell'Olio Città del Bio	X
Montefranco				Città dell'Olio	
Montegabbione				Città della Chianina	
Montone	X	X			
Mugnano				Paesi Dipinti	
Norcia	X	X			
Orvieto				Città della Ceramica	X
Paciano	X			Città dell'Olio	
Panicale	X	X			
Papiano			X		
Pietralunga			X	Città della Chianina	
Preci					X
San Gemini	X				X
Spello	X	X		Città dell'Olio	
Spoletto				Città dell'Olio Città del Pane	
Stroncone	X			Città dell'Olio	
Todi					X
Torgiano	X			Città del Vino Città dell'Olio	X
Trevi	X	X		Città dell'Olio Città del Bio	X
Vallo di Nera	X	X			

Fonte: ns. elaborazione

L'adesione a diversi di questi network, pur presentando innegabili effetti positivi, tuttavia rischia di perdere parte della sua efficacia qualora le identità veicolate degli stessi siano pressoché sovrapponibili. In tale situazione infatti, si potrebbe correre il rischio di provocare un certo disorientamento nel turista dovuto ad una scarsa distintività del prodotto. Al riguardo, le stesse Associazioni (in particolare I Borghi più Belli d'Italia), al fine di non inflazionare il valore del marchio, stanno considerando l'ipotesi di limitare il numero di adesioni rendendo maggiormente selettivi i criteri di adesione.



Capitolo 5

I risultati dell'indagine realizzata presso gli Amministratori pubblici delle città d'arte umbre

5.1 L'indagine presso i responsabili della governance turistica di alcuni dei principali centri storici umbri

L'analisi del turismo dei centri storici e dei borghi in Umbria è stata approfondita attraverso la realizzazione di una serie di interviste che hanno visto il coinvolgimento dei soggetti responsabili della governance turistica dei principali centri umbri (in alcuni casi direttamente il Sindaco, in altri l'Assessore al Turismo, in altri ancora i Responsabili degli Uffici di Informazione e Accoglienza turistica), allo scopo di rilevare le percezioni che essi hanno della propria città e più in particolare del prodotto "turismo dei centri storici e dei borghi" in Umbria. La profonda conoscenza che tali soggetti hanno della propria realtà consente di meglio delineare le caratteristiche e le potenzialità dell'offerta regionale, evidenziandone i punti di forza e le eventuali criticità che la contraddistinguono rispetto all'offerta di realtà concorrenti. L'indagine ha fornito inoltre l'opportunità di ottenere alcune informazioni utili per tracciare il profilo del turista che sceglie di trascorrere la vacanza nei centri storici e nei borghi della regione. Agli intervistati è stato chiesto di esprimere le proprie opinioni in merito ai seguenti aspetti:

- profilo e comportamento della domanda turistica;
- risorse e attrattori turistici;
- qualità dell'offerta ricettiva;
- offerta di servizi turistici (diversi dalla ricettività) e culturali;
- costo percepito dalla domanda;
- profilo urbano ed economico della città;
- immagine e brand;
- utilizzo del web per promuovere e vendere la propria città ed in generale i centri umbri.

Al fine di facilitare la comparabilità delle valutazioni fornite si è chiesto di esprimere i giudizi con un punteggio utilizzando una scala¹ articolata su 5 livelli (dove 1 indica il punteggio minimo e 5 quello massimo).

¹ La scala di misurazione proposta per esprimere il giudizio è la seguente: 1 = molto basso; 2 = basso; 3 = medio; 4 = alto; 5 = molto alto. Nonostante questo elemento quantitativo di misurazione per facilitare la comparazione dei giudizi espressi, l'analisi ha mantenuto tuttavia un taglio essenzialmente qualitativo.

5.2 I risultati dell'indagine

Profilo e comportamento della domanda turistica

La difficoltà più volte ricordata di delineare in modo univoco i caratteri della domanda di turismo nei centri storici, ed in assenza di un'indagine diretta sui visitatori, ha reso opportuno avere alcune indicazioni sulla composizione della domanda di coloro che si orientano verso le città d'arte umbre.

I flussi che visitano tali città sono costituiti in prevalenza da turisti di tipo indipendente, tranne nel caso di Assisi dove, invece, appare predominante il turismo organizzato caratterizzato da flussi consistenti e da modelli di comportamento che si diversificano da quelli indipendenti.

La visita delle città d'arte "minori" è in genere associata a tempi di permanenza molto brevi, tali da non prevedere il pernottamento, motivata come è dall'idea di esaurire in un arco temporale limitato la visita delle risorse della città e/o la partecipazione all'evento di richiamo. In molti casi quindi, le presenze sono caratterizzate da una netta prevalenza di escursionisti, cioè di visitatori che risiedono in strutture al di fuori della città, ad esempio, in altre località turistiche, o che provengono da zone raggiungibili in tempi conciliabili con la visita giornaliera. Il fenomeno dell'escursionismo di difficile rilevazione si configura tuttavia come un tema di centrale importanza ai fini della gestione turistica dei centri storici e dei borghi per gli impatti che esso genera sul territorio, a cui spesso sono associati scarsi ritorni in termini economici.

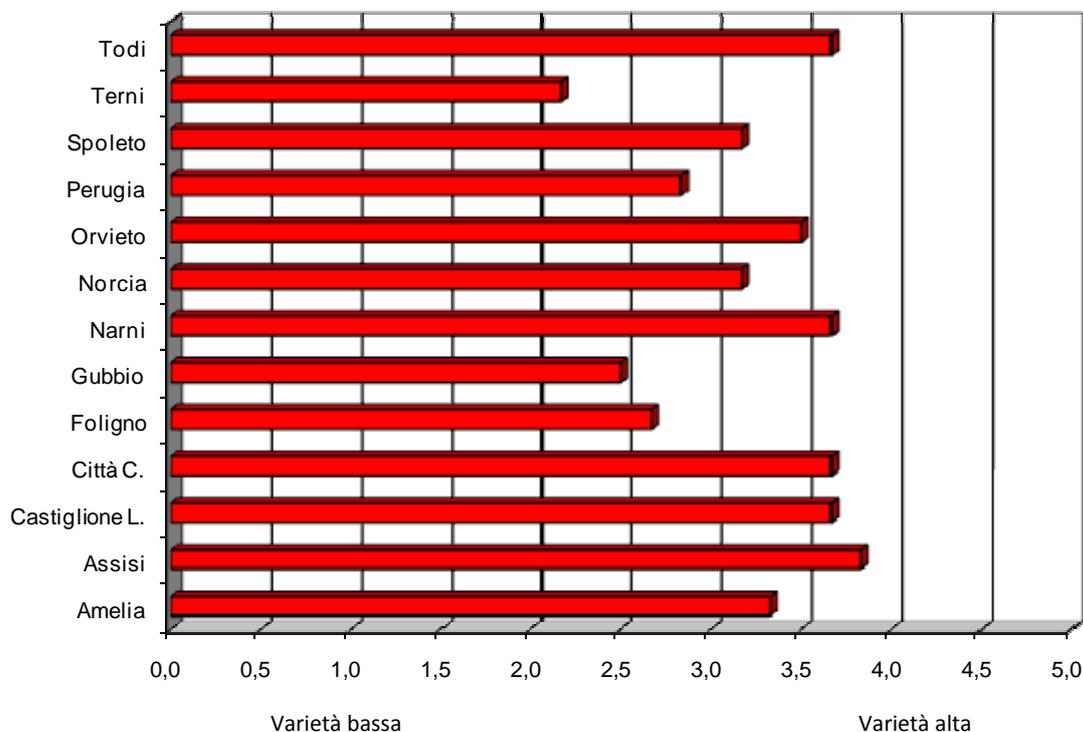
Gran parte delle città umbre prese in esame si caratterizzano per una elevata incidenza (alta: Narni, Spoleto, Gubbio e Castiglione del Lago; molto alta: Todi, Orvieto, Città di Castello) di visitatori di tipo escursionistico. Il fenomeno appare meno rilevante nel caso di Terni, Assisi, Amelia e Norcia, mentre la sua incidenza viene ritenuta bassa nelle città di Perugia e Foligno.

Altro aspetto analizzato è stata la varietà dei segmenti di domanda che visitano le città umbre. Gli esperti intervistati hanno espresso il loro parere in merito all'importanza relativa che ciascuno dei segmenti individuati (giovani, scolaresche, coppie, famiglie, turisti over 60, adulti che viaggiano con amici) riveste nell'ambito della domanda complessiva. Il dato medio rappresentato nel grafico sottostante evidenzia un quadro della domanda molto diversificato un po' in tutte le città umbre.



Regione Umbria

Graf. 1 - Grado di varietà dei segmenti di domanda nelle città umbre (valore medio)



Attività/esperienze svolte dai turisti quando visitano la città

E' stato chiesto agli intervistati di valutare la varietà delle attività/esperienze che un turista può fare o vivere nella città. Tale variabile può ritenersi indicativa della conoscenza/percezione che i turisti hanno delle opportunità che la città offre e quindi dell'efficacia con cui la città stessa promuove la propria immagine e le iniziative. In alcune destinazioni si riscontra infatti, che i turisti svolgono un numero limitato di attività, nonostante un'offerta locale molto ricca, probabilmente proprio perché tali opportunità non vengono adeguatamente promosse e comunicate. Nell'analisi, in particolare, è stato chiesto agli intervistati di dare un giudizio qualitativo sull'importanza relativa delle diverse attività prospettate al turista. La visita a monumenti e musei delle città d'arte umbre, secondo quanto emerge dai colloqui, non sempre è inclusa tra le attività svolte dai turisti. Ciò confermerebbe la presenza di un turismo il cui profilo motivazionale è soltanto in parte legato alla cultura (*cultural peripheral tourist* e *accidental cultural tourist*), con una media propensione alla visita dei musei e dei monumenti nelle città di Amelia, Assisi, Castiglione del Lago, Foligno, Norcia, Perugia e Terni. Alta e molto alta è la tendenza alla visita di tali risorse nelle altre città di: Città di Castello, Gubbio, Narni, Orvieto, Spoleto e Todi.

Regione Umbria

Elevata risulta l'attrattività degli eventi un po' in tutte le città, siano essi a carattere folcloristico, concerti, festival o eventi sportivi. La degustazione dei vini e delle produzioni gastronomiche locali rappresenta una delle attività svolta in misura considerevole dai turisti, per esempio, nella città di Norcia e di Todi, ma anche di Assisi, Città di Castello, Foligno e Orvieto. Con una frequenza più bassa queste attività vengono svolte, invece, dai turisti a Perugia, Castiglione del Lago e Terni. La partecipazione a meeting e congressi è legata in primo luogo alla dotazione di strutture specifiche, oltre alla presenza di strutture organizzative specializzate nel settore, quali i Convention Bureau. Questo tipo di attività assume un'alta rilevanza nel caso di Orvieto, Foligno, Narni e Todi; un'importanza media nel caso di Assisi, Castiglione del Lago, Gubbio e Spoleto, mentre è bassa nella città di Perugia e molto bassa per Terni.

Risorse e attrattori

In relazione all'offerta turistica un primo aspetto importante da considerare riguarda le risorse e i principali attrattori nelle città: monumenti, chiese, edifici storici, ma anche eventi, opportunità di shopping, ristoranti, ecc. Non si è voluto fornire in questa sede il numero di risorse presenti per categoria in ciascuna città, in quanto la numerosità non si ritiene di per sé indicativa dell'attrattività delle stesse. Si è inteso invece utilizzare indicatori qualitativi per esprimere la risonanza/significatività delle varie categorie di risorse, al fine di valutare la loro importanza nell'attrarre turisti verso la città. Tale significatività è indicativa della notorietà della risorsa collegata alla conoscenza che il turista ha della stessa. La varietà delle risorse presenti all'interno di ciascuna categoria misura invece la ricchezza dell'offerta della città per la categoria in esame. Le tipologie di risorse/attrattori considerate più significative per l'attrattività turistica delle città umbre sono risultate i monumenti, gli edifici storici e i musei, con un grado di significatività alto e molto alto. Tra gli altri aspetti più conosciuti dalla domanda vi sono gli eventi culturali, come i festival musicali e teatrali che si ripetono con cadenza annuale in numerose città della regione (Amelia, Castiglione del Lago, Città di Castello, Foligno, Narni, Orvieto, Perugia, Spoleto e Todi). Anche gli eventi legati al folclore ed alle manifestazioni religiose contribuiscono ad aumentare la capacità d'attrazione delle città. Numerose pure le realtà in cui è elevata la notorietà delle produzioni tipiche enogastronomiche tanto da rappresentare dei veri e propri attrattori turistici.

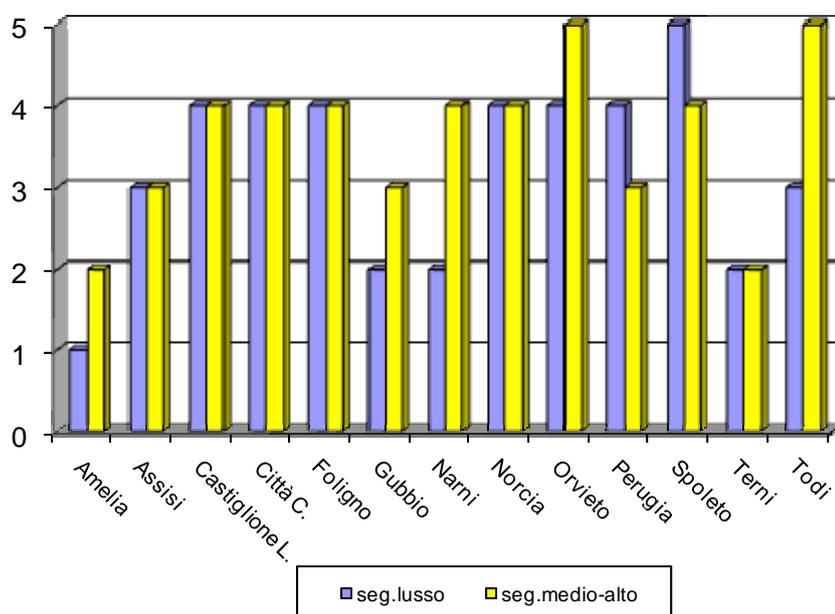
Offerta turistica

Attraverso il colloquio si è inteso focalizzare l'attenzione anche sull'offerta ricettiva per verificare la varietà della stessa e la sua capacità di soddisfare segmenti differenziati di domanda caratterizzati da

Regione Umbria

un diverso profilo di spesa (segmento lusso, medio-alto, medio, basso, giovani/backpackers), tenendo conto del rapporto qualità/prezzo dei servizi offerti. Le valutazioni che emergono evidenziano una capacità elevata (alta o molto alta) di rispondere alle esigenze della domanda di profilo medio-alto nella maggior parte delle città. Situazioni di inadeguatezza rispetto a tali segmenti di domanda si evidenziano invece nel caso di Amelia e Terni.

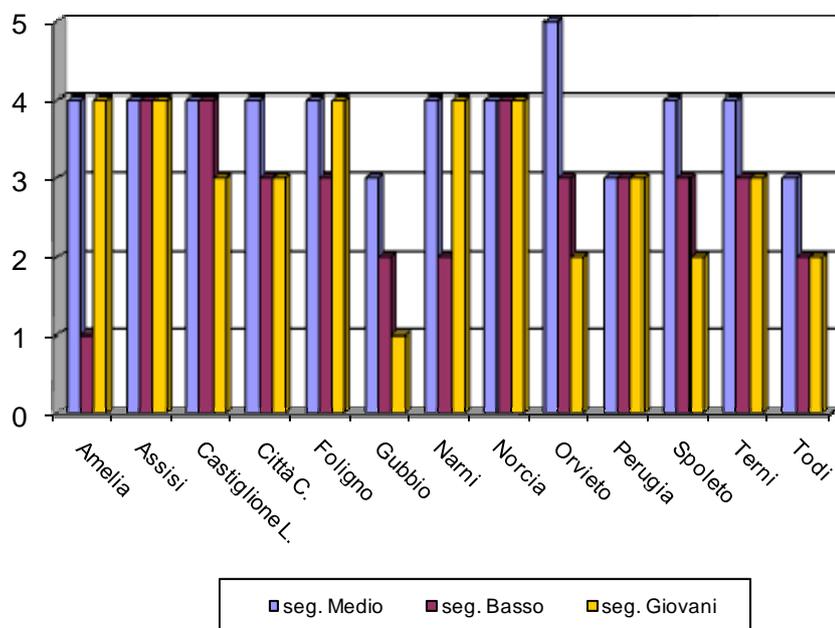
Graf. 2 - Capacità dell'offerta ricettiva, in termini di qualità/prezzo di soddisfare i segmenti a capacità di spesa elevata



La differenziazione dell'offerta di servizi ricettivi consente di soddisfare in maniera abbastanza adeguata anche la domanda di segmenti caratterizzati da un profilo di spesa medio-basso. Tra le situazioni più critiche in questo senso va segnalata la situazione di Gubbio (dove, ad esempio, non è presente un Ostello per la gioventù) e di Todi.

Regione Umbria

Graf. 3 - Capacità dell'offerta ricettiva, in termini di qualità/prezzo di soddisfare i segmenti a capacità di spesa medio-bassa



Tra gli aspetti analizzati è stata considerata la presenza di punti informativi che fungano da supporto al visitatore per la fruizione turistica della città e del territorio circostante. La valutazione fornita dagli intervistati ha tenuto conto non solo della presenza degli Uffici Territoriali per l'Informazione e l'Accoglienza turistica (IAT), ma anche di altre strutture (di natura pubblica e privata) che svolgono questa funzione a carattere temporaneo o permanente, quali gli info point, gli uffici comunali, le agenzie di viaggi, le Comunità Montane, ed altri ancora. La percezione dei rappresentanti dei Comuni intervistati sulla dotazione di tali strutture è risultata: molto alta per Città di Castello e Gubbio, alta per Amelia, Assisi, Castiglione del Lago, Foligno, Norcia, Orvieto e Terni; media per Perugia, Spoleto e Todi; bassa per Narni. L'offerta di strutture per la fruizione culturale della città sia da parte dei turisti che dei residenti viene ritenuta, nella maggior parte dei casi, alta e molto alta. L'indagine evidenzia in tal senso un punto critico nel caso del capoluogo regionale, relativamente all'offerta di servizi culturali della città (in modo particolare la presenza di cinema nel centro storico) ritenuta sottodimensionata. L'offerta museale si presenta strutturata in forma di circuiti museali in tutti i diversi centri urbani oggetto di rilevazione. La presenza di card turistiche appare tuttavia, ancora molto limitata, anche se viene ritenuto uno strumento valido da potenziare per realizzare efficacemente il *Destination Management* delle città umbre. Abbastanza buona viene valutata, in generale, l'offerta di guide turistiche, tranne nel caso di Amelia e di Gubbio, dove tale offerta viene ritenuta insufficiente e quindi da



Regione Umbria

potenziare per consentire di soddisfare in modo adeguato la domanda turistica locale.

Quanto ai bus turistici sono stati considerati in maniera congiunta i servizi a carattere urbano ed extraurbano; le limitate dimensioni delle città umbre giustificano infatti soltanto in pochi casi la presenza di bus per il giro turistico della città (come, ad esempio, a Perugia o Spoleto). Molto più diffusa è l'offerta di servizi di trasporto a fini turistici per consentire la visita dei centri d'interesse che si trovano nelle vicinanze delle città considerate, favorendo la mobilità sul territorio di turisti che raggiungono la regione non dotati di mezzo proprio. Emergono tuttavia, alcune realtà quale quella di Spoleto, Narni e Terni dove l'offerta di questo tipo di servizi viene giudicata ancora inadeguata.

Profilo urbano ed economico della città

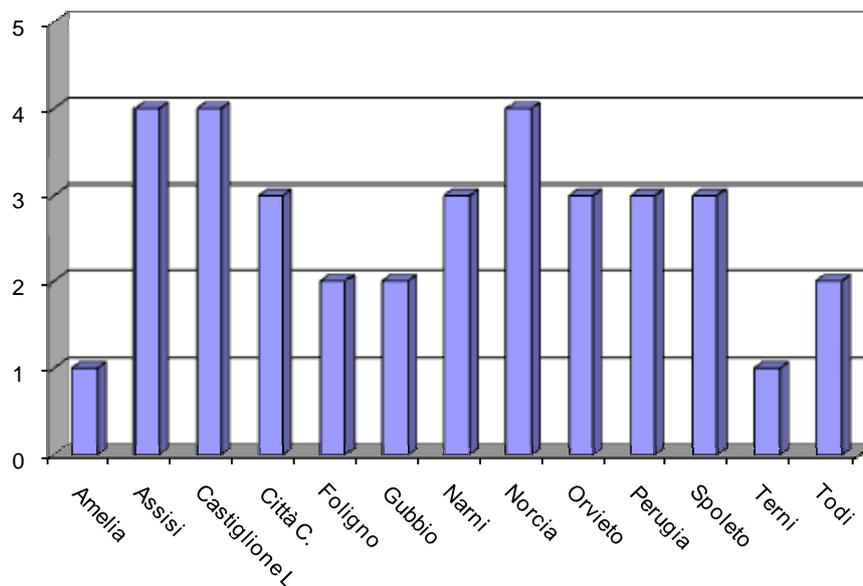
Tra gli aspetti ritenuti interessanti da considerare nell'analisi sono stati presi in esame alcuni caratteri principali che connotano la struttura economica, sociale e urbana delle città umbre. Tra questi è stato analizzato il ruolo che il turismo svolge nell'economia delle città, sia al momento attuale che in prospettiva. E' stata inoltre considerata la qualità dei servizi e delle strutture pubbliche della città, con specifico riguardo ai trasporti che esercitano un impatto rilevante sul turismo.

Il peso che l'attività turistica riveste nell'economia delle città viene considerato alto nelle realtà di: Castiglione del Lago, Città di Castello, Gubbio, Orvieto e Narni; molto alto per Assisi, Norcia e Todi; mentre assume un valore medio per Foligno, Perugia e Spoleto. Soltanto per Amelia e Terni il ruolo del turismo viene ritenuto ancora rispettivamente basso e molto basso allo stato attuale, anche se si intravedono delle prospettive di miglioramento per il futuro. Nella generalità dei casi gli Amministratori pubblici intervistati ritengono che ci siano opportunità per consentire un ulteriore sviluppo in futuro del turismo nelle proprie città. La qualità delle strutture e dei servizi pubblici (parcheggi, servizi igienici, sicurezza, ecc.) viene giudicata alta a: Castiglione del Lago, Città di Castello, Foligno, Norcia, Spoleto, Terni e Todi; di livello molto alto ad Assisi; medio a: Amelia, Gubbio, Narni, Orvieto e Perugia. La qualità dei trasporti pubblici, in generale, viene giudicata di buon livello (medio-alto e molto alto Narni), ad eccezione di alcuni casi limitati (tra cui Todi), in cui si ravvisa l'esigenza di intervenire per migliorarne il livello qualitativo. Accanto a tali aspetti sono stati considerati il livello di congestione della città con riferimento al traffico ed all'affollamento dovuto al turismo ed in generale ai frequentatori dei centri urbani. In questo ambito si è ritenuto opportuno rilevare alcune indicazioni sulla percezione della qualità dell'aria e sull'attenzione che l'Amministrazione Pubblica pone alle misure contro l'inquinamento. Tali aspetti possono considerarsi indicativi della vivibilità delle città, sia per i residenti che per i visitatori. Le limitate dimensioni dei centri umbri sono correlate in modo positivo

Regione Umbria

alla qualità dell'ambiente; infatti sono molto limitati i casi in cui il traffico, l'affollamento e la congestione urbana vengono percepiti ad un livello alto (limitatamente alla città di Narni per ciò che concerne il traffico e l'affollamento; Spoleto e Narni per la congestione urbana). Negli altri casi si riscontra un livello del traffico, dell'affollamento e della congestione delle città medio, basso e molto basso. Un'elevata concentrazione di flussi turistici viene rilevata limitatamente alle realtà di Assisi, Castiglione del Lago e Norcia; si tratta tuttavia di situazioni circoscritte nel tempo, legate a periodi di punta e ad eventi specifici. Più tranquilla sotto questo profilo appare la situazione di Città di Castello, Orvieto, Perugia e Spoleto dove la concentrazione turistica è di livello medio; Gubbio e Todi sono caratterizzati invece da una bassa concentrazione di flussi; Amelia e Terni molto bassa. Tranne alcuni casi sporadici potremo quindi considerare il turismo nelle città umbre come un fattore a cui non sono associati particolari fenomeni di congestione e di esternalità negative. Nonostante ciò va tenuto conto dei potenziali impatti negativi associati ad uno sviluppo turistico rilevante/eccessivo e incontrollato, che impone di adottare in via preventiva misure per monitorarne lo sviluppo, al fine di garantire nel tempo la sostenibilità economica, sociale, culturale e fisica dell'ambiente urbano.

Graf. 4 - Congestione turistica nelle città umbre

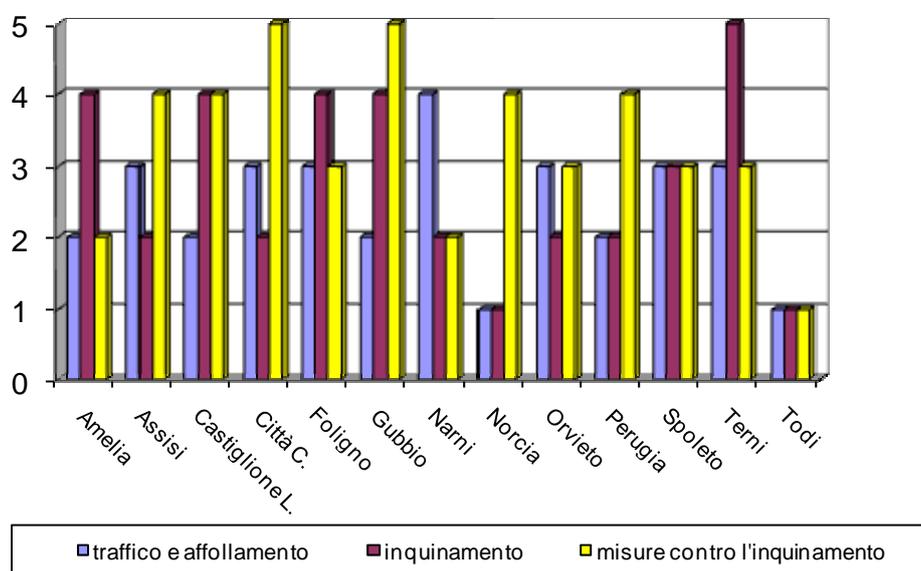


La qualità dell'aria nelle città allo stato attuale viene giudicata di buon livello, con valori di inquinamento contenuti, tranne nel caso di Città di Castello, Foligno, Gubbio e Terni. Strettamente correlate al livello di traffico e di inquinamento risultano le iniziative intraprese per fronteggiare tali problema-

Regione Umbria

tiche. La presenza di misure anti-inquinamento, così come mostra il grafico n. 5, in alcuni casi appare a prima vista eccessiva, a fronte di un livello di inquinamento contenuto; tuttavia questa situazione può vedersi correlata oltre che ad un limitato livello di traffico e di inquinamento, anche all'efficacia delle misure intraprese in tal senso (vedi in proposito la situazione di Perugia, Città di Castello, Gubbio e Norcia).

Graf. 5 - Qualità dell'ambiente urbano e misure contro l'inquinamento



Il livello di sicurezza nelle città percepito dagli intervistati appare mediamente alto (Amelia, Assisi, Castiglione Lago, Foligno, Gubbio, Narni, Norcia, Orvieto e Terni), molto alto a Todi, medio a Città di Castello, Perugia e Spoleto. Non si evidenziano, pertanto, situazioni di criticità in cui lo scarso livello di sicurezza incide in maniera significativa sulla qualità della vita e sull'attrattività turistica delle città umbre.

Immagine e brand della città

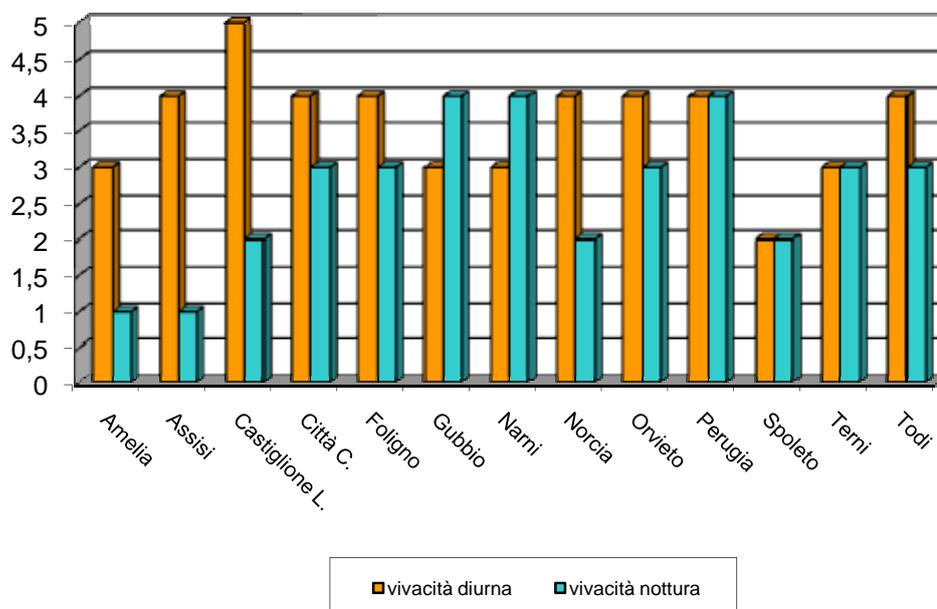
L'accoglienza e l'ospitalità della popolazione locale può essere considerata un indicatore dell'immagine che la città veicola di sé all'esterno. L'*appeal* della città sui visitatori potenziali riguarda infatti non solo le risorse/attrattori che la città offre, ma anche la facilità di trovare cose interessanti da fare (e le relative informazioni) e la vivacità dello stile di vita, sia durante il giorno che di notte.

La popolazione residente nei centri umbri presenta in generale un elevato livello di accoglienza e di

Regione Umbria

calore nei confronti dei visitatori, contribuendo in tal modo a rendere il loro soggiorno più gradevole. L'elevata concentrazione di flussi in alcuni casi sporadici, come ad esempio Assisi, può tuttavia determinare nella popolazione fenomeni di una certa "insofferenza" nei confronti del turismo. Si tratta di comportamenti, peraltro, non infrequenti in quelle realtà caratterizzate da una elevata pressione turistica, a cui si associano fenomeni negativi (quali difficoltà di parcheggio, congestione del traffico, affollamento, innalzamento del livello dei prezzi, ecc. ...) che impongono la necessità di impostare adeguate misure per la gestione dei flussi. Per quanto concerne il grado di "vivacità" delle città umbre, come si può vedere dal grafico n. 6, viene ritenuto alto in quasi tutte le realtà, con riferimento alle attività diurne, mentre assume valori molto più contenuti per le attività da svolgersi durante la notte. Si evidenzia pertanto, mediamente una sorta di "tranquillità" dei centri umbri soprattutto della vita notturna che, se da un lato rappresenta un elemento positivo, contribuendo a connotare il clima ideale per il riposo e la quiete dei turisti, dall'altro deve indurre un'adeguata riflessione per individuare iniziative aggiuntive che, pur coerenti con l'immagine dei centri umbri, possano però "animare" il soggiorno dei turisti nella regione.

Graf. n. 6 - Grado di vivacità delle città sia di giorno che di notte



Utilizzo della tecnologia per promuovere e vendere la città

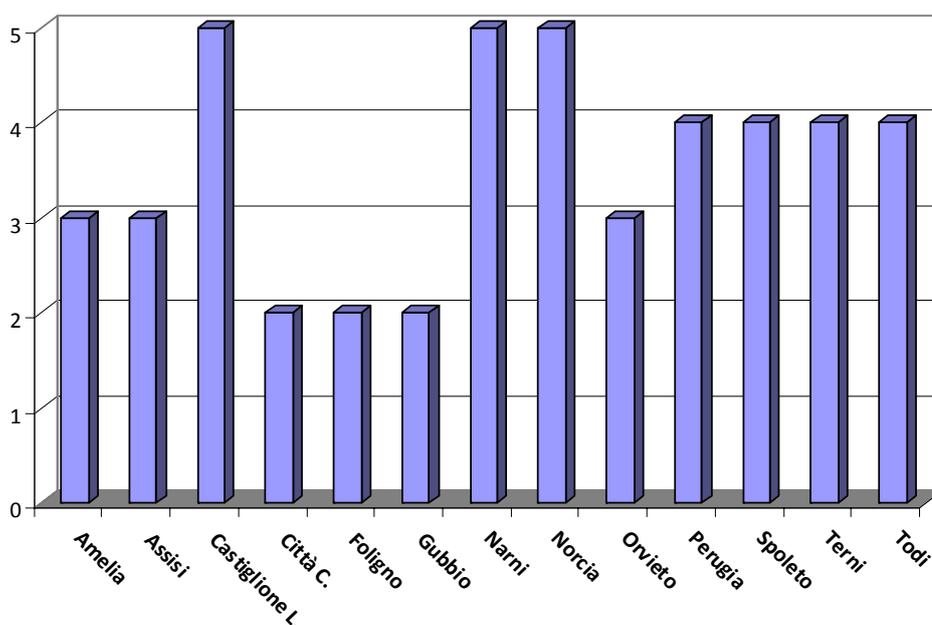
Un ulteriore aspetto analizzato riguarda l'utilizzo della rete internet per promuovere e vendere la destinazione urbana. E' stato chiesto agli intervistati un giudizio in merito all'efficacia del sito



Regione Umbria

dell'Ufficio Turistico regionale e del proprio comune di appartenenza, nonché delle associazioni e delle imprese turistiche locali (ricettive e agenzie di viaggio). Il crescente ricorso all'utilizzo della rete internet per gli aspetti informativi e organizzativi, soprattutto nel caso degli *short break*, rende opportuna una valutazione della validità delle informazioni disponibili su web. Il giudizio emerso risente, a nostro avviso, della difficoltà di valutare l'efficacia dei siti di promozione e di commercializzazione delle città, legata sia ad una scarsa conoscenza di tali siti, che ad una effettiva carenza di visibilità degli stessi. Il grado di facilità per l'organizzazione del soggiorno è risultato: molto alto per Castiglione del Lago, Narni e Norcia; alto per Perugia, Spoleto, Terni e Todi; medio per Amelia, Assisi e Orvieto; basso per Città di Castello, Foligno e Gubbio.

Graf. 7 - Grado di facilità per i turisti di organizzare un soggiorno in città tramite internet



Viene fornita in generale una valutazione medio-alta circa l'efficacia dei siti dell'Ufficio Turistico regionale e dei singoli comuni di riferimento; più critica invece (giudizio basso) è la valutazione formulata al riguardo da Foligno e Todi. La disponibilità di materiale cartaceo informativo per i turisti viene valutata molto alta dalla gran parte dei soggetti intervistati (Gubbio, Norcia, Perugia, Assisi, Castiglione del Lago, Città di Castello e Todi); alta da Orvieto, Foligno e Narni, mentre di livello medio da Amelia, Spoleto e Terni.

Capitolo 6

Il posizionamento dei prodotti “Città d’arte” e “Borghi” dell’Umbria

6.1 Le proposte nei cataloghi dei tour operator nazionali ed internazionali¹

La distribuzione di viaggi è sicuramente molto attenta all’offerta di prodotti basati su città d’arte e borghi. Tuttavia, il panorama è molto vario. I grandi tour operator generalisti tendono a concentrarsi sull’offerta di soggiorni e tour per gruppi e/o individuali in città d’arte, proponendo il più delle volte le mete più classiche e gettonate. Il prodotto viene di solito proposto come *city break*, soggiorni brevi e weekend in città d’arte. Prevale l’attenzione all’ottenimento di grandi numeri, mentre si tende a porre in secondo piano l’offerta di prodotti maggiormente innovativi e di nicchia come soggiorni in città d’arte minori o in borghi, nonché proposte *special interest* dove la città d’arte e il borgo sono presentati all’interno di tematismi vari. Nel panorama europeo dei grandi tour operator un’eccezione è costituita dal modello *Tui Travel plc*: già prima della joint venture con il tour operator britannico *First Choice*, Tui non si definiva operatore generalista, ma come una somma di specialisti. Con l’integrazione con *First Choice*, che da anni aveva avviato una strategia di sviluppo e presidio su nicchie di mercato (turismo avventura, turismi sportivi, turismo scolastico, ecc.) con una serie di marchi ad hoc, questa idea si è arricchita di contenuti ed oggi in alcuni dei molti marchi controllati è possibile trovare una specifica attenzione all’offerta di città d’arte, anche minori e di borghi.

Andando oltre i grandi gruppi, pochissimi i tour operator specializzati, ancor di meno i cataloghi dedicati specificamente a borghi e città d’arte, sempre che non si vada ad esplorare il vasto e poliedrico mondo dei piccoli tour operator attivi nell’incoming a favore di specifici territori o specializzati in tematismi che apprezzano la componente di prodotto centro storico/borgo. In questo variegato mondo, forte è l’offerta di tour multicentro, di soggiorni in borghi e città minori, di offerte *special interest*. Manca in genere un posizionamento preciso delle offerte che hanno in qualche modo ad oggetto città d’arte e borghi. Spesso i tour operator italiani preferiscono accostare il termine borgo ad altri per cercare di caratterizzarlo. Troviamo così connubi quali: borghi e castelli; borghi e arte, borghi e enogastronomia; borghi e storia; borghi e cultura, ecc.

¹ I contenuti del presente paragrafo sono attribuibili a O. N. Fiorucci (CST)

Regione Umbria

In Italia possiamo trovare alcune iniziative di particolare interesse:

- a) tour operator specializzati creati da associazioni che raggruppano borghi, piccoli centri d'arte all'interno di un marchio di qualità focalizzato sulle caratteristiche di attrattività proprie dei piccoli centri storici e dei borghi. Particolarmente interessante è l'iniziativa dell'associazione *I Borghi più belli d'Italia* che ha creato *BorghiTravel*, individuandolo come tour operator di riferimento, certificato dal Club, con una gamma di prodotti innovativi e garantiti. Attualmente propone strutture che si distinguono per lo stile di accoglienza e per la cucina regionale e artigianale in linea con le esigenze di un turista sempre più consapevole e più sofisticato. BorghiTravel offre diverse tipologie di pacchetti turistici che hanno come comune denominatore la proposta dei borghi associati al Club: Bici&Borghi, Trekking&Borghi, Sport&Borghi, Benessere&Borghi, Laghi&Borghi, Mare&Borghi, Montagna&Borghi, Cucina&Borghi. L'operatore offre in aggiunta ai servizi turistici la *borghicard*, carta che offre vantaggi e sconti nei negozi e nelle botteghe dei Borghi, e la guida ufficiale del Club de I Borghi più belli d'Italia;
- b) club di prodotti tematici. Questo modello di rete fra operatori ricettivi finalizzata a posizionarsi su target precisi di clientela con una proposta tagliata su misura in alcuni casi si abbina al borgo ed al centro storico. In particolare, segnaliamo:
 - *Club di Prodotto Reggio Tricolore*, che offre una serie di proposte turistiche individuali e per gruppi spesso ambientate nel centro storico di Reggio Emilia ed integrate con itinerari tematici;
 - *Club di prodotto Albergo diffuso* in Friuli Venezia Giulia, che promuove questo tipo di struttura ricettiva che si colloca di norma in piccoli borghi;
 - *Club di prodotto Cultura*, sponsorizzato dal consorzio Promotur Riviera di Levante che raggruppa strutture ricettive che si rivolgono a quanti amano soggiornare in case patrizie, in residenze d'epoca, in ambienti e camere che propongono il fascino e l'atmosfera delle dimore nobiliari e gentilizie;
- c) sistemi turistici territoriali. Un esempio originale è il progetto *Borghi e Castelli di Piemonte e Liguria in moto* che nasce da un'idea del Sistema turistico locale del Golfo dei Poeti, Val di Magra e Val di Vara, con il coinvolgimento degli altri Sistemi Turistici della Liguria e gli Atl di Asti, Alessandria e delle Langhe e Roero.

Il prodotto città d'arte e borghi risulta, infine, molto presente, anche se declinato in maniere molto differenziate, nelle linee di offerta proposte dagli operatori che utilizzano la formula "cofanetto regalo" che si caratterizza per la sua semplicità in termini di definizione dei prodotti e di pricing degli stessi.

Regione Umbria

si e per essere proposta per soggiorni di breve durata in location particolari e per tematismi che spesso si rifanno all'arte, alla cultura, al relax, ecc.

Se si prendono in esame le agenzie di viaggi on-line, le logiche del *dynamic packaging* che stanno dietro i motori di prenotazione messi a disposizione della domanda tendono a limitarsi a consentire il *self packaging* delle componenti di base: trasporto e aereo e hotel. Questo consente di organizzarsi un pacchetto in una città d'arte, ma non di vedersi proposta un'esperienza di soggiorno completa (musei, trasporti locali, ...). Dunque, un approccio molto tradizionale che non si interessa di approfondire la motivazione reale che spinge il turista e, di conseguenza, evita di dare una completa e personalizzata risposta alle sue esigenze in termini di informazioni e servizi diversi da quelli turistici di base, che in realtà sono nella mente del potenziale acquirente la componente più scontata e facile da individuare e procurarsi. Il valore aggiunto è limitato, le soluzioni ricettive relativamente poco differenziate in termini di tipologie ricettive, assenti o quasi i servizi accessori che invece spesso sono quelli che fanno la differenza adeguando un prodotto generico alla specifica richiesta di un turista *special interest*.

Molto complesso da analizzare nel loro impatto a favore di prodotti basati su città d'arte e borghi è il ruolo degli infomediari, cioè delle diverse tipologie di soggetti che con modelli di business diversi operano nel facilitare al potenziale turista la selezione delle alternative possibili per soddisfare la propria esigenza di viaggio: motori di ricerca verticali (Trivago, Kayak, ecc.), portali turistici territoriali e/o tematici, editori turistici on line (Lonelyplanet), gestori di *data base* e di piattaforme multimediali per il marketing, insieme al complesso mondo dei social network (Via Michelin, Seat Pagine Gialle, ecc.). Diversi di questi siti web dedicati al turismo prevedono se non altro una specifica attenzione al prodotto città d'arte, ma per lo più si limitano a promuovere strutture ricettive, anche qui senza soddisfare la motivazione globale dei diversi segmenti di consumatori.

6.2 Alcune considerazioni di sintesi: punti di forza e di debolezza dell'offerta umbra

L'analisi realizzata sul prodotto turistico dei borghi e dei centri storici, congiuntamente all'indagine svolta per cogliere gli orientamenti dei responsabili della governance delle città umbre, ci consente di affermare che la regione ha un forte *appeal* per il turismo dei borghi e dei centri storici, legato soprattutto alla sua offerta ricca e variegata. A fronte di una domanda turistica che manifesta un crescente interesse verso i borghi e le città d'arte minori, l'offerta umbra presenta numerosi punti di



forza; al contempo sono rilevabili però alcune criticità, dei punti di debolezza che rendono opportuna l'attivazione di strategie ed interventi per cercare di eliminarli o quantomeno di ridurli.

Tra i principali elementi positivi che connotano l'offerta dei centri storici e dei borghi della regione sono da mettere in evidenza:

- numero elevato di centri storici e di borghi, molti dei quali hanno visto significativi interventi di ricostruzione e di restauro conservativo, soprattutto nel periodo post sisma del 1997, che nel rispetto delle tipologie originarie dei luoghi e degli immobili, ne hanno valorizzato e riqualificato la struttura e l'immagine;
- elevata dotazione e varietà di risorse e di attrattori turistici di carattere materiale ed immateriale (eventi, folclore, produzioni enogastronomiche, ecc.);
- offerta turistica ricettiva in generale di livello qualitativo medio-alto, e comunque, in grado di soddisfare segmenti di domanda caratterizzati da diversi profili di spesa;
- buona dotazione di servizi turistici (ristorativi, di informazione e accoglienza ai turisti, agenzie di viaggi, ecc) e di servizi per la fruizione culturale dei centri storici (musei, teatri, biblioteche,...);
- elevata qualità dell'ambiente urbano che rappresenta una condizione particolarmente apprezzata sia ai fini della residenzialità che della visita temporanea;
- livello di affollamento e di congestione turistica in genere non molto elevato e comunque limitato soltanto ad alcune occasioni e periodi di punta;
- adesione di numerose città e borghi ad Associazioni e reti nazionali di settore per accrescere la loro visibilità e sfruttare i meccanismi di promozione da questi attivati su base nazionale ed internazionale;
- immagine delle città d'arte e dei borghi umbri di elevato livello;
- attività promozionale specifica realizzata dalla Regione attraverso la partecipazione a fiere di settore (ad es. Ravenna, Cento città d'arte).

L'analisi ha messo in evidenza, inoltre, una serie di criticità dell'offerta umbra, alcune di carattere strutturale, altre che investono prevalentemente la sfera promozionale ed organizzativa. Tra queste ricordiamo quelli che a nostro avviso appaiono i "punti di debolezza" più significativi:

- processi di "spopolamento" dei centri storici e di impoverimento della struttura produttiva e commerciale;
- limitata disponibilità di voli *low cost* per il collegamento con i mercati esteri;
- attività promozionale frammentaria dei borghi, mancanza di coordinamento tra le iniziative dei soggetti pubblici e privati;



- mancanza di club di prodotto delle città d'arte e dei borghi umbri;
- scarsa visibilità del prodotto borghi e centri storici umbri sul web; siti a carattere "generalista";
- elevata incidenza del turismo escursionistico e bassa permanenza media dei turisti residenti;
- carenza di forme "innovative" di integrazione delle componenti dell'offerta territoriale (ad es. card turistiche);
- bassa "vivacità" della vita notturna.

Tab. 1 - Punti di forza e di debolezza dell'offerta umbra

Punti di Forza	Punti di Debolezza
Numero molto elevato di centri storici e borghi ben conservati	Processi di "spopolamento" dei centri storici e di impoverimento della struttura produttiva e commerciale
Elevata dotazione e varietà di risorse e di attrattori turistici	Limitata disponibilità di voli low cost soprattutto per il collegamento con i mercati esteri
Offerta turistica in grado di soddisfare segmenti di domanda caratterizzati da diversi profili di spesa	Elevata incidenza del turismo escursionistico
Buona dotazione di servizi turistici e per la fruizione culturale dei centri storici	Promozione parcellizzata dei borghi, mancanza di coordinamento tra le iniziative dei soggetti pubblici e privati
Elevata qualità dell'ambiente urbano	Scarsa visibilità del prodotto borghi e centri storici umbri sul web, siti "generalisti"
Congestione turistica limitata soltanto ad alcuni periodi di punta	Mancanza di club di prodotto delle città d'arte e dei borghi umbri
Adesione di diverse città e borghi ad Associazioni e reti nazionali di settore	Carenza di forme "innovative" di integrazione delle diverse componenti dell'offerta territoriale (card turistiche)
Immagine delle città e dei borghi umbri di elevato livello	Bassa "vivacità" della vita notturna
Attività promozionale specifica realizzata a livello centralizzato da parte della Regione in Italia e all'estero (Spagna,)	

Al di là delle criticità evidenziate nell'analisi si ravvisano delle interessanti possibilità di sviluppo per questo segmento di domanda turistica in Umbria, su cui vale la pena di concentrare alcuni degli interventi nel prossimo futuro, adottando delle opportune politiche di prodotto tendenti sia a coordinare le varie componenti specifiche di filiera, sia a farle interagire con il sistema di offerta di tutti gli altri beni, risorse e servizi del territorio regionale, dai quali il prodotto "Borghi" e "Centri storici" attinge valore aggiunto.

Affinché gli interventi prefigurati possano esprimere appieno la loro efficacia si ritiene opportuno,



inoltre, approfondire, attraverso indagini dirette, le motivazioni e le specifiche caratteristiche della domanda che sceglie di soggiornare nei borghi e nelle città umbre, al fine di massimizzare la sua soddisfazione, attivando quel positivo “passaparola” così tanto determinante nelle scelte del turista.

Tab. 2 - “Opportunità” e “minacce” per l’offerta umbra

OPPORTUNITA'	MINACCE
<p>Domanda di turismo nei borghi e nelle città d’arte minori che risente scarsamente della situazione di crisi del turismo</p> <p>Sviluppo di modelli di turismo culturale innovativi e di tipo esperienziale</p> <p>Affermarsi di stili di vita che ricercano forme di turismo “lente”</p> <p>Interesse verso il prodotto anche da parte della domanda estera che apprezza l’atmosfera e l’italian life style dei borghi</p> <p>Integrazione del turismo con altri settori dell’economia locale (ad es. con le card turistiche)</p> <p>Sviluppo turismo congressuale</p> <p>Stanzamenti pubblici e privati per i PUC 2</p> <p>Progetti per lo sviluppo di Centri Commerciali Naturali</p> <p>Interventi di promozione e valorizzazione integrata del turismo e di attività dell’artigianato artistico e tradizionale (Progetto “Abitare il territorio in Umbria”)</p>	<p>Congiuntura economica negativa</p> <p>Elevata concorrenza da parte di sistemi territoriali nazionali e internazionali con proposte che si presentano sostituibili.</p>



Bibliografia

Compensa A., *La "cura" Sexantio. Prospettive finanziarie dell'iniziativa*, Milano, febbraio 2010

Bonagura P., *Il ruolo dei Comuni come destinazione turistica*, XIII Rapporto sul Turismo Italiano, Mercury, 2004

Caroli M. G., *Il Marketing Territoriale*, FrancoAngeli, Milano, 1999

Censis, *L'Italia dei Territori*, (Rapporto di ricerca), 2009

Centro ASK – Università Bocconi, *Progetto carta regionale dei servizi e dei consumi culturali*, 2005

Comune di Perugia, *Piano Economico-commerciale del centro storico di Perugia*, 2000

CST, *Progetto: Ricerca per la valutazione e la definizione di linee strategiche per lo sviluppo del turismo culturale in Umbria*, Fondazione Cassa di Risparmio di Perugia, 2008.

CST, *Sviluppo turistico e territori lenti*, FrancoAngeli, Milano, 2009

Cusimano G., Giannone M., *Turismi culturali: dai macroprodotti ai segmenti di nicchia*, in XV Rapporto sul Turismo Italiano, 2006/2007

Dall'Ara G., *Albergo diffuso: un'idea che piace*, in "La Rivista del Turismo", n1/2002, pp. 36-40.....

Dall'Ara G., Morandi F., *Il Turismo nei Borghi*, Nuova Giuridica, 2010

De Benetti P. e Iannone R., Ufficio Studi Ferderculture, *Dalle city card alle card nazionali. I nuovi strumenti di integrazione dell'offerta culturale del territorio*, 2004, p. 225

De Salvo P., *Mappatura delle attrattive culturali in Umbria*, in "Ricerca per la valutazione e la definizione di linee strategiche per lo sviluppo del turismo culturale in Umbria", CST, 2007

Doxa – Mercury, *Indagine sui visitatori attuali e potenziali dei borghi caratteristici*, 2009

Doxa, *Indagine sul posizionamento dell'Umbria e sull'immagine percepita*, Osservatorio sul Turismo Regione Umbria, 2007

Ejarque G., *La destinazione turistica di successo*, Hoepli, 2003

Faggiani G., *Patrimonio culturale e pubblici differenziati*, in "Azienda turismo", dicembre 2002



Ferranti G., Bruschi L. e Transocchi G., *Prima Indagine conoscitiva sulla individuazione e sul valore dei centri storici umbri*, Regione Umbria, U.O.T. Politiche dei Centri Storici, 2008

Guiotto L., *Marketing territoriale per il turismo*, Felice Le Monnier, Firenze, 2002

Huges H., *Culture and tourism: a framework for further analysis*, in "Managing Leisure", n. 7, 2002;

Isnart, *Cultura materiale e immateriale nell'identità italiana*, Osservatorio Nazionale del Turismo, 2010

Manente M., *Risorse naturali e culturali come attrattori*, Roma, 28 settembre 2005.

Morandi F., *La disciplina regionale dell'albergo diffuso*, in *Diritto del turismo* n. 1/2008;

Morandi F., *Nuove regole ed esperienze straniere per il turismo nei borghi*, in Dall'Ara G., Morandi F., *op. cit.*, 2010.

Paniccia P., Pechlaner H. e Valeri M., *Da Borgo ad Albergo: il caso Sexantio*, in "La Rivista del Turismo", n. 4/2007;

Paparelli R., Del Duca M., *Centri Commerciali Naturali*, FrancoAngeli, Milano, 2010

Poria Y., Butler R., Biran A., *Heritage site Management. Motivation and expectations*, in "Annals of Tourism Research", vol. 33, n. 1, 2006.

Rapporto sul Turismo Italiano, anni vari, Mercury

Rapporto Enit, 2009

Regione Umbria, *Piano Paesaggistico Regionale*, 2009

Rispoli M., Tamma M., *Risposte strategiche alla complessità: le forme di offerta dei prodotti alberghieri*, Giappichelli, Torino, 1995

Simeon M. I., Buonincontri P. e Di Trapani G., *Dal turismo culturale al turismo esperienziale e creativo*, in XVI Rapporto sul Turismo italiano, Mercuri, 2009

Unesco, *Convenzione per la Salvaguardia del Patrimonio Culturale Immateriale*, Parigi, 2003.



ALLEGATI



TABELLE STATISTICHE

AMELIA

Tab. 1 - Esercizi ricettivi (31.12.2010)

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	letti
Esercizi alberghieri	2	33,3	6	155	16	621
<i>di cui</i>						
5 stelle	0	0	0	0	0	0
4 stelle	0	0	0	0	0	0
3 stelle	0	0	2	113	7	439
2 stelle	0	0	1	12	6	152
1 stella	0	0	1	10	1	10
Residenze d'Epoca	2	100	2	20	2	20

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi.	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi extralberghieri	7	11,4	61	820	107	1377
<i>di cui:</i>						
Bed & Breakfast	2	12,5	16	71	24	110
Case e Appartamenti per vacanze/locati ad uso turistico	3	75	4	43	19	262
Affittacamere	1	14,3	7	67	13	122
Case per ferie e Case religiose di ospitalità	0	0	1	50	1	50
Alloggi Agro-turistici e country house	0	0	31	500	46	696
Campeggi e villaggi turistici	0	0	0	0	0	0
Altri (Ostelli, Centri soggiorno studi, Kinderheim)	1	50	2	89	4	137

Tab. 2 - Offerta turistica (31.12.2010)

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Ristoranti, ristoranti-pizzeria, trattorie	4	22,2	18
Agenzie di viaggio	0	0	1
Uffici d'informazione e accoglienza turistica	1	100	1
Pro loco	0	0	0
Centri fieristici e Sale congressi	2	50	4
Convention bureau	no	0	0
Card turistica	no	0	0



Tab. 3 - Offerta culturale

	Centro storico	% Centro storico	Totale Comune
Teatri	1	100	1
Cinema	0	0	1
Musei	2	100	2
Circuiti museali	Sistema museo		
Biblioteche	3	60	5

ASSISI

Tab. 1 - Esercizi ricettivi (31.12.2010)

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	letti
Esercizi alberghieri	38	45,2	84	4364	98	5063
<i>di cui</i>						
5 stelle	1	100,0	1	35	1	35
4 stelle	3	37,5	8	1086	10	1.214
3 stelle	10	37,0	27	2062	33	2482
2 stelle	18	54,5	33	908	38	1047
1 stella	5	35,7	14	256	14	256
Residenze d'Epoca	1	100,0	1	17	2	29

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi.	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi extralberghieri	51	18,1	281	6216	362	7358
<i>di cui:</i>						
Bed & Breakfast	7	14,9	47	230	63	321
Case e Appartamenti per vacanze/locati ad uso turistico	9	25,7	35	432	51	754
Affittacamere	22	28,9	76	620	98	783
Case per ferie e Case religiose di ospitalità	13	65	20	1225	20	1225
Alloggi Agro-turistici e country house	0	0	96	1671	122	2160
Campeggi e villaggi turistici	0	0	2	1568	2	1568
Altri (Ostelli, Centri soggiorno studi, Kinderheim)	0	0	5	470	6	547

Tab. 2 - Offerta turistica (31.12.2010)

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Ristoranti, ristoranti-pizzeria, trattorie	46	39	118
Agenzie di viaggio	4	28,6	14
Uffici d'informazione e accoglienza turistica	1	100	1
Pro loco	1	16,7	6
Centri fieristici e Sale congressi	8	44,4	18
Convention bureau	Assisi Convention Bureau		
Card turistica	Assisicard		



Tab. 3 - Offerta culturale

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Teatri	1	50,0	2
Cinema	1	100,0	1
Musei	9	64,3	14
Circuiti museali	AssisiSi Museums: tre musei (Palazzo Vallemani - Pinacoteca Comunale, Foro Romano e Collezione Archeologica, Rocca Maggiore - Parco Medioevale) gestiti dal Consorzio AssisiSi. Biglietto cumulativo		
Biblioteche	10	66,7	15

CASTIGLIONE DEL LAGO

Tab. 1 - Esercizi ricettivi (31.12.2010)

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	esercizi	letti
Esercizi alberghieri	3	30,0	10	367	57	2737
<i>di cui</i>						
5 stelle	0	0,0	0	0	0	0
4 stelle	3	100,0	3	299	3	374
3 stelle	0	0,0	2	68	29	1.766
2 stelle	0	0	0	0	11	331
1 stella	0	0	0	0	10	165
Residenze d'Epoca	0	0	0	0	4	101

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi extralberghieri	6	2,7	221	4.036	589	13.569
<i>di cui:</i>						
Bed & Breakfast	1	11,1	9	38	42	199
Case e Appartamenti per vacanze / locati ad uso turistico	1	1,6	60	866	169	2.674
Affittacamere	4	6,1	65	379	146	796
Case per ferie e Case religiose di ospitalità	0	0	0	0	2	62
Alloggi Agro-turistici e country house	0	0	83	1543	212	3.917
Campeggi e villaggi turistici	0	0	2	1068	13	5.596
Altri (Ostelli, Centri soggiorno studi, Kinderheim)	0	0	2	142	5	325

Tab. 2 - Offerta turistica (31.12.2010)

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Ristoranti, ristoranti-pizzeria, trattorie	4	14,8	27
Agenzie di viaggio	0	0,0	1
Uffici d'informazione e accoglienza turistica	1	100,0	1
Pro loco	0	0	0
Centri fieristici e Sale congressi	1	50,0	2
Convention bureau	no		
Card turistica	Borghi Card		



Tab. 3 - Offerta culturale

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Teatri	1	50	2
Cinema	1	100	1
Musei	1	100	1
Circuiti museali	Sistema museo Circuito Museale Aperto		
Biblioteche	1	100	1

CITTÀ DI CASTELLO

Tab. 1 - Esercizi ricettivi (31.12.2010)

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi alberghieri	4	25	16	960	29	1427
<i>di cui:</i>						
5 stelle	0	0	0	0	0	0
4 stelle	1	50	2	187	2	187
3 stelle	1	12,5	8	573	16	937
2 stelle	2	50	4	167	8	252
1 stella	0	0	1	13	1	13
Residenze d'Epoca	0	0	1	20	2	38

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi extralberghieri	8	6,6	120	1644	378	
<i>di cui:</i>						
Bed & Breakfast	2	5	40	219	87	
Case e Appartamenti per vacanze / locati ad uso turistico	3	12	25	389	105	
Affittacamere	3	37,5	8	67	34	
Alloggi Agro-turistici e country house	0	0	42	649	145	
Campeggi e villaggi turistici	0	0	1	172	3	
Case per ferie e Case religiose di ospitalità	0	0	1	51	1	
Altri (Ostelli, Centri soggiorno studi, Kinderheim)	0	0	3	97	3	

Tab. 2 - Offerta turistica (31.12.2010)

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Ristoranti, ristoranti-pizzeria, trattorie	11	19,6	56
Agenzie di viaggio	6	50,0	12
Uffici d'informazione e accoglienza turistica	1	100,0	1
Pro loco	1	100,0	
Centri fieristici e Sale congressi	5	55,6	9
Convention bureau	0		
Card turistica	no		
Itinerari turistici	A spasso per la città: tre percorsi per scoprire Città di Castello (percorso museale - con 2 musei fuori del centro storico, percorso artigianale, percorso storico)		



Tab. 3 - Offerta culturale

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Teatri	1	100,0	1
Cinema	1	100,0	1
Musei	7	53,8	13
Circuiti museali	si		
biblioteche	3	75,0	4

FOLIGNO

Tab. 1 - Esercizi ricettivi (31.12.2010)

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	esercizi	letti
Esercizi alberghieri	6	26	23	1.143	65	3.078
<i>di cui</i>						
5 stelle	0	0	0	0	0	0
4 stelle	0	0	2	183	9	531
3 stelle	4	33,3	12	805	33	2022
2 stelle	1	33,3	3	67	12	321
1 stella	1	20	5	80	8	168
Residenze d'Epoca	0	0	1	8	3	36

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi extralberghieri	20	20,2	90	966	391	5444
<i>di cui:</i>						
Bed & Breakfast	12	26,6	45	196	108	508
Case e Appartamenti per vacanze / locati ad uso turistico	2	18,2	11	110	76	1074
Affittacamere	4	22,2	18	116	62	386
Alloggi Agro-turistici e country house	0	0	11	131	125	1978
Campeggi e villaggi turistici	0	0	0	0	3	410
Case per ferie e Case religiose di ospitalità	1	33,3	3	189	14	842
Altri (Ostelli, Centri soggiorno studi, Kindergarten)	1	50	2	224	3	246

Tab. 2 - Offerta turistica (31.12.2010)

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Ristoranti, ristoranti-pizzeria, trattorie	18	35,3	51
Agenzie di viaggio	13	61,9	21
Uffici d'informazione e accoglienza turistica	1	100,0	1
Pro loco	0	0	0
Centri fieristici e Sale congressi	14	50,0	28
Convention bureau	0	0	0
Card turistica	no	0	no



Tab. 3 - Offerta culturale

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Teatri	4	100	4
Cinema	2	100	2
Musei	4	80	5
Circuiti museali	Si		
Biblioteche	7	77,8	9

GUBBIO

Tab. 1 - Esercizi ricettivi (31.12.2010)

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	esercizi	letti
Esercizi alberghieri	10	50	20	1067	30	1417
<i>di cui</i>						
5 stelle	0	0	0	0	0	0
4 stelle	3	50	6	449	7	537
3 stelle	3	37,5	8	436	12	582
2 stelle	3	60	5	167	9	272
1 stella	1	100	1	15	2	26
Residenze d'Epoca	0	0	0	0	0	0

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi extralberghieri	8	4,7	170	2634	282	4429
<i>di cui:</i>						
Bed & Breakfast	5	16,1	31	170	47	238
Case e Appartamenti per vacanze / locati ad uso turistico	1	7,1	14	232	29	390
Affittacamere	1	5,2	19	156	31	255
Alloggi Agro-turistici e country house	0	0	103	1593	163	2375
Campeggi e villaggi turistici	0	0	2	467	4	871
Case per ferie e Case religiose di ospitalità	1	100	1	16	2	212
Altri (Ostelli, Centri soggiorno studi, Kinderheim)	0	0	0	0	6	88

Tab. 2 - Offerta turistica (31.12.2010)

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Ristoranti, ristoranti-pizzeria, trattorie	20	35,7	56
Agenzie di viaggio	2	33,3	6
Uffici d'informazione e accoglienza turistica	2	100	2
Pro loco	1	100	1
Centri fieristici e Sale congressi	5	71,4	7
Convention bureau	0	0	0
Card turistica	Turisticard		



Tab. 3 - Offerta culturale

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Teatri	1	100	1
Cinema	2	100	2
Musei	12	100	12
Circuiti museali	si		
Biblioteche	7	100	7

NARNI

Tab. 1 - Esercizi ricettivi (31.12.2010)

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi alberghieri	1	9,1	11	362	50	2193
<i>di cui</i>						
5 stelle	0	0	0	0	0	0
4 stelle	0	0,0	2	49	5	516
3 stelle	1	16,7	6	213	25	1081
2 stelle	0	0,0	3	100	13	398
1 stella	0	0,0	0	0	6	146
Residenze d'Epoca	0	0,0	0	0	1	52

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi extralberghieri	4	10	40	584	197	4.225
<i>di cui:</i>						
Bed & Breakfast	2	12,5	16	62	56	287
Case e Appartamenti per vacanze locati ad uso turistico	1	16,7	6	86	46	850
Affittacamere	0	0	2	15	17	127
Alloggi Agro-turistici e country house	0	0	14	197	60	894
Campeggi e villaggi turistici	0	0	1	200	6	1656
Case per ferie e Case religiose di ospitalità	1		1	24	4	129
Altri (Ostelli, Centri soggiorno studi, Kinderheim)	0	0	0	0	8	282

Tab. 2 - Offerta turistica (31.12.2010)

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Ristoranti, ristoranti-pizzeria, trattorie	3	10,3	29
Agenzie di viaggio	2	66,7	3
Uffici d'informazione e accoglienza turistica	0	0	0
Pro loco	0	0	0
Centri fieristici e Sale congressi	1	50	2
Convention bureau	0	0	
Card turistica	0	0	0



Tab. 3 - Offerta culturale

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Teatri	1	100	1
Cinema	0	0	0
Musei	2	66,7	3
Circuiti museali	Si - Narni sotterranea		
Biblioteche	2	100	2

NORCIA

Tab. 1 - Esercizi ricettivi (31.12.2010)

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi alberghieri	3	23	13	777	34	2.053
<i>di cui</i>						
5 stelle	0	0	0	0	0	0
4 stelle	1	100	1	46	1	46
3 stelle	1	14,3	7	565	17	1.617
2 stelle	0	0	3	133	11	305
1 stella	1	50	2	33	4	60
Residenze d'Epoca	0	0	0	0	1	25

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi extralberghieri	4	10	40	658	114	2.847
<i>di cui:</i>						
Bed & Breakfast	0	0	4	27	15	92
Case e Appartamenti per vacanze / locati ad uso turistico	0	0	5	78	23	352
Affittacamere	2	33,3	6	38	12	100
Alloggi Agro-turistici e country house	0	0	20	328	48	723
Campeggi e villaggi turistici	0	0	0	0	4	822
Case per ferie e Case religiose di ospitalità	1	100	1	60	4	357
Altri (Ostelli, Centri soggiorno studi, Kinderheim, rifugi escursionistici)	1	25	4	127	8	401

Tab. 2 - Offerta turistica (31.12.2010)

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Ristoranti, ristoranti-pizzeria, trattorie i	12	46,1	26
Agenzie di viaggio	1	100	1
Uffici d'informazione e accoglienza turistica	0	0	0
Pro loco	1	100	1
Centri fieristici e Sale congressi	0	0	0
Convention bureau	0	0	0
Card turistica	Turisticard		



Tab. 3 - Offerta culturale

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Teatri	1	100	1
Cinema	0	0	0
Musei	2	66,7	3
Circuiti museali	si		
Biblioteche	2	100	2

ORVIETO

Tab. 1 - Esercizi ricettivi (31.12.2010)

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi alberghieri	11	40,7	27	1246	40	1676
<i>di cui</i>						
5 stelle	0	0,0	0	0	0	0
4 stelle	4	0,0	6	370	7	415
3 stelle	6	40,0	15	769	25	1115
2 stelle	1	16,7	6	107	6	107
1 stella	0	0,0	0	0	1	23
Residenze d'Epoca	0	0,0	0	0	1	16

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi extralberghieri	48	38,4	125	1290	332	4193
<i>di cui:</i>						
Bed & Breakfast	20	45,4	44	201	78	389
Case e Appartamenti per vacanze / locati ad uso turistico	17	63	27	238	66	918
Alloggi Agro-turistici e country house	0	0	31	595	134	2099
Campeggi e villaggi turistici	0	0	0	0	3	344
Affittacamere	7	41,2	17	119	45	306
Case per ferie e Case religiose di ospitalità	4	80	5	121	5	121
Altri (Ostelli, Centri soggiorno studi, Kin- derheim)	0	0	1	16	1	16

Tab. 2 - Offerta turistica (31.12.2010)

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Ristoranti, ristoranti-pizzeria, trattorie	32	52,4	61
Agenzie di viaggio	4	100	4
Uffici d'informazione e accoglienza turistica	1	100	1
Pro loco	0	0	0
Centri fieristici e Sale congressi	9	75	12
Convention bureau	Orvieto Convention Bureau	100	1
Card turistica	Carta Unica Orvieto		



Tab. 3 - Offerta culturale

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Teatri	1	100	1
Cinema	1	100	1
Musei	9	100	9
Circuiti museali	si		
Biblioteche	8	80	10

PERUGIA

Tab. 1 - Esercizi ricettivi (31.12.2010)

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi alberghieri	17	25,7	66	5188	86	6319
<i>di cui</i>						
5 stelle	1	100,0	1	187	2	299
4 stelle	3	18,8	16	2618	18	2798
3 stelle	4	20,0	20	1340	31	2038
2 stelle	9	43	21	793	23	854
1 stella	0	0	5	158	8	200
Residenze d'Epoca	0	0,0	3	92	4	130

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi extralberghieri	63	20,4	308	4658	385	5869
<i>di cui:</i>						
Bed & Breakfast	16	15,5	103	420	119	501
Case e Appartamenti per vacanze / locati ad uso turistico	15	40,5	37	401	52	630
Affittacamere	25	45,4	55	338	61	383
Alloggi Agro-turistici e country house	0	0	95	1607	135	2463
Campeggi e villaggi turistici	0	0	2	458	2	458
Case per ferie e Case religiose di ospitalità	6	60	10	949	10	949
Altri (Ostelli, Centri soggiorno studi, Kinderheim)	1	16,7	6	485	6	485

Tab. 2 - Offerta turistica (31.12.2010)

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Ristoranti, ristoranti-pizzeria, trattorie	43	22,4	192
Agenzie di viaggio	15	26,8	56
Uffici d'informazione e accoglienza turistica	1	100	1
Pro loco	0	0	1
Centri fieristici e Sale congressi	14	41,2	34
Convention bureau	0	0	Perugia.com Convention bureau
Card turistica	Perugia città museo	100	1



Tab. 3 - Offerta culturale

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Teatri	4	100	4
Cinema	3	75	4
Musei	18	69,2	26
Circuiti museali	si		
Biblioteche	40	64,5	62

SPOLETO

Tab. 1 - Esercizi ricettivi (31.12.2010)

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi alberghieri	10	27,8	36	1523	42	1683
<i>di cui</i>						
5 stelle	0	0,0	0	0	0	0
4 stelle	4	66,7	6	512	6	512
3 stelle	3	20,0	15	613	19	735
2 stelle	1	9,1	11	308	12	322
1 stella	0	0,0	0	0	0	0
Residenze d'Epoca	2	50,0	4	90	5	114

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi extralberghieri	6	5,5	109	1597	153	2.214
<i>di cui:</i>						
Bed & Breakfast	2	20	10	41	19	81
Case e Appartamenti per vacanze / locati ad uso turistico	1	7,1	14	194	20	250
Affittacamere	2	16,7	12	84	15	112
Alloggi Agro-turistici e country house	0	0	68	952	93	1.253
Campeggi e villaggi turistici	0	0	1	88	2	280
Case per ferie e Case religiose di ospitalità	1	33,3	3	187	3	187
Altri (Ostelli, Centri soggiorno studi, Kin- derheim)	0	0	1	51	1	51

Tab. 2 - Offerta turistica (31.12.2010)

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Ristoranti, ristoranti-pizzeria, trattorie	10	13,3	75
Agenzie di viaggio	4	36,3	11
Uffici d'informazione e accoglienza turistica	1	100	1
Pro loco	1	100	1
Centri fieristici e Sale congressi	13	68,4	19
Convention bureau	0	0	0
Card turistica	Spoletto card	100	1



Tab. 3 - Offerta culturale

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Teatri	2	100	2
Cinema	1	100	1
Musei	8	89	9
Circuiti museali	Si-itinerario I grandi cicli rinascimentali		
Biblioteche	8	73	11

TERNI

Tab. 1 - Esercizi ricettivi (31.12.2010)

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi alberghieri	1	5,5	18	1196	50	2193
<i>di cui</i>						
5 stelle	0	0,0	0	0	0	0
4 stelle	1	33,3	3	467	5	516
3 stelle	0	0,0	8	549	25	1081
2 stelle	0	0,0	4	100	13	398
1 stella	0	0,0	3	80	6	146
Residenze d'Epoca	0	0,0	0	0	1	52

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi extralberghieri	0	0	55	1.596	197	4225
<i>di cui:</i>						
Bed & Breakfast	0	0	24	144	56	287
Case e Appartamenti per vacanze locati ad uso turistico	0	0	6	84	46	850
Affittacamere	0	0	7	59	17	127
Case per ferie e Case religiose di ospitalità	0	0	3	105	4	129
Alloggi Agro-turistici e country house	0	0	11	138	60	894
Campeggi e villaggi turistici	0	0	2	1.036	6	1656
Altri (Ostelli, Centri soggiorno studi, Kinderheim)	0	0	2	30	8	282

Tab. 2 - Offerta turistica (31.12.2010)

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Ristoranti, ristoranti-pizzeria, trattorie	10	13	77
Agenzie di viaggio	14	40	35
Uffici d'informazione e accoglienza turistica	1	100	1
Pro loco	1	100	1
Centri fieristici e Sale congressi	3	27,3	11
Convention bureau	0	0	0
Card turistica	no		



Tab. 3 - Offerta culturale

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Teatri	2	100	2
Cinema	2	66,7	3
Musei	3	27,3	11
Circuiti museali	si		
Biblioteche	5	38,4	13

TODI

Tab. 1 - Esercizi ricettivi (31.12.2010)

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	letti
Esercizi alberghieri	1	10	10	594	26	1.166
<i>di cui</i>						
5 stelle	0	0	0	0	0	0
4 stelle	1	33,3	3	313	5	496
3 stelle	0	0	2	151	7	340
2 stelle	0	0	1	77	3	147
1 stella	0	0	0	0	5	83
Residenze d'Epoca	1	25	4	53	6	100

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi extralberghieri	5	5,0	99	1627	242	3.516
<i>di cui:</i>						
Bed & Breakfast	3	30	10	45	39	200
Case e Appartamenti per vacanze / locati ad uso turistico	0	0	23	260	68	983
Affittacamere	1	6,6	15	95	22	140
Alloggi Agro-turistici e country house	0	0	47	595	108	1.536
Campeggi e villaggi turistici	0	0	0	0	0	0
Case per ferie e Case religiose di ospitalità	1	25	4	632	5	657
Altri (Ostelli, Centri soggiorno studi, Kinderheim)	0	0	0	0	0	0

Tab. 2 - Offerta turistica (31.12.2010)

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Ristoranti, ristoranti-pizzeria, trattorie	10	38,4	26
Agenzie di viaggio	3	75	4
Uffici d'informazione e accoglienza turistica	1	100	1
Pro loco	1	100	1
Centri fieristici e Sale congressi	7	58,3	12
Convention bureau	0	0	0
Card turistica	0	0	0



Tab. 3 - Offerta culturale

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Teatri	1	100	1
Cinema	2	100	2
Musei	4	80	5
Circuiti museali	sì		
Biblioteche	4	100	4

UMBERTIDE

Tab. 1 - Esercizi ricettivi (31.12.2010)

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi alberghieri	1	25	4	146	29	1.427
<i>di cui</i>						
5 stelle	0	0	0	0	0	0
4 stelle	0	0	0	0	2	187
3 stelle	1	50	1	69	16	937
2 stelle	0	0	2	59	8	252
1 stella	0	0	0	0	1	13
Residenze d'Epoca	1	25	1	18	2	38

	Centro storico		Totale Comune		Totale comprensorio	
	Esercizi	% Comune	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti
Esercizi extralberghieri	0	0	98	1.291	378	5.304
<i>di cui:</i>						
Bed & Breakfast	0	0	16	88	87	468
Case e Appartamenti per vacanze / locati ad uso turistico	0	0	30	456	105	1.538
Affittacamere	0	0	12	75	34	255
Alloggi Agro-turistici e country house	0	0	40	672	145	2.289
Campeggi e villaggi turistici	0	0	0	0	3	606
Case per ferie e Case religiose di ospita- lità	0	0	0	0	1	51
Altri (Ostelli, Centri soggiorno studi, Kin- derheim)	0	0	0	0	3	97

Tab. 2 - Offerta turistica (31.12.2010)

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Ristoranti, ristoranti-pizzeria, trattorie	2	7,7	26
Agenzie di viaggio	1	25	4
Uffici d'informazione e accoglienza turistica	1	100	1
Pro loco	0	0	0
Centri fieristici e Sale congressi	2	66,7	3
Convention bureau	0	0	0
Card turistica	no	0	no



Tab. 3 - Offerta culturale

	Centro storico	% centro storico	Totale Comune
Teatri	1	100	1
Cinema	1	100	1
Musei	2	100	2
Circuiti museali	Sistema Museo		
Biblioteche	1	100	1



LA NORMATIVA REGIONALE IN MATERIA DI CENTRI STORICI

Legge regionale 10 luglio 2008, n. 12

Norme per i centri storici.

Il Consiglio regionale ha approvato.

LA PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE

PROMULGA

la seguente legge:

TITOLO I FINALITÀ E AMBITO DI APPLICAZIONE

Art. 1 (Finalità)

1. La presente legge, in attuazione dell'articolo 11, comma 8 dello Statuto, detta norme per la rivitalizzazione, riqualificazione e valorizzazione dei centri storici, nel rispetto dei vincoli derivanti dall'ordinamento comunitario, della disciplina per la tutela dell'ambiente, dei beni culturali e del paesaggio e dei principi fondamentali stabiliti dalla normativa statale in materia di governo del territorio.

2. La Regione tramite la programmazione integrata delle risorse economiche e la partecipazione dei cittadini, dei soggetti istituzionali e delle componenti sociali, favorisce nei centri storici:

a) la redazione, da parte dei Comuni, dei quadri strategici di valorizzazione di cui all'articolo 4, intesi anche come strumento di intervento ai sensi dell'articolo 21 della legge regionale 3 agosto 1999, n. 24 (Disposizioni in materia di commercio in attuazione del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114);

b) l'attuazione dei programmi urbanistici e dei piani attuativi previsti dalla legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11 (Norme in materia di governo del territorio: pianificazione urbanistica comunale), nonché dei programmi urbani complessi di cui alla legge regionale 11 aprile 1997, n. 13 (Norme in materia di riqualificazione urbana).

Art. 2
(Definizioni)

1. Agli effetti della presente legge si intendono per:

a) centri storici: gli insediamenti urbani di cui all'articolo 29 della legge regionale 24 marzo 2000, n. 27 (Piano urbanistico territoriale), che rivestono carattere storico, artistico, culturale, ambientale e paesaggistico. Gli insediamenti sono individuati e perimetrati dal Comune, nello strumento urbanistico generale, quali zone A, ai sensi dell'articolo 2 del decreto ministeriale 2 aprile 1968, n. 1444 (Limiti inderogabili di densità edilizia, di altezza, di distanza fra i fabbricati e rapporti massimi tra spazi destinati agli insediamenti residenziali e produttivi e spazi pubblici o riservati alle attività collettive, al verde pubblico o a parcheggi da osservare ai fini della formazione dei nuovi strumenti urbanistici o della revisione di quelli esistenti, ai sensi dell'articolo 17 della legge 6 agosto 1967, n. 765);

b) ambiti di rivitalizzazione prioritaria (ARP): aree, delimitate dai Comuni, prevalentemente all'interno dei centri storici, che presentano caratteri di degrado edilizio, urbanistico, ambientale, economico, sociale e funzionale e pertanto costituiscono luoghi prioritari da rivitalizzare;

c) quadro strategico di valorizzazione: programma di valorizzazione dei centri storici, compresi gli ambiti di rivitalizzazione prioritaria di cui alla lettera b), che delinea le politiche generali che il Comune intende attuare per conseguire gli obiettivi di cui all'articolo 3;

d) edificio: insieme di strutture portanti ed elementi costruttivi, architettonici e decorativi,

reciprocamente connessi in modo da formare con continuità da cielo a terra una entità strutturalmente autonoma, sia isolata o parzialmente collegata ad edifici adiacenti, composta da una o più unità immobiliari o parti di esse, indipendentemente dal regime della proprietà;

e) isolato: uno o più edifici contigui circondati da strade e spazi liberi;

f) esercizio multisettoriale: attività integrata da un punto di vista imprenditoriale e spaziale, che ricomprende almeno due delle seguenti tipologie: artigianato, commercio, pubblici esercizi, servizi alberghieri ed extralberghieri di ricettività.

Art. 3 (Obiettivi)

1. La Regione favorisce la realizzazione di programmi, progetti, azioni ed interventi di rivitalizzazione, riqualificazione e valorizzazione dei centri storici, che perseguono i seguenti obiettivi:

a) creazione delle condizioni ambientali, sociali ed economiche per la permanenza o il reinserimento di famiglie residenti, di operatori economici e per lo sviluppo turistico;

b) recupero edilizio ed urbanistico e riqualificazione architettonica e ambientale del patrimonio edilizio esistente, pubblico e privato;

c) valorizzazione e tutela degli edifici di particolare pregio ed interesse storico, architettonico e monumentale;

d) riqualificazione degli spazi pubblici e privati esistenti, mediante il recupero e la

manutenzione delle aree inedificate, degradate o sottoutilizzate e l'eliminazione delle opere o edifici incongrui rispetto al contesto storico-architettonico e paesaggistico, nonché mediante l'inserimento di opere d'arte;

e) riduzione della vulnerabilità sismica del patrimonio immobiliare pubblico e privato e della vulnerabilità urbana;

f) miglioramento dell'accessibilità e della mobilità, anche con l'individuazione di nuovi percorsi con modalità alternative e con l'attuazione di interventi per l'abbattimento delle barriere architettoniche o urbanistiche;

g) adeguamento dei fabbricati, dei loro impianti e dei servizi pubblici puntuali ed a rete, al fine di conseguire adeguati livelli di sicurezza e di sostenibilità ambientale, con particolare riguardo per il risparmio energetico, l'uso contenuto delle risorse, la riduzione degli inquinamenti e la cura estetica dei manufatti;

h) raggiungimento, negli spazi pubblici o aperti al pubblico, di livelli di sicurezza pubblica adeguati ai bisogni delle diverse fasce di età e dei soggetti diversamente abili, anche mediante l'adozione di sistemi di sicurezza attivi e passivi;

i) mantenimento, insediamento e valorizzazione di attività artigiane, turistico-ricettive, direzionali, commerciali, di servizi, sociali, ricreative, culturali e artistiche per i servizi alla persona, anche con caratteristiche e spazi innovativi, nonché tramite il riuso di spazi ed edifici pubblici;

l) cura dell'immagine del centro storico come componente del paesaggio, anche con riguardo alla tutela della luce, delle prospettive e delle visuali;

m) recupero, manutenzione, restauro e conservazione dei beni culturali e dei luoghi storico-artistici, per migliorarne la fruizione;

n) individuazione di percorsi culturali e museali, comprendente anche i locali storici esistenti, definendo modalità di gestione che assicurino forme permanenti di autosostentamento totale o parziale;

o) realizzazione di punti informativi che costituiscono porte di accesso ai servizi e alle reti turistico-ricettive, compreso l'uso delle tecnologie informatiche, telematiche e satellitari.

TITOLO II POLITICHE DI SVILUPPO

Art. 4

(Quadro strategico di valorizzazione)

1. I Comuni, anche in forma associata e con il concorso dei cittadini, delle associazioni di categoria degli operatori economici, dei portatori di interessi collettivi e delle istituzioni pubbliche o di interesse pubblico, redigono il quadro strategico di valorizzazione dei centri storici e delle altre parti di tessuto urbano contigue che con essi si relazionano, per il conseguimento degli obiettivi di cui all'articolo 3.

2. La redazione e l'approvazione del quadro strategico è obbligatoria solo per i Comuni con popolazione superiore a diecimila abitanti o con il centro storico di estensione superiore a quattordici ettari di superficie territoriale.

3. Il quadro strategico, redatto secondo le linee guida approvate dalla Giunta regionale, contiene,

in particolare:

a) l'analisi delle criticità e delle potenzialità di sviluppo del centro storico;

b) l'indicazione del ruolo che il centro storico può svolgere nel proprio contesto territoriale mediante l'insediamento e lo sviluppo di attività e funzioni con esso coerenti e compatibili;

c) l'indicazione delle azioni strategiche a carattere pluriennale e la sequenza temporale di realizzazione delle stesse, con le relative motivazioni, nonché degli strumenti anche di carattere urbanistico da utilizzare;

d) gli interventi concreti che si intendono attivare;

e) le procedure e le modalità per verificare lo stato di attuazione degli interventi di cui alla lettera d), mediante un apposito monitoraggio;

f) il piano economico e finanziario;

g) i programmi di formazione professionale per operatori del commercio, turismo, servizi e artigianato;

h) i programmi, piani e progetti di promozione e sviluppo di centri commerciali naturali, centri polifunzionali di servizi e attività di prossimità, nonché le eventuali deroghe di cui all'articolo 5, comma 1, lettera b);

i) la qualificazione della segnaletica toponomastica, turistica, commerciale, di pubblica utilità e dei servizi nonché della cartellonistica pubblicitaria, secondo i criteri e gli indirizzi della deliberazione della Giunta regionale 19 marzo 2007, n. 420 (Disciplina interventi recupero patrimonio edilizio esistente, articolo 45, comma 1, lettera b) della legge regionale 18 febbraio 2004, n. 1 (Norme per

l'attività edilizia) con il Repertorio dei tipi e elementi ricorrenti nell'edilizia tradizionale), allegato A), capo VI;

l) l'elenco dei beni di interesse pubblico di valore culturale di portata storica e di valore ambientale;

m) l'indicazione degli strumenti di carattere normativo, procedurale amministrativo, partecipativo, organizzativo e gestionale necessari per l'attuazione del quadro strategico.

4. Il quadro strategico è approvato dal Comune ed è sottoposto a verifica con modalità e frequenza stabilite dal Comune stesso.

5. Il Comune ed i soggetti indicati al comma 1, con riferimento alle scelte e previsioni contenute nel quadro strategico che richiedono azioni integrate e coordinate, concludono accordi o protocolli d'intesa, anche con valenza contrattuale.

6. La Regione concorre al finanziamento della redazione dei quadri strategici di valorizzazione, alla elaborazione di studi, di ricerche sui centri storici, all'attuazione delle azioni strategiche di cui al comma 3, lettera c) mediante le risorse previste all'articolo 30 nonché tramite il finanziamento di iniziative di promozione coerenti con i quadri strategici.

Art. 5

(Misure incentivanti le attività economiche)

1. All'interno del centro storico e dell'ARP:

a) è consentito lo svolgimento congiunto di attività economiche e di servizi di particolare

interesse per la collettività, eventualmente in convenzione con soggetti pubblici e privati;

b) nei Comuni delle classi I, II e III di cui all'articolo 3, comma 1 della l.r. 24/1999, il quadro strategico di valorizzazione può prevedere l'insediamento e l'ampliamento di medie superfici di vendita, in deroga agli articoli 19, comma 5 bis e 20 della l.r. 24/1999, purché siano comunque rispettati i limiti dimensionali massimi previsti dalla legge medesima per il tipo di media struttura interessata, in relazione alla classe di appartenenza del Comune;

c) i Comuni rilasciano una tantum ai titolari di autorizzazione per l'esercizio di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, di cui all'articolo 5, comma 1, lettere a), b) e d) della legge 25 agosto 1991, n. 287 (Aggiornamento della normativa sull'insediamento e sull'attività dei pubblici esercizi), un'ulteriore autorizzazione, diversa da quella posseduta, in deroga ai parametri numerici di cui all'articolo 3 della legge medesima. La richiesta di nuova autorizzazione deve essere presentata entro sei mesi dall'entrata in vigore della presente legge;

d) per la costituzione di esercizi multisettoriali i Comuni rilasciano un'autorizzazione per l'esercizio di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, in deroga ai parametri numerici di cui all'articolo 3 della l. 287/1991.

2. Le autorizzazioni di cui al comma 1:

a) sono rilasciate nel rispetto della normativa in materia di igiene, sanità e sicurezza;

b) non sono trasferibili al di fuori del centro storico o dell'ARP.

3. La Regione concorre alla promozione di programmi, piani e progetti di sviluppo concernenti i centri commerciali naturali, i centri polifunzionali di servizi e le attività di prossimità di cui all'articolo 10, comma 5 bis, così come aggiunto dalla presente legge e all'articolo 24, commi 3 e 7 bis, così come aggiunto dalla presente legge, della l.r. 24/1999, mediante l'assegnazione di apposite risorse.

4. I proprietari di unità immobiliari recuperate con i finanziamenti della presente legge destinate ad attività economiche, commerciali, artigianali, turistiche, professionali e per servizi, necessarie ai residenti dei centri storici, stipulano con il Comune una convenzione che disciplina, per otto anni, il canone di locazione di tali unità immobiliari, sulla base di apposita convenzione tipo approvata dalla Giunta regionale.

TITOLO III INTERVENTI NEI CENTRI STORICI

Art. 6 (Interventi nei centri storici)

1. Nei centri storici sono consentiti, senza il piano attuativo, fermo restando il rispetto delle norme del Piano regolatore e dei vincoli di tutela ambientale e paesaggistica, i seguenti interventi ad attuazione diretta:

a) ristrutturazione edilizia come definita all'articolo 3, comma 1, lettera d) della l.r. 1/2004;

b) cambiamenti di destinazione d'uso ai sensi dell'articolo 33, commi 3 e 4 della l.r. 1/2004;

c) interventi relativi alla prevenzione sismica di cui all'articolo 41 della l.r. 1/2004;

d) interventi di cui agli articoli 35 e 38 della l.r. 1/2004;

e) interventi per le infrastrutture viarie, tecnologiche a rete o puntuali, nonché per l'arredo urbano.

2. Gli interventi di cui al comma 1 sono consentiti a condizione che siano rispettate la classificazione degli immobili e le modalità di realizzazione contenute nella deliberazione della Giunta regionale 19 marzo 2007, n. 420, Allegato A), articoli da 1 a 30 e da 41 a 44.

3. I proprietari di almeno il settantacinque per cento del valore in base all'imponibile catastale delle unità immobiliari ricomprese in un isolato, che attuano, a mezzo di piano attuativo o programma urbanistico, interventi di ristrutturazione edilizia ed urbanistica, nonché gli interventi di cui al comma 1, lettere c) e d), possono costituire un consorzio, da attuare con le modalità previste all'articolo 27, comma 5 della legge 1 agosto 2002, n. 166 (Disposizioni in materia di infrastrutture e trasporti), ai fini della presentazione al Comune delle proposte di intervento di recupero.

4. I piani attuativi ed i programmi urbanistici di cui alla presente legge sono adottati ed approvati con le modalità di cui all'articolo 24 della l.r. 11/2005, i cui termini di pubblicazione sono ridotti della metà.

Art. 7

(Ambiti di rivitalizzazione prioritaria)

1. I Comuni possono delimitare, all'interno dei centri storici, ambiti di rivitalizzazione prioritaria ricomprendenti uno o più isolati, che presentano caratteri di degrado edilizio, urbanistico, ambientale, economico, sociale e funzionale. La delimitazione può interessare anche aree aventi i medesimi caratteri di degrado adiacenti al centro storico, purché non prevalenti, in termini di superficie, a quelle ricomprese nel centro storico stesso e la cui rivitalizzazione è comunque funzionale e complementare a queste ultime. Nella delimitazione dell'ARP il Comune tiene conto della relazione funzionale esistente, in termini urbanistici ed ambientali, con il tessuto urbano circostante e con le aree di futura espansione, al fine di assicurare organicità e funzionalità agli interventi di recupero.

2. La delimitazione di cui al comma 1 è effettuata quando ricorrono, all'interno della parte di centro storico ricompresa nell'ARP, almeno tre delle seguenti condizioni:

a) inadeguatezza funzionale, manutentiva, igienica, tecnologica degli isolati e degli edifici che li compongono;

b) stato di dismissione totale o parziale degli edifici e delle relative aree di pertinenza da oltre cinque anni;

c) carenza o obsolescenza delle infrastrutture a rete, dei servizi e delle aree verdi;

d) inadeguatezza della accessibilità e della sosta;

e) perdita di famiglie residenti superiore al venticinque per cento negli ultimi dieci anni;

f) assenza o riduzione di almeno un terzo di attività economiche e culturali negli ultimi dieci anni;

g) presenza di gravi situazioni di declino sociale e carenza di sicurezza pubblica;

h) presenza di gravi dissesti idrogeologici classificati dal piano di assetto idrogeologico, ovvero elevata vulnerabilità sismica dell'isolato, accertata con le modalità di cui alla legge regionale 23 ottobre 2002, n. 18 (Norme in materia di prevenzione sismica del patrimonio edilizio).

3. I Comuni effettuano la verifica delle condizioni di cui al comma 2 sulla base degli indicatori e delle modalità stabilite con apposito atto dalla Giunta regionale.

4. Il provvedimento comunale di delimitazione dell'ARP e la relativa documentazione sono depositati e pubblicati con le modalità previste all'articolo 30, commi 4, 5, 6 e 7 della legge regionale 21 ottobre 1997, n. 31 (Disciplina della pianificazione urbanistica comunale e norme di modificazione della l.r. 2 settembre 1974, n. 53, della l.r. 18 aprile 1989, n. 26, della l.r. 17 aprile 1991, n. 6 e della l.r. 10 aprile 1995, n. 28).

Art. 8

(Interventi premiali nell'ARP)

1. I Comuni approvano programmi urbanistici e piani attuativi di cui alla l.r. 11/2005, nonché programmi urbani complessi di cui alla l.r. 13/1997, comprendenti interventi di restauro, risanamento conservativo, ristrutturazione edilizia o urbanistica di edifici od isolati situati prevalentemente, in termini di superficie utile

coperta, nella parte di centro storico ricompresa nell'ARP, finalizzati al perseguimento contemporaneo di almeno tre degli obiettivi di cui all'articolo 3.

2. Qualora gli interventi di cui al comma 1 riguardino interventi di restauro, risanamento conservativo, ristrutturazione edilizia ed urbanistica per il riuso di edifici o di isolati di superficie utile coperta superiore a cinquecento metri quadrati ovvero a mille metri quadrati nel caso di centri storici di estensione territoriale maggiore di quattordici ettari, i proprietari possono beneficiare di quantità edificatorie premiali, commisurate anche ad eventuali interventi di infrastrutturazione e di dotazioni territoriali e funzionali pubbliche eccedenti i limiti di legge, eseguiti nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente in materia di appalti di lavori pubblici, da utilizzare nelle aree di cui al comma 1 dell'articolo 10. I limiti di superficie degli interventi possono essere motivatamente ridotti dal Consiglio comunale purché l'intervento riguardi almeno un intero edificio.

3. La quantità premiale è costituita da diritti edificatori espressi in superficie utile coperta, il cui valore convenzionale, corretto sulla base dei parametri definiti dalla legge di cui all'articolo 10, comma 5, non può superare il cinquanta per cento o il venti per cento del costo degli interventi ricompresi nel programma o nel piano di cui al comma 1, a seconda che trattasi di interventi eseguiti nell'ARP, rispettivamente all'interno od all'esterno del centro storico.

4. Il Comune stabilisce, con le delibere di delimitazione dell'ARP ed in base ai diversi

caratteri di degrado, le percentuali massime da applicare ai fini del calcolo della quantità premiale entro i limiti di cui al comma 3. Il Comune può altresì superare i predetti limiti per gli interventi concernenti dotazioni territoriali e funzionali pubbliche eccedenti i limiti di legge.

5. Il Comune, con la delimitazione dell'ARP, deve individuare le aree nelle quali non si possono localizzare le quantità edificatorie premiali e può stabilire una riduzione delle capacità edificatorie previste dal vigente strumento urbanistico generale per compensare, anche parzialmente, le quantità premiali.

6. Le quantità premiali possono essere riconosciute solo nel caso in cui il costo degli interventi ricompresi nel programma o nel piano di cui al comma 1 riguardi almeno per l'ottanta per cento il restauro, il risanamento conservativo, la ristrutturazione edilizia ed urbanistica degli edifici o degli isolati di cui al comma 2.

Art. 9

(Misura della quantità premiale)

1. La superficie utile coperta conseguita come diritto edificatorio premiale, a seguito della realizzazione degli interventi ricompresi nei programmi o nei piani di cui al comma 1 dell'articolo 8, è determinata dal Comune dividendo il costo degli interventi stessi, calcolato con le modalità indicate nel comma 2, per il costo totale a metro quadrato di superficie complessiva stabilito dalla Regione per gli interventi di nuova costruzione di edilizia residenziale pubblica, ridotto del venti per cento, vigente al momento dell'approvazione del programma o del piano.

2. Il costo degli interventi di cui al comma 1 comprende il costo degli interventi di restauro, risanamento conservativo, ristrutturazione edilizia ed urbanistica, delle infrastrutture e delle dotazioni territoriali e funzionali pubbliche eccedenti gli obblighi di legge, nonché delle eventuali demolizioni di manufatti finalizzati a migliorare la fruibilità degli spazi pubblici ed è determinato con il ricorso all'elenco prezzi regionale vigente al momento dell'approvazione del programma o del piano. Il costo è documentato negli elaborati del progetto e asseverato dal progettista.

Art. 10

(Modalità di utilizzo della quantità premiale)

1. La superficie utile coperta, conseguita come diritto edificatorio premiale ai sensi dell'articolo 9, è utilizzata per nuove costruzioni o ampliamenti di quelle esistenti in aree individuate dal programma o dal piano all'esterno dell'ARP, all'interno di quelle classificate dallo strumento urbanistico generale come zone omogenee B, C, D ed F ai sensi del D.M. 1444/1968, comprese quelle acquisite dal Comune ai sensi dell'articolo 1, comma 258 della legge 24 dicembre 2007, n. 244 (Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato - Legge finanziaria 2008), ovvero in quelle di cui all'articolo 4, comma 2, lettere e) ed f) e comma 5 della l.r. 11/2005.

2. L'utilizzo della quantità premiale deve avvenire nel rispetto dei seguenti limiti:

a) non possono essere superate le altezze massime previste dagli strumenti urbanistici;

b) non possono essere incrementate di oltre un terzo le potenzialità edificatorie attribuite dallo strumento urbanistico vigente alle aree ed alle zone di cui al comma 1;

c) non può riguardare nuove superfici a destinazione commerciale.

3. La quantità premiale è utilizzata solo successivamente alla realizzazione degli interventi di restauro, risanamento conservativo, ristrutturazione edilizia ed urbanistica previsti nel programma o nel piano di cui all'articolo 8, comma 1 e può essere impiegata anche per ampliamenti di edifici esistenti interni all'ARP, ma esterni al centro storico, purché ricompresi negli stessi programmi o piani.

4. La quantità edificatoria premiale è determinata nella convenzione che disciplina i rapporti per l'attuazione dei programmi e dei piani di cui all'articolo 8, comma 1 e può essere trasferita dai beneficiari successivamente alla realizzazione degli interventi previsti dal programma o dal piano, al Comune o a terzi.

5. Con apposita legge sono disciplinate le ulteriori procedure per il riconoscimento, l'utilizzo e la gestione delle quantità edificatorie premiali previste dalla presente legge e dalla l.r. 11/2005.

Art. 11

(Capacità edificatoria e destinazione d'uso)

1. Al fine di ripristinare la tipologia originaria degli edifici, le volumetrie o superfici utili coperte provenienti dall'eliminazione di superfetazioni o soprastrutture di epoca recente

prive di valore storico e artistico od opere incongrue, all'interno dei centri storici, possono essere delocalizzate, per la realizzazione di nuove costruzioni o ampliamento di quelle esistenti, in aree già edificabili con esclusione delle zone agricole, in aggiunta alle potenzialità edificatorie previste dagli strumenti urbanistici, con volumetrie e superfici non superiori a due volte quelle dei manufatti oggetto di demolizione.

2. Qualora all'interno dei centri storici insistano edifici, costruiti in epoca recente, senza alcun valore storico, artistico, culturale ed ambientale ed il cui sedime è indispensabile per migliorare o realizzare spazi ed infrastrutture pubbliche, il piano attuativo od il programma urbanistico di cui all'articolo 28 della l.r. 11/2005 possono prevedere la totale demolizione dell'edificio e la sua ricostruzione, con volumetria o superficie utile coperta incrementata nella misura stabilita dal Comune e comunque non superiore a tre volte quella esistente, in altre aree edificabili a destinazione diversa dall'agricola, previste dallo strumento urbanistico vigente, nel rispetto dei limiti di altezza massimi stabiliti. La convenzione del piano attuativo e del programma prevede la cessione gratuita al Comune dell'area di pertinenza dell'edificio oggetto di demolizione, necessaria alla realizzazione dell'opera pubblica.

3. All'interno dei centri storici sono consentite destinazioni d'uso residenziali, nonché quelle di servizio e produttive compatibili con la residenza stessa, senza limitazioni nei rapporti dimensionali tra le diverse destinazioni. Il Comune può comunque escludere, in particolari ambiti del centro storico, specifiche destinazioni d'uso.

4. All'interno dei centri storici, tenuto conto

delle caratteristiche orografiche e, ove le condizioni di accessibilità dei luoghi lo consentano, nel rispetto dei complessi storici o siti panoramici e di belvedere, è ammessa la realizzazione, al di sotto del livello di terreno, di locali da adibire ad autorimesse private o pubbliche, purché di stretta pertinenza delle residenze e dei servizi, a condizione che il terreno di copertura sia ripristinato come in origine in maniera da rendere possibile l'impianto di essenze vegetali. Il Comune individua le aree nelle quali non possono essere realizzati gli interventi di cui al presente comma.

Art. 12

(Contributo di costruzione)

1. Nei centri storici il contributo di costruzione relativo agli oneri di urbanizzazione primaria e secondaria di cui all'articolo 24 della l.r. 1/2004 non è dovuto per gli interventi a fini residenziali, di ristrutturazione edilizia, urbanistica e cambiamento di destinazione d'uso.

2. Negli ambiti di rivitalizzazione prioritaria il contributo di costruzione relativamente agli oneri di urbanizzazione primaria e secondaria ed al costo di costruzione, di cui agli articoli 24 e 25 della l.r. 1/2004, non è dovuto per gli interventi a fini residenziali, di ristrutturazione edilizia, urbanistica e cambiamento di destinazione d'uso.

Art. 13

(Servizi e infrastrutture)

1. Nei centri storici è consentita, nel rispetto dei vincoli ambientali e paesaggistici, la realizzazione di servizi, attrezzature,

infrastrutture tecnologiche a rete o puntuali, pubbliche e private di interesse pubblico o collettivo, opere relative all'abbattimento delle barriere architettoniche e per gli interventi per la riduzione del rischio sismico a scala urbana.

2. La deliberazione del Consiglio comunale di approvazione delle opere pubbliche di cui al comma 1, comporta anche l'approvazione dell'eventuale variante allo strumento urbanistico generale e l'apposizione del vincolo preordinato all'esproprio di cui al decreto del Presidente della Repubblica 8 giugno 2001, n. 327 (Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di espropriazione per pubblica utilità) purché siano effettuate le procedure di adozione, deposito e pubblicazione previste all'articolo 30, commi 4, 5, 6 e 7 della l.r. 31/1997, con i tempi ridotti della metà.

Art. 14

(Dotazioni territoriali e funzionali minime)

1. Per gli interventi nei centri storici il Comune può prevedere la facoltà che la cessione delle aree per dotazioni territoriali e funzionali minime prevista dalle vigenti normative, sia sostituita, anche a richiesta del proponente l'intervento o del concessionario, dalla realizzazione di adeguati servizi e infrastrutture, previsti dagli strumenti urbanistici, anche all'esterno dei comparti o delle zone oggetto di intervento, purché ciò garantisca una adeguata e funzionale soluzione urbanistica.

2. I Comuni possono prevedere, anche in relazione alle disposizioni di cui al comma 1 i casi in cui, anche a richiesta del proponente l'intervento o del concessionario, le aree per

dotazioni territoriali e funzionali minime, possono essere, in tutto o in parte, monetizzate in alternativa alla sistemazione e cessione gratuita o in alternativa alla sola cessione o al vincolo di uso pubblico.

3. Il Comune stabilisce il valore dell'area e delle opere di cui al comma 2 e disciplina le modalità di pagamento a carico dei proprietari, tenendo conto delle norme regolamentari di cui all'articolo 62, comma 1, lettera b) della l.r. 11/2005 e all'articolo 12, comma 1, lettera b) della l.r. 1/2004.

4. Il Comune utilizza il cinquanta per cento delle somme ricavate ai sensi del comma 2 esclusivamente per la realizzazione delle attrezzature e dei servizi all'interno dei centri storici con priorità per gli interventi di arredo urbano, di miglioramento dell'accessibilità e della mobilità, per la promozione e la gestione di servizi culturali, museali e sociali, nonché per l'attuazione del quadro strategico di valorizzazione.

Art. 15 (Utilizzo dei vani)

1. Per l'utilizzo di tutti i vani degli edifici esistenti nei centri storici si applicano le disposizioni di cui agli articoli 34, 35 e 36 della l.r. 1/2004.

Art. 16 (Compiti dei Comuni e delle Province)

1. I Comuni possono concorrere al perseguimento degli obiettivi previsti dalla

presente legge mediante:

a) contributi comunali finalizzati all'abbattimento dei tassi di interesse praticati dagli Istituti di credito;

b) promozione di programmi urbani complessi ai sensi della l.r. 13/1997, dei programmi urbanistici di cui all'articolo 28 della l.r. 11/2005;

c) promozione di interventi finalizzati alla realizzazione di autorimesse pubbliche e private;

d) specifici contributi ed incentivi per gli operatori economici che ripristinano funzioni e servizi mancanti nel centro storico, anche mediante la messa a disposizione a canoni convenzionati di locali e aree pubbliche.

TITOLO IV
MODIFICAZIONI ED INTEGRAZIONI
ALLE LEGGI REGIONALI
11 APRILE 1997, N. 13,
3 AGOSTO 1999, N. 24,
28 NOVEMBRE 2003, N. 23
E 22 FEBBRAIO 2005, N. 11

CAPO I
MODIFICAZIONI ED INTEGRAZIONI ALLA
LEGGE REGIONALE 11 APRILE 1997, N. 13
(NORME IN MATERIA DI
RIQUALIFICAZIONE URBANA)

Art. 17
(Modificazione all'articolo 2)

1. Il comma 2 dell'articolo 2 della l.r. 13/1997 è sostituito dal seguente:

“2. Il programma urbano complesso ha valore di

programma integrato di intervento, di cui all'articolo 16 della legge 17 febbraio 1992, n. 179, o di programma di recupero di cui all'articolo 11 del decreto legge 5 ottobre 1993, n. 398 convertito in legge, con modificazioni, dall'articolo 1, comma 1 della legge 4 dicembre 1993, n. 493, e può ricomprendere i programmi edilizi urbanistici di riqualificazione urbana comunque denominati in base alla normativa vigente, compresi il programma urbanistico di cui all'articolo 28 della legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11 e il programma organico di cui all'articolo 7, comma 1 della legge regionale 28 novembre 2003, n. 23.”.

Art. 18

(Modificazioni e integrazioni all'articolo 3)

1. Al comma 1 dell'articolo 3 della l.r. 13/1997 è aggiunto il seguente periodo:

“Tale ambito è prevalentemente edificato, contiene interventi con carattere di unitarietà, organicità e riconoscibilità ed ha dimensioni commisurate alle risorse economiche disponibili, pubbliche o private.”.

2. La lettera b) del comma 2 dell'articolo 3 della l.r. 13/1997 è sostituita dalla seguente:

“b) centri storici minori o insediamenti di valore storico culturale di cui agli articoli 21 e 29 della legge regionale 24 marzo 2000, n. 27;”.

3. Il comma 3 dell'articolo 3 della l.r. 13/1997 è sostituito dal seguente:

“3. Il programma urbano complesso prevede la rimozione o l'attenuazione delle cause che sono all'origine dei fenomeni di degrado e delle

carenze di cui al comma 1 e inoltre ricomprende:

a) il recupero o la costruzione di edifici con funzioni residenziali per una quota non inferiore al trenta per cento in termini di superficie utile coperta degli immobili interessati dagli interventi;

b) la realizzazione di opere di urbanizzazione primaria per un importo non superiore al cinquanta per cento del finanziamento pubblico;

c) azioni dirette a promuovere il coinvolgimento dei cittadini e delle associazioni che li rappresentano nella definizione del programma con particolare riferimento agli aspetti del disagio sociale, della sicurezza, delle attività di natura socio-sanitaria e culturale;

d) azioni funzionali allo sviluppo ed alla ripresa delle attività economiche e sociali, compresa la gestione di servizi culturali;

e) eventuali interventi su aree contigue all'abitato o su altre aree purché necessarie alla realizzazione di infrastrutture per la mobilità, l'accessibilità e il soddisfacimento di dotazioni territoriali e funzionali minime ovvero dove sono localizzati incrementi premiali dei diritti edificatori in applicazione delle relative normative.”.

Art. 19

(Integrazione all'articolo 4)

1. Dopo il comma 4 dell'articolo 4 della l.r. 13/1997 sono aggiunti i seguenti:

“4 bis. Nella formazione dei programmi urbani complessi che riguardano i centri storici, nonché gli ambiti di rivitalizzazione prioritaria delimitati dal Comune, si applica la disciplina regionale

vigente in materia. I Comuni obbligati alla redazione del quadro strategico di valorizzazione dei centri storici, lo trasmettono alla Regione contestualmente alla presentazione di piani, programmi e progetti comprendenti interventi di rivitalizzazione, riqualificazione e valorizzazione dei centri storici e degli ambiti di rivitalizzazione prioritaria di cui viene richiesto il finanziamento.

4 ter. Il Comune, nei casi in cui proceda alla formazione di un programma urbano complesso, è tenuto ad integrare il programma preliminare di cui al comma 3 con un'apposita relazione indicante le finalità del programma, con particolare riferimento a quelle previste dalla legge regionale in materia di centri storici, nonché l'elenco degli interventi e delle azioni previsti per la rivitalizzazione, valorizzazione e riqualificazione degli stessi. La relazione dovrà rappresentare le condizioni di degrado edilizio, socio-economico e urbanistico ambientale, di cui all'articolo 3, comma 1 sulla base di appositi indicatori definiti dalla Giunta regionale.”.

Art. 20

(Modificazione all'articolo 5)

1. Il comma 2 dell'articolo 5 della l.r. 13/1997 è sostituito dal seguente:

“2. Gli interventi previsti nei programmi urbani complessi ammissibili al finanziamento regionale possono riguardare:

a) la costruzione, il recupero, oppure l'acquisizione e il recupero di immobili destinati prevalentemente alla residenza con tipologie di alloggi da destinare a diversi utenti, con particolare attenzione ai nuclei familiari con figli a carico, alle famiglie di nuova formazione, agli

anziani, ai disabili, agli studenti e agli immigrati, da realizzare anche con l'introduzione di caratteri sperimentali di flessibilità abitativa ai fini dell'integrazione sussidiaria;

b) la realizzazione, la manutenzione o l'ammodernamento delle urbanizzazioni primarie e secondarie e la messa a norma degli impianti;

c) la realizzazione, il recupero o la riqualificazione della viabilità, finalizzata al miglioramento dell'accessibilità, anche con il ricorso a mobilità alternativa, all'incremento dei percorsi ciclo-pedonali, alla previsione di zone a traffico limitato o rallentato e alla riduzione delle barriere architettoniche;

d) l'inserimento di elementi di arredo urbano, ovvero di elementi a notevole qualità estetico-architettonica, nonché l'adozione di particolari soluzioni per l'ubicazione di contenitori per la raccolta differenziata dei rifiuti solidi urbani specialmente nei centri storici;

e) il recupero del patrimonio edilizio esistente finalizzato all'insediamento ed ammodernamento, nei centri storici, di attività turistico-ricettive, culturali, commerciali ed artigianali;

f) il recupero di opere architettoniche di pregio storico artistico;

g) il miglioramento della qualità ambientale attraverso interventi sulle sorgenti inquinanti di tipo luminoso, acustico, elettromagnetico e atmosferico;

h) la valorizzazione, il reinsediamento e l'incremento delle attività culturali, turistiche, commerciali, artigianali, professionali e per servizi;

i) la prevenzione sismica degli edifici, con

priorità per quelli ad uso pubblico o ad elevato affollamento.”.

Art. 21

(Modificazioni ed integrazioni dell'art. 6)

1. Il comma 3 dell'articolo 6 della l.r. 13/1997 è sostituito dal seguente:

“3. La Giunta regionale, in attuazione delle norme comunitarie, statali e regionali di finanziamento, emana appositi bandi, assicurando la programmazione integrata delle risorse finanziarie, definisce le procedure e i criteri per la presentazione e la selezione dei programmi urbani complessi, il limite massimo dei contributi, le percentuali di cofinanziamento pubblico e privato, nonché i requisiti necessari per beneficiare dei finanziamenti e le modalità per la loro erogazione. Gli interventi sugli edifici o sugli isolati realizzati con contributi pubblici non possono concorrere alla determinazione di quantità edificatorie premiali.”.

CAPO II

MODIFICAZIONI ED INTEGRAZIONI ALLA
LEGGE REGIONALE 3 AGOSTO 1999, N. 24
(DISPOSIZIONI IN MATERIA DI
COMMERCIO IN ATTUAZIONE DEL D.LGS.
31 MARZO 1998, N. 114)

Art. 22

(Integrazione all'art. 10)

1. Dopo il comma 5 dell'articolo 10 della l.r. n. 24/1999 è aggiunto il seguente:

“5 bis. Per centri commerciali naturali si intendono aggregazioni di operatori del

commercio, artigianato, turismo e servizi ubicati in ambiti omogenei, che mediante forme associative realizzano politiche di sviluppo comuni.”.

Art. 23

(Modificazione e integrazione all’art. 24)

1. Al comma 3 dell’articolo 24 della l.r. 24/1999, le parole *“tra quelli individuati con apposito atto della Giunta regionale”* sono soppresse.

2. Dopo il comma 7 dell’articolo 24 della l.r. 24/1999 è aggiunto il seguente:

“7 bis. Per attività di prossimità si intende l’esercizio commerciale di vicinato, di somministrazione, di artigianato e di servizi, compreso quello turistico, che svolge una funzione di presidio del territorio in quanto unico operatore di un centro storico o località.”.

CAPO III

MODIFICAZIONI ED INTEGRAZIONI ALLA
LEGGE REGIONALE 28 NOVEMBRE 2003,
N. 23 (NORME DI RIORDINO IN MATERIA
DI EDILIZIA RESIDENZIALE PUBBLICA)

Art. 24

(Modificazioni ed integrazioni all’articolo 13)

1. Il comma 2 dell’articolo 13 della l.r. 23/2003 è sostituito dal seguente:

“2. Gli interventi edilizi ricompresi nei programmi urbani complessi sono disciplinati, in base alle diverse categorie, ai sensi degli articoli 7, 8, 9, 10, 11 e 12 e relativamente ai requisiti dei beneficiari delle risorse di cui al comma 1, ai

sensi degli articoli 20, 21, 22, 23 e 24.”.

Art. 25

(Modificazioni ed integrazioni all'articolo 20)

1. All'inizio del comma 1 dell'articolo 20 della l.r. 23/2003 sono aggiunte le seguenti parole: *“Fatto salvo quanto previsto al comma 1 bis,”.*

2. Dopo il comma 1 dell'articolo 20 della l.r. 23/2003, è aggiunto il seguente:

“1 bis. Per beneficiare dei contributi previsti per gli interventi di cui all'articolo 7, comma 3, lettera a), realizzati nei programmi urbani complessi, occorre essere in una delle seguenti condizioni:

a) cittadini italiani o dei Paesi che aderiscono all'Unione europea;

b) cittadini extra-comunitari che sono in possesso del permesso di soggiorno da almeno 3 anni.”.

Art. 26

(Integrazione all'articolo 69)

1. Dopo il comma 12 dell'articolo 69 della l.r. 11/2005 è aggiunto il seguente:

“12 bis. Fino alla approvazione del piano comunale dei servizi di cui all'articolo 5, i Comuni utilizzano le somme ricavate dall'applicazione degli articoli 60, comma 5 e 61, comma 7 della l.r. 27/2000 per la realizzazione e la gestione dei servizi di cui all'articolo 5, comma 2. Tale possibilità decade ventiquattro mesi dopo la pubblicazione, nel Bollettino Ufficiale della Regione del regolamento

regionale, di cui all'articolo 62, comma 1, lettera a).”.

TITOLO V
DISPOSIZIONI TRANSITORIE
FINALI E FINANZIARIE

Art. 27
(Norme transitorie e finali)

1. La Giunta regionale, sentito il Consiglio delle autonomie locali, adotta entro novanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge atti di indirizzo concernenti:

a) la definizione di linee guida per la redazione del quadro strategico di valorizzazione di cui all'articolo 4, comma 3;

b) la definizione degli indicatori delle condizioni di degrado edilizio, socio-economico e urbanistico-ambientale, di cui all'articolo 7, comma 3.

2. Le disposizioni della presente legge, prevalgono su quelle degli strumenti urbanistici generali, del Piano territoriale di coordinamento provinciale (PTCP) di cui alla legge regionale 10 aprile 1995, n. 28 (Norme in materia di strumenti di pianificazione territoriale e urbanistica) e dei regolamenti comunali, compresi quelli in materia di commercio in sede fissa, su aree pubbliche, pubblici esercizi, distribuzione di giornali e riviste, distribuzione carburanti, turismo e artigianato.

3. Gli atti adottati dal Comune ai sensi dell'articolo 7, comma 1, dell'articolo 8, commi 1, 2, 4 e 5, dell'articolo 9, comma 1 nonché

dell'articolo 10, comma 4 sono comunicati semestralmente alla Regione ed alla Provincia competente ai fini di consentire la conoscenza ed il continuo aggiornamento dei dati relativi agli interventi all'interno dei centri storici e delle conseguenti trasformazioni territoriali.

Art. 28
(Fondo di garanzia)

1. La Regione promuove la costituzione di un fondo di garanzia per la prestazione di garanzie sussidiarie tese ad agevolare l'accesso al credito degli operatori commerciali, artigianali e turistici interessati dalla presente legge.

Art. 29
(Clausola valutativa)

1. Alla scadenza del secondo anno dall'entrata in vigore della presente legge, e successivamente ogni due anni, la Giunta regionale presenta al Consiglio regionale una relazione sullo stato di attuazione della stessa rispetto al conseguimento degli obiettivi posti dagli articoli 1 e 3.

2. La relazione di cui al comma 1 dovrà anche contenere:

a) l'elenco dei Comuni che hanno redatto il quadro strategico di valorizzazione specificando lo stato di attuazione dello stesso anche in riferimento alle risorse economiche e finanziarie previste ed erogate;

b) l'indicazione delle criticità incontrate da parte dei Comuni nella fase di redazione ed attuazione del quadro strategico di valorizzazione;

c) gli eventuali ambiti di rivitalizzazione prioritaria delimitati dai Comuni e gli interventi realizzati al loro interno specificando le quantità edificatorie premiali riconosciute ai privati.

3. Alla scadenza del quarto anno dall'entrata in vigore della presente legge, e successivamente ogni due anni, la Giunta regionale trasmette al Consiglio regionale una relazione che evidenzi gli effetti prodotti dalla legge con riferimento ai seguenti aspetti:

a) incremento della popolazione residente;

b) apertura e stabilizzazione di nuove attività commerciali, artigianali turistico-ricettive con riferimento al saldo fra entrate e uscite dal mercato;

c) andamento dei flussi turistici;

d) il livello di sicurezza raggiunto negli spazi pubblici o aperti al pubblico ponendo in evidenza l'andamento statistico dei reati.

La relazione altresì porrà in evidenza le criticità eventualmente emerse in fase di attuazione dei programmi, azioni ed interventi, in relazione agli obiettivi programmati e agli obiettivi raggiunti, quali le possibili cause di scostamento, tenuto conto degli orientamenti espressi dagli operatori del settore coinvolti, dai consumatori e dai cittadini circa l'efficacia delle risposte offerte ai loro bisogni.

Art. 30 (Norma finanziaria)

1. Per gli interventi di cui all'articolo 4, comma 6 e all'articolo 5, comma 3 è autorizzata, per l'anno 2008, la spesa di euro 200.000,00, da

iscrivere, in termini di competenza e cassa, nella Unità previsionale di base 03.1.006 di nuova istituzione denominata “Politiche integrate per i centri storici” (Cap. 5824 N.I.).

2. Al finanziamento degli oneri derivanti dagli interventi di rivitalizzazione, riqualificazione e valorizzazione dei centri storici di cui alla presente legge, si fa fronte con fondi di cui alle leggi regionali 13/1997, 46/1997 e 24/1999, nonché con fondi comunitari, statali o regionali disposti annualmente a valere sulle leggi regionali dei settori di intervento.

3. Al finanziamento dell'onere di cui al comma 1 si fa fronte, per l'esercizio 2008:

a) quanto ad euro 100.000,00 con riduzione dello stanziamento esistente nella Unità previsionale di base 16.1.001 del bilancio di previsione 2008 denominata “Fondi speciali per spese correnti” in corrispondenza del punto 4, lettera A), della tabella A della legge regionale 26 marzo 2008, n. 4;

b) quanto ad euro 100.000,00 con riduzione dello stanziamento esistente nella Unità previsionale di base 16.1.001 del bilancio di previsione 2007 denominata “Fondi speciali per spese correnti” in corrispondenza del punto 2, lettera A), della tabella A della legge regionale 29 marzo 2007, n. 7.

4. La disponibilità relativa all'anno 2007 di cui al precedente comma 3 è iscritta nella competenza dell'anno 2008 in attuazione dell'articolo 29, comma 4 della legge regionale 28 febbraio 2000, n. 13.

5. Per gli anni 2009 e successivi l'entità della

spesa è determinata annualmente con la legge finanziaria regionale, ai sensi dell'articolo 27, comma 3, lettera c) della vigente legge regionale di contabilità.

6. La Giunta regionale, a norma della vigente legge regionale di contabilità, è autorizzata ad apportare le conseguenti variazioni di cui ai precedenti commi, sia in termini di competenza che di cassa.

La presente legge regionale sarà pubblicata nel Bollettino Ufficiale della Regione.

È fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e di farla osservare come legge della Regione Umbria.

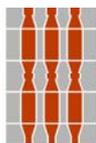
Data a Perugia, 10 luglio 2008

LORENZETTI

LAVORI PREPARATORI

Disegno di legge:

- di iniziativa della Giunta regionale su proposta degli assessori Rometti e Giovannetti, deliberazione 16 luglio 2007, n. 1237, atto consiliare n. 965 (VIII Legislatura);
- assegnato, per competenza in sede redigente, ai sensi dell'art. 37 dello Statuto regionale, alla II Commissione consiliare permanente "Attività economiche e governo del territorio" e, per competenza in sede consultiva, alla I Commissione consiliare permanente "Affari istituzionali e comunitari" il 3 settembre 2007;
- esaminato dalla II Commissione consiliare permanente secondo il procedimento ordinario;
- licenziato dalla II Commissione consiliare permanente il 23 giugno 2008, con parere e relazioni illustrate oralmente dal consigliere Tomassoni per la maggioranza e dal consigliere Fronduti per la minoranza (Atto n. 965/BIS);
- esaminato ed approvato dal Consiglio regionale, con emendamenti, nella seduta del 1 luglio 2008, deliberazione n. 252.



Regione Umbria

Giunta Regionale

Direzione Affari generali della Presidenza
e della Giunta regionale

Servizio Segreteria della Giunta
e attività giuridico-legislative

Sezione Norme regionali, decreti, atti consiliari
e rapporti con il Consiglio regionale

L.R. 10 luglio 2008, n. 12

AVVERTENZA – Il testo della legge viene pubblicato con l’aggiunta delle note redatte dalla Direzione Affari generali della Presidenza e della Giunta regionale (Servizio Segreteria della Giunta e attività giuridico-legislative – Sezione Norme regionali, decreti, atti consiliari e rapporti con il Consiglio regionale), ai sensi dell’art. 8, commi 1, 3 e 4 della legge regionale 20 dicembre 2000, n. 39, al solo scopo di facilitare la lettura delle disposizioni di legge modificate o alle quali è operato il rinvio. Restano invariati il valore e l’efficacia degli atti legislativi qui trascritti.

NOTE

Note all’art. 1:

- Il testo dell’art. 11, comma 8, della legge regionale 16 aprile 2005, n. 21, recante “Nuovo Statuto della Regione Umbria” (pubblicata nell’E.S. al B.U.R. 18 aprile 2005, n. 17), è il seguente:

«Art. 11
Ambiente, cultura e turismo.

Omissis.

8. La Regione assume tra le proprie finalità la qualificazione dell’ambiente urbano, favorendo a tal fine il recupero e la rivitalizzazione dei centri storici.»

- Il testo dell’art. 21 della legge regionale 3 agosto 1999, n. 24, recante “Disposizioni in materia di commercio in attuazione del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114” (pubblicata nel S.O. n. 1 al B.U.R. 11 agosto 1999, n. 44), come modificato ed integrato dalla legge regionale 7 dicembre 2005, n. 26 (in S.O. al B.U.R. 14 dicembre 2005, n. 52), è il seguente:

«Art. 21
Interventi per la valorizzazione dei centri storici.

1. Ai fini di preservare, rilanciare e potenziare la funzione tipica del commercio nel centro storico ed il suo ruolo di polo primario

di aggregazione della vita sociale, i comuni, entro 8 mesi dall'entrata in vigore della presente legge, si dotano di uno strumento di intervento per il centro storico, previo espletamento della procedura di cui all'art. 19, comma 2, integrato con le specifiche misure di agevolazione tributaria e di sostegno finanziario di cui all'art. 10, comma 1, lettera b), del decreto, nei limiti della programmazione e delle disponibilità di bilancio.

2. Lo strumento può essere articolato come:

a) specifico strumento di gestione del fenomeno distributivo nel centro storico;

b) sezione specifica, allegata al piano per le medie strutture di vendita;

c) componente di un intervento pluridisciplinare o progetto integrato o piano d'area nel quale più problematiche del centro storico vengono contestualmente affrontate.

3. Lo strumento di intervento di cui al comma 1, previa ricognizione ed approfondimento delle problematiche della distribuzione commerciale nel centro storico e delle interrelazioni esistenti con le altre componenti territoriali, economiche e sociali, detta specifici criteri di sviluppo, potenziamento e rivitalizzazione della distribuzione, avendo come obiettivo la crescita, ricambio e diversificazione delle attività, in raccordo con gli strumenti urbanistici comunali.

3-bis. Le amministrazioni comunali devono prevedere nello strumento di rivitalizzazione del centro storico, sulla base della ricognizione di cui al comma 3, disposizioni che incentivino la permanenza di esercizi storici, come definiti in un apposito atto a ciò dedicato, e che agevolino il ritorno delle merceologie scarsamente presenti.».

- La legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11, recante “Norme in materia di governo del territorio: pianificazione urbanistica comunale”, è pubblicata nel S.O. n. 1 al B.U.R. 9 marzo 2005, n. 11.
- La legge regionale 11 aprile 1997, n. 13, recante “Norme in materia di riqualificazione urbana”, è pubblicata nel B.U.R. 16 aprile 1997, n. 19.

Note all'art. 2, comma 1, lett. a):

- Il testo dell'art. 29 della legge regionale 24 marzo 2000, n. 27, recante “Piano urbanistico territoriale” (pubblicata nel S.S. al B.U.R. 31 maggio 2000, n. 31), è il seguente:

«Art. 29

Insediamenti di valore storico culturale.

1. Il P.U.T. indica nelle carte n. 23, 24, 25, 26 e 27:

a) i siti di maggiore rilevanza espressivi della storia degli insediamenti umani in Umbria;

b) la rete della infrastrutturazione storica del territorio;

c) le aree già vincolate ai sensi della legge 29 giugno 1939, n. 1497 e della legge 8 agosto 1985, n. 431, zone archeologiche.

2. Il P.U.T., al fine di salvaguardarne l'integrità ambientale come bene unitario, riconosce valore estetico culturale e pregio ambientale ai siti delle abbazie benedettine indicate nella carta n. 28.

3. Il P.U.T. riconosce quali zone di interesse archeologico le aree corrispondenti al percorso dell'antica via Flaminia e delle relative diramazioni, indicate nella carta n. 28. La Giunta regionale per favorire la valorizzazione archeologica dell'Antica via Flaminia e delle relative diramazioni promuove studi finalizzati alla precisa individuazione dei tracciati e riserva, nell'ambito dei programmi di settore, adeguate risorse finanziarie alla loro qualificazione.

4. I comuni per le zone di tipo «A» di cui al D.M. 2 aprile 1968, [n. 1444], individuate negli strumenti urbanistici generali definiscono le normative tecniche e di settore per garantire la valorizzazione, la tutela e la riqualificazione degli aspetti storici, architettonici ed artistici presenti. Fino alla approvazione del PRG ai sensi della legge regionale 21 ottobre 1997, n. 31, gli interventi edilizi nelle zone «A», così come individuate negli strumenti urbanistici generali alla data di entrata in vigore della stessa legge regionale sono autorizzati previo parere della Commissione edilizia come integrata ai sensi dell'art. 39, comma 2 della legge regionale n. 31/1997.

5. Negli interventi di recupero edilizio, all'interno degli insediamenti di cui al presente articolo, deve essere conservata l'originaria immagine storica degli edifici e il loro principale impianto tipologico strutturale.».

- Si riporta il testo dell'art. 2 del decreto ministeriale 2 aprile 1968, n. 1444, recante “Limiti inderogabili di densità edilizia, di altezza, di distanza fra i fabbricati e rapporti massimi tra spazi destinati agli insediamenti residenziali e produttivi e spazi pubblici o riservati alle attività collettive, al verde pubblico o a parcheggi da osservare ai fini della formazione dei nuovi strumenti urbanistici o della revisione di quelli esistenti, ai sensi dell'art. 17 della L. 6 agosto 1967, n. 765” (pubblicato nella G.U. 16 aprile 1968, n. 97):

«2. Zone territoriali omogenee.

Sono considerate zone territoriali omogenee, ai sensi e per gli effetti dell'art. 17 della legge 6 agosto 1967, n. 765 :

A) le parti del territorio interessate da agglomerati urbani che rivestono carattere storico, artistico o di particolare pregio ambientale o da porzioni di essi, comprese le aree circostanti, che possono considerarsi parte integrante, per tali caratteristiche, degli agglomerati stessi;

B) le parti del territorio totalmente o parzialmente edificate, diverse dalle zone A): si considerano parzialmente edificate le zone in cui la superficie coperta degli edifici esistenti non sia inferiore al 12,5% (un ottavo) della superficie fondiaria della zona e nelle quali la densità territoriale sia superiore ad 1,5 mc/mq;

C) le parti del territorio destinate a nuovi complessi insediativi, che risultino inedificate o nelle quali la edificazione preesistente non raggiunga i limiti di superficie e densità di cui alla precedente lettera B);

D) le parti del territorio destinate a nuovi insediamenti per impianti industriali o ad essi assimilati;

E) le parti del territorio destinate ad usi agricoli, escluse quelle in cui - fermo restando il carattere agricolo delle stesse - il frazionamento delle proprietà richieda insediamenti da considerare come zone C);

F) le parti del territorio destinate ad attrezzature ed impianti di interesse generale.».

Nota all'art. 4, comma 3, lett. i):

- La deliberazione della Giunta regionale 19 marzo 2007, n. 420, recante “ Disciplina interventi recupero patrimonio edilizio esistente, art. 45, comma 1, lettera b), L.R. n. 1/2004 con il Repertorio dei tipi e elementi ricorrenti nell'edilizia tradizionale”, è pubblicata nel S.O. n. 1 al B.U.R. 24 aprile 2007, n. 18.

Note all'art. 5, commi 1, lett. b), c) e d) e 3:

- Il testo degli artt. 3, comma 1, 19, comma 5 bis e 20, della legge regionale 3 agosto 1999, n. 24 (si vedano le note all'art. 1), è il seguente:

«Art. 3
Classificazione dei comuni.

1. Ai fini dell'applicazione dei limiti dimensionali di cui all'art. 4, comma 1, lettere d), e) ed f) del decreto, nonché di ogni altra disposizione contenuta nella presente legge che faccia riferimento a categorie dimensionali-economiche dei comuni, gli stessi sono suddivisi nelle seguenti classi:

- Classe I - Comprendente i comuni con popolazione superiore a 50.000 abitanti;
- Classe II - Comprendente i comuni con popolazione compresa tra 10.000 e 50.000 abitanti;
- Classe III - Comprendente i comuni con popolazione compresa tra 3.000 e 10.000 abitanti;
- Classe IV - Comprendente i comuni con popolazione inferiore a 3.000 abitanti.

Omissis.

Art. 19
Strumenti di promozione.

Omissis.

5-bis. Le autorizzazioni per medie strutture di vendita possono essere rilasciate solo se previste nell'apposito strumento di promozione di cui al presente articolo, salve le ipotesi di accorpamento o concentrazione di cui all'articolo 20, comma 4.

Art. 20
Autorizzazioni per medie strutture di vendita.

1. I comuni rilasciano le autorizzazioni all'apertura, all'accorpamento, al trasferimento o all'ampliamento merceologico o di superficie di medie strutture di vendita sulla base dei criteri fissati nell'apposito strumento di promozione, nonché dei criteri di cui al presente articolo, disposti ai sensi dell'art. 8, comma 1, del decreto.

2. Ai sensi dell'art. 10, comma 2, del decreto, salvo diversa e motivata regolamentazione del Comune in sede di strumento di indirizzo e promozione delle medie strutture di vendita, tra più domande concorrenti tendenti all'apertura di una media struttura di vendita, hanno priorità quelle che prevedono la concentrazione di almeno due preesistenti medie strutture di vendita, in attività da almeno tre anni, sempre che sussistano le medesime condizioni previste all'art. 14, comma 3, per le grandi strutture di vendita.

3. Ai sensi dell'art. 10, comma 3 del decreto, l'ampliamento di superficie di una media struttura di vendita è sempre concesso qualora concorrano tutte le seguenti condizioni:

- a) l'ampliamento avvenga per concentrazione o accorpamento di esercizi commerciali in attività da almeno cinque anni al momento della domanda, conteggiati per il valore di novanta mq. o centocinquanta mq. ciascuno, a seconda della classe di appartenenza del comune, o per la superficie effettiva, se maggiore;
- b) l'ampliamento non superi i limiti dimensionali massimi previsti per il tipo di media struttura interessata, M1 o M2, in relazione alla classe di appartenenza del Comune;
- c) la domanda sia accompagnata da impegno di reimpiego del personale già operante negli esercizi commerciali da concentrare o accorpate.

4. L'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita è rilasciata qualora sia frutto di accorpamento o concentrazione di più esercizi in attività da almeno cinque anni al momento della domanda, sempre che la somma delle superfici cessate sia pari ad almeno il cento per cento della superficie di vendita della nuova struttura, o ad almeno il settanta per cento in caso di reimpiego del personale, conteggiate per il valore di novanta mq. o centocinquanta mq. ciascuno, a seconda della classe di appartenenza del comune, o per la superficie effettiva, se maggiore.

5. [L'ampliamento della superficie di vendita delle medie strutture è sempre concesso nel limite del 10 per cento biennale in più per la tipologia M1 e del 5 per cento biennale in più per la tipologia M2. L'incremento è concesso per non più di due bienni e sempre che non venga superato il limite minimo della categoria G1] *Abrogato.*

6. È in facoltà dei comuni prevedere, quale condizione o titolo di priorità per l'acquisizione di autorizzazioni per medie strutture di vendita, il reimpiego del personale, autonomo o dipendente, operante in esercizi di vicinato accorpati o comunque entro un'area di attrazione determinata dal Comune.

7. La trasformazione di un esercizio di vicinato in una media struttura di vendita o di medie strutture di vendita dalla tipologia M1 alla tipologia M2, ed eventuali suddivisioni di quest'ultima, va prevista nello strumento di cui all'articolo 19 e va calcolata all'interno del numero delle autorizzazioni rilasciabili.

8. È in facoltà dei comuni prevedere apposite disposizioni di favore o di semplificazione procedurale per l'aggiunta di settore merceologico alle medie strutture di vendita che siano in attività da almeno tre anni.

8-bis. L'ampliamento di superficie di una media struttura di vendita è sempre concesso ai sensi e nel rispetto di quanto previsto all'articolo 15, comma 5.».

- Si riporta il testo degli artt. 3 e 5, comma 1, lett. a), b) e d), della legge 25 agosto 1991, n. 287, recante "Aggiornamento della normativa sull'insediamento e sull'attività dei pubblici esercizi" (pubblicata nell G.U. 3 settembre 1991, n. 206):

«3. Rilascio delle autorizzazioni.

1. L'apertura e il trasferimento di sede degli esercizi di somministrazione al pubblico di alimenti e di bevande, comprese quelle alcoliche di qualsiasi gradazione, sono soggetti ad autorizzazione, rilasciata dal sindaco del comune nel cui territorio è ubicato l'esercizio, sentito il parere della commissione competente ai sensi dell'articolo 6, con l'osservanza dei criteri e parametri di cui al comma 4 del presente articolo e a condizione che il richiedente sia iscritto nel registro di cui all'articolo 2. Ai fini del rilascio dell'autorizzazione il sindaco accerta la conformità del locale ai criteri stabiliti con decreto del Ministro dell'interno, ovvero si riserva di verificarne la sussistenza quando ciò non sia possibile in via preventiva. Il sindaco, inoltre, accerta l'adeguata sorvegliabilità dei locali oggetto di concessione edilizia per ampliamento.

2. L'autorizzazione ha validità fino al 31 dicembre del quinto anno successivo a quello del rilascio, è automaticamente rinnovata se non vi sono motivi ostativi e si riferisce esclusivamente ai locali in essa indicati.

3. Ai fini dell'osservanza del disposto di cui all'articolo 4 del decreto-legge 9 dicembre 1986, n. 832, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 febbraio 1987, n. 15, i comuni possono assoggettare a vidimazione annuale le autorizzazioni relative agli esercizi di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande ubicati in aree a particolare interesse storico e artistico.

4. Sulla base delle direttive proposte dal Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato - dopo aver sentito le organizzazioni nazionali di categoria maggiormente rappresentative - e deliberate ai sensi dell'articolo 2, comma 3,

lettera d), della legge 23 agosto 1988, n. 400, le regioni - sentite le organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative, a livello regionale - fissano periodicamente criteri e parametri atti a determinare il numero delle autorizzazioni rilasciabili nelle aree interessate. I criteri e i parametri sono fissati in relazione alla tipologia degli esercizi tenuto conto anche del reddito della popolazione residente e di quella fluttuante, dei flussi turistici e delle abitudini di consumo extradomestico.

5. Il comune, in conformità ai criteri e ai parametri di cui al comma 4, sentita la commissione competente ai sensi dell'articolo 6, stabilisce, eventualmente anche per singole zone del territorio comunale, le condizioni per il rilascio delle autorizzazioni.

6. I limiti numerici determinati ai sensi del comma 4 non si applicano per il rilascio delle autorizzazioni concernenti la somministrazione di alimenti e di bevande:

a) al domicilio del consumatore;

b) negli esercizi annessi ad alberghi, pensioni, locande o ad altri complessi ricettivi, limitatamente alle prestazioni rese agli alloggiati;

c) negli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell'interno di stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime;

d) negli esercizi di cui all'articolo 5, comma 1, lettera c), nei quali sia prevalente l'attività congiunta di trattenimento e svago;

e) nelle mense aziendali e negli spacci annessi ai circoli cooperativi e degli enti a carattere nazionale le cui finalità assistenziali sono riconosciute dal Ministero dell'interno;

f) esercitata in via diretta a favore dei propri dipendenti da amministrazioni, enti o imprese pubbliche;

g) in scuole; in ospedali; in comunità religiose; in stabilimenti militari, delle forze di polizia e del Corpo nazionale dei vigili del fuoco;

h) nei mezzi di trasporto pubblico.

7. Le attività di somministrazione di alimenti e di bevande devono essere esercitate nel rispetto delle vigenti norme, prescrizioni e autorizzazioni in materia edilizia, urbanistica e igienica-sanitaria, nonché di quelle sulla destinazione d'uso dei locali e degli edifici, fatta salva l'irrogazione delle sanzioni relative alle norme e prescrizioni violate.

5. Tipologia degli esercizi.

1. Anche ai fini della determinazione del numero delle autorizzazioni rilasciabili in ciascun comune e zona, i pubblici esercizi di cui alla presente legge sono distinti in:

a) esercizi di ristorazione, per la somministrazione di pasti e di bevande, comprese quelle aventi un contenuto alcolico superiore al 21 per cento del volume, e di latte (ristoranti, trattorie, tavole calde, pizzerie, birrerie ed esercizi similari);

b) esercizi per la somministrazione di bevande, comprese quelle alcoliche di qualsiasi gradazione, nonché di latte, di dolci, compresi i generi di pasticceria e gelateria, e di prodotti di gastronomia (bar, caffè, gelaterie, pasticcerie ed esercizi similari);

Omissis;

d) esercizi di cui alla lettera b), nei quali è esclusa la somministrazione di bevande alcoliche di qualsiasi gradazione.

Omissis.».

- Per il testo vigente dell'art. 10 della legge regionale 3 agosto 1999, n. 24, si veda la nota all'art. 22.
- Per il testo vigente dell'art. 24 della legge regionale 3 agosto 1999, n. 24, si veda la nota all'art. 23.

Note all'art. 6:

- Il testo degli artt. 3, comma 1, lett. d), 33, commi 3 e 4, 35, 38 e 41, della legge regionale 18 febbraio 2004, n. 1, recante "Norme per l'attività edilizia" (pubblicata nel S.O. n. 1 al B.U.R. 25 febbraio 2004, n. 8), è il seguente:

«Art. 3 Definizioni.

1. Ai fini della presente legge si intendono per:

Omissis;

d) «interventi di ristrutturazione edilizia», gli interventi rivolti a trasformare gli organismi edilizi mediante un insieme sistematico di opere che possono portare a un organismo edilizio in tutto o in parte diverso dal precedente. Tali interventi comprendono la sostituzione degli elementi costitutivi dell'edificio, l'eliminazione, la modifica e l'inserimento di nuovi elementi e impianti, la modifica o realizzazione di aperture anche esterne, nonché la modifica del numero delle unità immobiliari e delle superfici utili interne. Nell'ambito degli interventi di ristrutturazione edilizia sono ricompresi anche quelli consistenti nella demolizione e ricostruzione con la stessa volumetria, sagoma e area di sedime preesistenti, fatte salve le sole innovazioni necessarie per l'adeguamento alla normativa antisismica, per gli interventi di prevenzione sismica e per l'installazione di impianti tecnologici;

Omissis.

Art. 33 Mutamenti della destinazione d'uso degli immobili e titolo abilitativo.

Omissis.

3. Il passaggio tra le diverse destinazioni prevalenti e/o compatibili di cui al comma 1, sia esso realizzato con o senza opere edilizie, costituisce modifica alla destinazione d'uso in atto nell'edificio o nella singola unità immobiliare.

4. Per gli interventi di cui al comma 3 il titolo abilitativo richiesto è:

a) la denuncia di inizio attività, nel caso di modifica della destinazione d'uso o di attività agrituristiche, realizzate senza opere edilizie;

b) il permesso di costruire o la denuncia di inizio attività, in relazione all'intervento edilizio da effettuare con opere, al quale è connessa la modifica della destinazione d'uso.

Omissis.

Art. 35 Interventi edilizi consentiti sugli edifici.

1. Gli interventi di cui all'articolo 34 possono comportare l'apertura di finestre, lucernai, abbaini e terrazzi per assicurare l'osservanza dei requisiti di aereoilluminazione, a condizione che siano particolarmente curate le possibili soluzioni progettuali in funzione dell'aspetto e della qualità architettonica e tipologica dell'edificio.

2. Ai soli fini del raggiungimento delle altezze interne minime di cui all'articolo 34, comma 1, lettera b), è consentita la modifica, anche parziale, delle quote di imposta e del colmo delle falde di copertura purché la loro pendenza, in valore percentuale, sia contenuta tra il venticinque e il trentacinque per cento.

3. Gli interventi di cui al comma 2 sono consentiti anche in deroga ai limiti di densità edilizia e di altezza massima previsti dagli strumenti urbanistici generali o attuativi, purché tali incrementi siano compresi entro il limite del cinque per cento rispetto al totale dell'edificio esistente e a condizione che gli interventi medesimi siano compatibili con le caratteristiche

storiche e architettoniche dell'edificio, nonché con le limitazioni imposte da specifici vincoli di carattere monumentale e/o paesistico o da norme in materia di sicurezza, in base ai quali il comune può disporre il diniego degli interventi del presente articolo. Relativamente agli interventi nelle zone agricole l'incremento di volume di cui al presente comma deve essere contenuto entro i limiti di ampliamento consentiti dall'articolo 8, comma 7 della L.R. n. 53/1974.

Art. 38

Soluzioni di architettura bioclimatica.

1. Ai fini del calcolo della volumetria e delle superfici urbanistiche di un edificio destinato ad uso residenziale, servizi o ricettivo, sono esclusi dal computo le seguenti superfici e volumi finalizzati espressamente all'ottenimento di comfort ambientale e risparmio energetico attraverso il miglioramento della coibentazione e la captazione diretta dell'energia solare:

a) verande e serre solari non riscaldate disposte nei fronti da sudest a sudovest, con funzione di captazione solare, che abbiano la superficie esterna, riferita a pareti e copertura, vetrata per almeno il settanta per cento. Il volume o la superficie delle serre non può superare il venti per cento del volume o della superficie dell'intero edificio;

b) spazi collettivi interni coperti o racchiusi da vetrate quali corti chiuse, spazi condominiali coperti e climatizzati naturalmente, progettati al fine di migliorare il microclima del complesso edilizio, con incidenza fino ad un massimo pari al venticinque per cento del totale della superficie coperta dell'intero fabbricato.

2. La finalità e la funzionalità dei volumi elencati al comma 1 devono essere dimostrate in una specifica relazione, firmata da un tecnico, contenente il calcolo dell'energia risparmiata per l'intero edificio attraverso la realizzazione dell'opera, nonché la verifica del benessere termoigrometrico durante tutto l'arco dell'anno.

3. È fatto salvo comunque il rispetto di eventuali limiti imposti dall'esistenza di specifici vincoli storici, ambientali e paesistici, nonché di norme igienico sanitarie.

4. Le norme del presente articolo e dell'articolo 37 si applicano anche ai fini del calcolo della volumetria e delle superfici urbanistiche per la determinazione del contributo di costruzione e degli standard urbanistici.

Art. 41

Interventi edilizi di prevenzione sismica degli edifici.

1. Al fine di favorire interventi di prevenzione sismica del patrimonio edilizio esistente, realizzati con le modalità previste dal regolamento regionale 15 luglio 2003, n. 9, sono consentiti interventi necessari per ridurre il livello di vulnerabilità sismica dell'isolato che comportino:

a) incremento di volumetria e di altezza, in misura non superiore al dieci per cento di quella dell'edificio esistente, con esclusione degli interventi da realizzare nelle zone di tipo A ed E, di cui al D.M. n. 1444/1968;

b) incremento di altezza, per la realizzazione di interventi strutturali di prevenzione sismica, negli edifici situati nelle zone di tipo A ed E di cui al D.M. n. 1444/1968, purché tale incremento non sia superiore a trenta centimetri e l'intervento sia compatibile con le caratteristiche storiche ed architettoniche dell'edificio;

c) riduzione della distanza di eventuali nuove opere strutturali dal confine di proprietà e da edifici antistanti, in misura non superiore all'otto per cento della distanza esistente o possibilità di confermare la distanza esistente, se inferiore a quella minima, in caso di incremento dell'altezza degli edifici, fatte salve le norme del codice civile e del codice della strada.

2. Gli interventi di cui al comma 1 non sono computati ai fini del calcolo della volumetria, delle superfici, delle altezze e delle

distanze. Il titolo abilitativo è rilasciato dal comune, anche in difformità dalle norme degli strumenti urbanistici e dei regolamenti edilizi comunali, fatte salve eventuali limitazioni imposte da specifici vincoli storici, ambientali, paesistici, igienico sanitari e di sicurezza.

3. Agli interventi previsti al comma 1 non si applicano le disposizioni in materia di densità edilizia ed altezza per le edificazioni nelle zone di tipo E, di cui al D.M. n. 1444/1968, previste dalle vigenti normative regionali, nonché l'articolo 16 della L.R. n. 31/1997, in materia di obbligatorietà del piano attuativo.».

- Per la deliberazione della Giunta regionale 19 marzo 2007, n. 420, si veda la nota all'art. 4, comma 3, lett. i).
- Si riporta il testo dell'art. 27, comma 5, della legge 1 agosto 2002, n. 166, recante "Disposizioni in materia di infrastrutture e trasporti" (pubblicata nel S.O. alla G.U. 3 agosto 2002, n. 181):

«27. Programmi di riabilitazione urbana.

Omissis.

5. Il concorso dei proprietari rappresentanti la maggioranza assoluta del valore degli immobili in base all'imponibile catastale, ricompresi nel piano attuativo, è sufficiente a costituire il consorzio ai fini della presentazione al comune delle proposte di realizzazione dell'intervento e del relativo schema di convenzione. Successivamente il sindaco, assegnando un termine di novanta giorni, diffida i proprietari che non abbiano aderito alla formazione del consorzio ad attuare le indicazioni del predetto piano attuativo sottoscrivendo la convenzione presentata. Decorso infruttuosamente il termine assegnato, il consorzio consegue la piena disponibilità degli immobili ed è abilitato a promuovere l'avvio della procedura espropriativa a proprio favore delle aree e delle costruzioni dei proprietari non aderenti. L'indennità espropriativa, posta a carico del consorzio, in deroga all'articolo 5-bis del decreto-legge 11 luglio 1992, n. 333, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 agosto 1992, n. 359, deve corrispondere al valore venale dei beni espropriati diminuito degli oneri di urbanizzazione stabiliti in convenzione. L'indennità può essere corrisposta anche mediante permutate di altre proprietà immobiliari site nel comune.».

- Il testo dell'art. 24 della legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11 (si vedano le note all'art. 1), è il seguente:

«Art. 24

Adozione e approvazione del piano attuativo.

1. Il comune comunica al richiedente, entro dieci giorni dal ricevimento della domanda, il nominativo del responsabile del procedimento ai sensi degli articoli 4 e 5 della L. n. 241/1990 e successive modificazioni.

2. Il responsabile del procedimento, qualora accerti l'incompletezza degli elaborati del piano attuativo previsti dalle relative normative, dichiara con apposito atto l'irricevibilità della domanda. Qualora accerti la necessità di applicare la valutazione d'impatto ambientale di cui alla legge regionale 9 aprile 1998, n. 11, oppure la valutazione di incidenza di cui al decreto del Presidente della Repubblica 8 settembre 1997, n. 357, oltre a dichiarare l'irricevibilità della domanda, consegna contemporaneamente all'interessato la dichiarazione di cui all'articolo 5, comma 2, lettera e), della L.R. n. 11/1998, qualora ne sussistano le condizioni.

3. Il piano attuativo è adottato dal comune ed è depositato presso gli uffici comunali fino alla scadenza di cui al comma 5. Nella

deliberazione di adozione è dichiarata la eventuale sussistenza dei requisiti di piano attuativo con previsioni planovolumetriche anche ai fini dell'applicazione dell'art. 20, comma 1, lettera a), della L.R. n. 1/2004.

4. L'avviso dell'effettuato deposito è pubblicato nel Bollettino Ufficiale della Regione e successivamente è affisso all'albo pretorio del comune con gli estremi della pubblicazione nel Bollettino Ufficiale della Regione. Lo stesso può essere reso noto anche attraverso altre forme di pubblicità.

5. Entro quindici giorni dalla data di pubblicazione dell'avviso nel Bollettino Ufficiale della Regione, chiunque può presentare osservazioni e opposizioni al piano attuativo.

6. Le osservazioni e le opposizioni sono depositate presso gli uffici comunali e chiunque può prenderne visione ed estrarne copia.

7. Entro i dieci giorni successivi alla scadenza del termine per la presentazione delle osservazioni e opposizioni, chiunque ne abbia interesse può presentare repliche.

8. Il regolamento comunale può prevedere l'adozione da parte della Giunta comunale dei piani attuativi.

9. Il comune, in sede di adozione del piano attuativo e tenuto conto della relazione geologica, idrogeologica e geotecnica, relativa alle aree interessate, nonché degli studi di microzonazione sismica di dettaglio nei casi previsti dalle normative vigenti, esprime parere ai fini dell'articolo 89 del D.P.R. n. 380/2001 ed ai fini idrogeologici e idraulici, sentito il parere della commissione comunale per la qualità architettonica ed il paesaggio.

10. Il piano attuativo è approvato dal comune previa valutazione delle osservazioni, delle opposizioni, delle repliche presentate e delle eventuali osservazioni conseguenti alla verifica di cui all'articolo 25.

11. Il piano attuativo è approvato previo parere vincolante della provincia, da rendersi entro il termine perentorio di trenta giorni dalla richiesta, limitatamente alle zone sottoposte ai vincoli di cui al D.Lgs. n. 42/2004 ed alle aree o immobili di cui all'articolo 4, comma 2, della L.R. n. 1/2004.

12. L'accoglimento delle osservazioni e delle opposizioni non comporta una nuova pubblicazione del piano attuativo ai fini di ulteriori osservazioni.

13. L'approvazione di piani attuativi di iniziativa privata, conformi alle norme ed agli strumenti urbanistici generali vigenti o adottati, deve intervenire entro il termine di novanta giorni a decorrere dalla data di presentazione dell'istanza corredata degli elaborati previsti dalle relative normative e dal regolamento edilizio comunale. Qualora vi sia necessità di preventivi pareri o nulla-osta, il termine di novanta giorni decorre dalla data in cui tali atti sono acquisiti. Il responsabile del procedimento può convocare, anche su richiesta del proponente, ai fini dell'acquisizione di pareri o nulla-osta una conferenza di servizi ai sensi degli articoli 14, 14-bis, 14-ter, 14-quater della legge 7 agosto 1990, n. 241.

14. Il termine di novanta giorni di cui al comma 13 può essere interrotto una sola volta dal responsabile del procedimento, entro quindici giorni dalla presentazione della domanda, esclusivamente per la motivata richiesta di documenti che integrino o completino la documentazione presentata e che non siano già nella disponibilità dell'amministrazione. In tal caso il termine di novanta giorni decorre dalla data di ricezione della documentazione integrativa.

15. I piani attuativi di iniziativa pubblica sono predisposti entro centottanta giorni dalla data in cui l'amministrazione comunale ha assunto formalmente l'impegno di procedere alla loro redazione; l'adozione avviene nei successivi novanta giorni. L'approvazione del piano attuativo di iniziativa pubblica deve intervenire nei quarantacinque giorni successivi alla scadenza del termine per le osservazioni, le opposizioni e le repliche.

16. Il piano attuativo può essere approvato anche in variante al PRG, parte operativa, nel rispetto delle previsioni dei piani, delle normative e delle procedure di deposito e pubblicazione espressamente richiamate all'articolo 17, comma 1.

17. La deliberazione comunale di approvazione del piano attuativo è trasmessa, entro quindici giorni, alla Regione che provvede alla pubblicazione della stessa nel Bollettino Ufficiale della Regione, dalla quale decorre l'efficacia dell'atto. Qualora il piano attuativo costituisca variante al PRG, parte operativa, il comune, unitamente alla deliberazione di cui sopra, trasmette alla Regione anche i relativi elaborati di variante, per quanto previsto all'articolo 16, commi 2 e 3.».

Note all'art. 7, commi 2, lett. h) e 4:

- La legge regionale 23 ottobre 2002, n. 18, recante “Norme in materia di prevenzione sismica del patrimonio edilizio”, è pubblicata nel B.U.R. 6 novembre 2002, n. 48.
- Il testo dell'art. 30, commi 4, 5, 6 e 7, della legge regionale 21 ottobre 1997, n. 31, recante “Disciplina della pianificazione urbanistica comunale e norme di modificazione della L.R. 2 settembre 1974, n. 53, della L.R. 18 aprile 1989, n. 26, della L.R. 17 aprile 1991, n. 6 e della L.R. 10 aprile 1995, n. 28” (pubblicata nel S.O. n. 1 al B.U.R. 29 ottobre 1997, n. 52), è il seguente:

«Art. 30
Norma transitoria del P.R.G.

Omissis.

4. Le varianti o i Piani attuativi di cui al comma 3 sono adottati con deliberazione del Consiglio comunale e depositati alla segreteria del Comune per la durata di giorni dieci.

5. L'effettuato deposito è tempestivamente reso noto al pubblico mediante l'affissione di un avviso all'Albo pretorio, la pubblicazione nel Bollettino Ufficiale delle Regione (B.U.) e l'inserimento nel Foglio degli annunci legali della provincia (F.A.L.), con l'annotazione degli estremi di pubblicazione nel B.U. e nell'Albo pretorio, nonché mediante idonea pubblicità, in sede locale, a mezzo stampa, ed emittenti radio televisive.

6. Chiunque ne abbia interesse, fino a venti giorni dopo la scadenza del periodo di deposito, può presentare osservazioni od opposizioni.

7. Nei successivi dieci giorni chiunque può presentare repliche alle osservazioni ed opposizioni eventualmente pervenute.

Omissis.».

Note all'art. 8, comma 1:

- Per la legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11, si vedano le note all'art. 1.
- Per la legge regionale 11 aprile 1997, n. 13, si vedano le note all'art. 1.

Note all'art. 10, commi 1 e 5:

- Per il decreto ministeriale 2 aprile 1968, n. 1444, si vedano le note all'art. 2, comma 1, lett. a).
- Si riporta il testo dell'art. 1, comma 258 della legge 24 dicembre 2007, n. 244, recante “Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge finanziaria 2008)” (pubblicata nel S.O. alla G.U. 28 dicembre 2007, n. 300):

«258.

Fino alla definizione della riforma organica del governo del territorio, in aggiunta alle aree necessarie per le superfici minime di spazi pubblici o riservati alle attività collettive, a verde pubblico o a parcheggi di cui al decreto del Ministro dei lavori pubblici 2 aprile 1968, n. 1444, e alle relative leggi regionali, negli strumenti urbanistici sono definiti ambiti la cui trasformazione è subordinata alla cessione gratuita da parte dei proprietari, singoli o in forma consortile, di aree o immobili da destinare a edilizia residenziale sociale, in rapporto al fabbisogno locale e in relazione all'entità e al valore della trasformazione. In tali ambiti è possibile prevedere, inoltre, l'eventuale fornitura di alloggi a canone calmierato, concordato e sociale.».

- Il testo dell'art. 4, commi 2, lett. e) ed f) e 5, della legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11 (si vedano le note all'art. 1), è il seguente:

«Art. 4
Parte operativa del PRG.

Omissis.

2. In particolare il PRG, parte operativa:

Omissis;

e) individua e disciplina le parti dell'insediato esistente da riqualificare ed eventuali aree libere insediabili ove prevede incrementi premiali dei diritti edificatori ed eventuali ulteriori destinazioni d'uso purché compatibili, per interventi integrati finalizzati ad obiettivi di riqualificazione urbana, da attuarsi in forma privata o mista pubblico-privata secondo le modalità di cui all'articolo 28; l'entità dell'incremento premiale dei diritti edificatori è contenuta in limiti tali che i diritti edificatori complessivi non comportino un indice di utilizzazione territoriale maggiore di 1,5 mq/mq comprese le volumetrie esistenti. A fronte di interessi pubblici da perseguire in termini di maggiori dotazioni qualitative delle attrezzature e degli spazi pubblici o in termini di interventi di miglioramento della qualità ambientale, sono ammissibili eventuali incrementi premiali dei diritti edificatori che eccedano i limiti sopradetti, che possono essere esercitati anche al di fuori dell'ambito interessato, in aree individuate e cedute dal comune con priorità tra quelle da esso acquisite ai sensi del comma 5;

f) individua e disciplina, all'interno delle aree classificate dal PRG, parte strutturale, come zona agricola, ai sensi dell'articolo 3, comma 3, lettera g), gli ambiti per nuovi insediamenti. L'estensione e capacità insediativa degli ambiti per nuovi insediamenti è programmata nel tempo con il PRG, parte operativa, e attraverso la redazione di successive varianti, anche in relazione al piano dei servizi che ne valuta la fattibilità in relazione agli impianti delle reti tecnologiche, alle infrastrutture della mobilità e ai rischi territoriali ed ambientali. Il PRG, parte operativa, ne definisce inoltre i caratteri fissando, in relazione alla natura del sito e a quella orografica del suolo, nonché in rapporto alle preesistenze storiche e insediative, gli indici territoriali massimi, le dotazioni territoriali e funzionali minime, le possibili destinazioni d'uso e le altezze massime. Il PRG, parte operativa prevede, all'interno delle stesse aree agricole gli ambiti da utilizzare con il programma urbanistico di cui all'articolo 28, le quali assumono i diritti edificatori solo al momento della loro inclusione nel programma nei limiti dallo stesso stabiliti;

Omissis.

5. Il PRG, parte operativa, può stabilire, nelle aree da assoggettare a piano attuativo, ad esclusione di quello previsto all'articolo 21, comma 1, lettere b) e c), l'obbligo della cessione al comune di superfici fondiarie e relativi diritti edificatori, in percentuale non inferiore al venti per cento e non superiore al quaranta per cento del totale, i cui contenuti economici sono

definiti in sede di convenzione. Il comune utilizza le aree ed i diritti suddetti per il soddisfacimento di esigenze di pubblica utilità, ivi compresa la realizzazione di edilizia residenziale pubblica, la realizzazione di edilizia pubblica per finalità sociali, le operazioni di compensazione di cui all'articolo 30. In alternativa all'obbligo di cessione delle superfici fondiari e delle volumetrie, il comune può autorizzare, previa convenzione per la determinazione dei prezzi di vendita e dei canoni di locazione, i proprietari delle aree stesse, in possesso di idonei requisiti, alla realizzazione di alloggi con le caratteristiche dell'edilizia residenziale pubblica, entro i limiti volumetrici stabiliti. *Omissis.*».

Nota all'art. 11, comma 2:

- Il testo dell'art. 28 della legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11 (si vedano le note all'art. 1), è il seguente:

«Art. 28

Attuazione del PRG tramite programma urbanistico.

1. Nelle parti del territorio per le quali il PRG prevede, ai fini degli interventi integrati finalizzati alla riqualificazione urbana, la disciplina di cui all'articolo 4, comma 2, lettera e), l'attuazione del PRG ha luogo tramite programma urbanistico. Gli interventi integrati finalizzati alla riqualificazione urbana riguardano parti del territorio ove sono presenti fenomeni di degrado edilizio, di abbandono, di dismissione, ovvero carenza di servizi e infrastrutture.

2. Il programma urbanistico è costituito da un insieme organico di interventi relativi alle opere di urbanizzazione, alle infrastrutture, all'edilizia per la residenza, per le attività produttive ed i servizi, al superamento delle barriere architettoniche. La loro attuazione è favorita dal PRG tramite le norme di tipo premiale, di cui all'articolo 4, comma 2, lettera e). L'incremento della capacità edificatoria è commisurato ai benefici pubblici conseguiti a fronte della cessione al comune, a titolo gratuito, di immobili, di infrastrutture, servizi e spazi aggiuntivi rispetto alle dotazioni territoriali e funzionali minime, nonché a fronte della realizzazione di interventi di qualità urbanistica e ambientale, anche in applicazione delle direttive di cui all'articolo 43 della L.R. n. 1/2004, secondo le modalità stabilite dai criteri di valutazione di cui al comma 4.

3. Il comune promuove i programmi urbanistici con le modalità previste per i piani attuativi mediante l'adozione di un preliminare del programma urbanistico, reso noto come previsto all'articolo 24 per ogni ambito indicato dal PRG, parte operativa. Il preliminare del programma urbanistico può interessare anche aree non contigue. I soggetti aventi la disponibilità degli immobili possono comunque presentare al comune le proposte di intervento sulla base delle indicazioni del PRG.

4. Il preliminare di programma urbanistico definisce gli obiettivi del programma in termini urbanistici, sociali, economici ed ambientali, gli interventi pubblici da realizzare e le relative priorità, nonché gli indirizzi per la progettazione degli interventi privati. Successivamente il comune tramite un avviso pubblico stabilisce i tempi e le modalità di presentazione, anche in più fasi, delle proposte di intervento di cui al comma 6, nonché i relativi criteri di valutazione. Il preliminare di programma urbanistico indica eventuali risorse finanziarie pubbliche per la sua realizzazione.

5. I soggetti privati ed i soggetti pubblici competenti, anche in applicazione di quanto previsto agli articoli 12 e 22, commi 3 e 4, presentano proposte di intervento coerenti con il preliminare di programma urbanistico.

6. Il comune procede alla formazione e approvazione del programma urbanistico definitivo sulla base delle proposte pervenute, come eventualmente modificate ed integrate attraverso le opportune forme di concertazione con i proponenti ai sensi dell'articolo 29 della direttiva CE 18/2004. Il programma urbanistico definitivo deve conseguire una parte rilevante degli obiettivi stabiliti dal preliminare di programma urbanistico, e comunque consentire la realizzazione di almeno il cinquanta per cento, in termini economici, degli interventi pubblici previsti dal programma preliminare stesso. Al programma urbanistico definitivo, che ha valore di piano attuativo, si applicano le disposizioni previste agli articoli 23, 24, 29, 30 e 31.

7. Il programma urbanistico definitivo, in particolare, stabilisce, al livello progettuale previsto dagli strumenti urbanistici attuativi, l'assetto delle aree interessate, nonché contiene i documenti di cui all'articolo 15, comma 5, del regolamento per i lavori pubblici approvato con decreto del Presidente della Repubblica 21 dicembre 1999, n. 554, il piano finanziario comprendente le risorse pubbliche e private, il cronoprogramma degli interventi e la convenzione con i soggetti attuatori e con i gestori dei servizi.

8. Qualora il preliminare di programma urbanistico ed il programma urbanistico definitivo abbiano contenuti e forma dei Programmi urbani complessi di cui alla L.R. n. 13/1997, le maggiorazioni di edificabilità sono dimensionate tenendo anche conto dei contributi finanziari pubblici eventualmente attribuiti dalla Regione.

9. Il PRG, parte operativa, adottato o approvato ai sensi della L.R. n. 31/1997, può essere integrato con le indicazioni di cui all'articolo 4, comma 2, lettera e), con atto del consiglio comunale.».

Nota all'art. 12:

- Il testo degli artt. 24 e 25 della legge regionale 18 febbraio 2004, n. 1 (si vedano le note all'art. 6), come modificato dalla legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11 (si vedano le note all'art. 1), è il seguente:

«Art. 24 Oneri di urbanizzazione.

1. Salvo quanto previsto all'articolo 23, comma 3, la quota di contributo relativa agli oneri di urbanizzazione è corrisposta al comune all'atto del rilascio del permesso di costruire ovvero all'atto della presentazione della denuncia di inizio attività o con le modalità previste all'articolo 18. A scomputo totale o parziale della quota dovuta, l'intestatario del titolo abilitativo può obbligarsi a realizzare direttamente le opere di urbanizzazione, nel rispetto dell'articolo 2, comma 5, della legge 11 febbraio 1994, n. 109 e successive modificazioni, allegando idonea progettazione esecutiva di dette opere, secondo le quantità, modalità e garanzie stabilite dal comune, con conseguente cessione gratuita al comune delle aree e/o delle opere realizzate.

2. È facoltà del comune prevedere, nel rispetto delle normative regionali, che le opere di urbanizzazione di cui al comma 1 siano destinate a uso pubblico in alternativa alla loro cessione, regolandone con apposita convenzione o atto d'obbligo, le modalità di realizzazione, di gestione e manutenzione a carico del proprietario.

3. Gli oneri di urbanizzazione sono dovuti in relazione agli interventi di nuova costruzione, di mutamento della destinazione d'uso, di ristrutturazione urbanistica, nonché in relazione agli interventi di ristrutturazione edilizia qualora questi determinino un incremento del carico urbanistico in funzione di un aumento:

- a) della superficie utile degli edifici;
- b) delle unità immobiliari;
- c) dell'utenza, in caso di attività diversa da quella residenziale.

4. Gli oneri di urbanizzazione sono destinati di norma alla realizzazione e alla manutenzione delle infrastrutture, all'acquisizione di aree, alla realizzazione di attrezzature e alle dotazioni ecologiche e ambientali, nonché alla manutenzione del patrimonio comunale ferma restando ogni diversa disposizione in materia tributaria e contabile.

5. L'incidenza degli oneri di urbanizzazione primaria e secondaria è stabilita, con deliberazione del consiglio comunale, in base alle tabelle parametriche che la Regione definisce, anche in riferimento ai prevedibili costi delle opere relative, per classi di comuni ed in relazione ai seguenti criteri:

- a) ampiezza e andamento demografico del comune;
- b) caratteristiche geografiche del comune;
- c) destinazioni di zona previste negli strumenti urbanistici;
- d) limiti e rapporti minimi di densità edilizia, nonché standard fissati dalle normative regionali;
- e) diversi ambiti del territorio comunale;
- f) tipologia degli interventi di cui al comma 3 e all'articolo 28.

6. Almeno ogni cinque anni i comuni provvedono ad aggiornare gli oneri di urbanizzazione primaria e secondaria, in conformità alle relative disposizioni regionali, in relazione ai riscontri e prevedibili costi delle opere di urbanizzazione primaria e secondaria.

7. Gli oneri di urbanizzazione primaria sono relativi ai seguenti interventi: strade locali e urbane, spazi di sosta o di parcheggio, fognature, rete idrica, reti di distribuzione tecnologiche e per le telecomunicazioni, pubblica illuminazione, spazi di verde attrezzato di quartiere, spazi per la raccolta dei rifiuti e per le fermate del trasporto pubblico locale.

8. Gli oneri di urbanizzazione secondaria sono relativi ai seguenti interventi: asili nido e scuole materne, scuole dell'obbligo nonché strutture e complessi per l'istruzione superiore all'obbligo, mercati di quartiere, delegazioni comunali, chiese e altri edifici religiosi, impianti sportivi di quartiere, verde in parchi urbani e territoriali, centri sociali e attrezzature culturali e sanitarie, costruzioni cimiteriali, nonché quelli previsti dalla legge 1° agosto 2003, n. 206. Nelle attrezzature sanitarie sono comprese le opere, le costruzioni e gli impianti destinati allo smaltimento, al riciclaggio o alla distruzione dei rifiuti urbani, speciali, pericolosi, solidi e liquidi, alla bonifica di aree inquinate.

9. I provvedimenti comunali adottati ai sensi del comma 5 sono trasmessi alla Regione che provvede alla loro pubblicazione nel BUR, dalla quale decorre l'effettiva applicazione, attraverso il Sistema informativo territoriale (SITER), e ne rende possibile la consultazione mediante strumenti informatici e telematici.

Art. 25

Costo di costruzione.

1. Il costo di costruzione per i nuovi edifici è determinato periodicamente dalla Regione con riferimento al costo massimo ammissibile per l'edilizia residenziale pubblica, definito dalla stessa Regione. Il costo unitario di costruzione dei nuovi edifici, riferito a metro quadro di superficie complessiva da realizzare che i comuni applicano per il calcolo del contributo sul costo di costruzione, non può risultare comunque inferiore al cinquanta per cento del costo massimo ammissibile di cui sopra.

2. Il comune, sulla base dei criteri regionali di cui al comma 1, può identificare classi di edifici con caratteristiche superiori a quelle considerate nelle vigenti disposizioni di legge per l'edilizia residenziale pubblica, per le quali sono determinate maggiorazioni di detto costo di costruzione in misura non superiore al cinquanta per cento.

3. Nei periodi intercorrenti tra le determinazioni regionali di cui al comma 1, ovvero in eventuale assenza di tali determinazioni, il costo di costruzione è adeguato annualmente e autonomamente dai comuni, in ragione dell'intervenuta variazione dei costi di costruzione a livello provinciale di edifici residenziali accertata dall'Istituto nazionale di statistica (ISTAT).

4. Il contributo afferente i titoli abilitativi comprende una quota di detto costo, variabile dal cinque per cento al venti per cento, che viene determinata dal comune in funzione delle caratteristiche e delle tipologie delle costruzioni e della loro destinazione ed ubicazione.

5. Nel caso di interventi su edifici esistenti il costo di costruzione è determinato in relazione al costo degli interventi stessi, in base all'elenco regionale dei prezzi, secondo le modalità stabilite dal comune. Al fine di incentivare il recupero del patrimonio edilizio esistente, per gli interventi di ristrutturazione edilizia il costo di costruzione relativo non può superare i valori determinati per le nuove costruzioni ai sensi del presente articolo. Nell'ambito delle zone omogenee A, di cui al D.M. n. 1444/1968, l'aliquota da applicare per il calcolo del contributo sul costo di costruzione per gli interventi di recupero del patrimonio edilizio esistente, senza variazione della destinazione d'uso è pari al cinque per cento.

6. I provvedimenti comunali adottati ai sensi dei commi 1 e 2 sono trasmessi alla Regione che provvede alla loro pubblicazione nel BUR, dalla quale decorre l'effettiva applicazione, e, attraverso il SITER, ne rende possibile la consultazione.».

Note all'art. 13, comma 2:

- Il decreto del Presidente della Repubblica 8 giugno 2001, n. 327, recante “Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di espropriazione per pubblica utilità. (Testo A).”, è pubblicato nel S.O. alla G.U. 16 agosto 2001, n. 189.
- Per il testo dell'art. 30, commi 4, 5, 6 e 7, della legge regionale 21 ottobre 1997, n. 31, si vedano le note all'art. 7, commi 2, lett. h) e 4.

Note all'art. 14, comma 3:

- Il testo dell'art. 62, comma 1, lett. b), della legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11 (si vedano le note all'art. 1), è il seguente:

«Art. 62
Norme regolamentari e atti di indirizzo.

1. La Regione, sentito il Consiglio delle Autonomie locali, adotta norme regolamentari attuative della presente legge, con riferimento:

Omissis;

b) alle dotazioni territoriali e funzionali minime degli insediamenti, di cui all'articolo 6;

Omissis.».

- Il testo dell'art. 12, comma 1, lett. b), della legge regionale 18 febbraio 2004, n. 1 (si vedano le note all'art. 6), come modificato dalla legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11 (si vedano le note all'art. 1), è il seguente:

«Art. 12
Norme regolamentari.

1. La Regione con norme regolamentari, sentito il Consiglio delle Autonomie locali di cui alla legge regionale 14 ottobre 1998, n. 34:

Omissis;

b) dà applicazione alle norme della presente legge in materia di contributo di costruzione;

Omissis.».

Note all'art. 15:

- Il testo degli artt. 34 e 36 della legge regionale 18 febbraio 2004, n. 1 (si vedano le note all'art. 6), è il seguente:

«Art. 34

Usò dei vani degli edifici esistenti.

1. Negli edifici esistenti destinati in tutto o in parte a residenza o a servizi sono consentiti interventi con cambio di destinazione d'uso dei vani, sostanzialmente corrispondenti, posti al piano sottotetto e terreno nel rispetto delle seguenti condizioni minime:
 - a) gli edifici oggetto di intervento devono essere esistenti alla data di entrata in vigore della presente legge o risultare in costruzione, purché, alla stessa data, siano completate le opere relative alle parti strutturali;
 - b) in caso di vani con coperture inclinate, l'altezza massima interna deve essere non inferiore a metri lineari 2,40 e l'altezza minima interna non inferiore a metri lineari 1,20 e, nel caso di vani con coperture in piano, l'altezza interna non inferiore a metri lineari 2,20, al netto delle necessarie strutture atte all'isolamento termico dei locali;
 - c) tutti i vani interessati dall'intervento debbono essere provvisti di finestra apribile, la cui superficie non deve essere inferiore a un sedicesimo della superficie di pavimento, ovvero, in caso di superfici inferiori, debbono avere un ricambio d'aria favorito dall'impiego di appositi impianti di ventilazione meccanizzata e un'adeguata illuminazione artificiale;
 - d) per i vani posti al piano terreno o parzialmente al di sotto del livello dello stesso, devono essere previste idonee soluzioni per l'isolamento e la ventilazione delle pareti interrato e dei pavimenti;
 - e) per i vani sottotetto debbono essere previste idonee opere di isolamento termico anche ai fini del contenimento dei consumi energetici dell'edificio.
2. I limiti di cui al comma 1 possono essere derogati su specifico parere della ASL che comunque accerti l'idoneità dei vani alla destinazione prevista, compresi i servizi igienici.
3. Ai fini del contributo di costruzione gli interventi di cui al presente capo sono equiparati alla ristrutturazione edilizia.
4. Per gli edifici esistenti alla data di entrata in vigore del D.M. 5 luglio 1975 gli interventi di recupero, con o senza cambiamento d'uso, sono consentiti in deroga ai rapporti tra la superficie di pavimento e le superfici finestrate, fermo restando quanto previsto al comma 1, lettera c) o comma 2.
5. I comuni hanno facoltà di disporre l'esclusione di parte del territorio dall'applicazione degli interventi di cui ai commi 1 e 2 e di introdurre particolari prescrizioni volte alla tutela dei caratteri tipologici e architettonici degli edifici.

Art. 36

Ampliamento di edifici esistenti.

1. Nel caso di ampliamento planimetrico di edifici esistenti alla data di entrata in vigore del D.M. 5 luglio 1975, da destinare a fini abitativi, turistico-ricettivi o ad altre attività, le altezze minime dei nuovi locali possono uniformarsi a quelle dei vani contigui posti allo stesso piano dell'edificio esistente oggetto di ampliamento, ancorché non conformi ai limiti imposti dallo stesso decreto, purché rispettino le condizioni minime di cui all'articolo 34, comma 1, lettere b), c), d), o comma 2.».

- Per il testo dell'art. 35 della legge regionale 18 febbraio 2004, n. 1, si vedano le note

all'art. 6.

Note all'art. 16, comma 1, lett. b):

- Per la legge regionale 11 aprile 1997, n. 13, si vedano le note all'art. 1.
- Per il testo dell'art. 28 della legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11, si veda la nota all'art. 11, comma 2.

Note all'art. 17:

- Il testo vigente dell'art. 2 della legge regionale 11 aprile 1997, n. 13 (si vedano le note all'art. 1), come modificato dalla presente legge, è il seguente:

«Art. 2
Programma urbano complesso.

1. Il programma urbano complesso è uno strumento operativo di programmazione economica e territoriale, attuato mediante progetti unitari di interesse pubblico, di dimensione e consistenza tali da incidere sulla riorganizzazione di parti di città, caratterizzato da:

- a) pluralità di funzioni;
- b) pluralità di tipologie di intervento, tra le quali le opere di urbanizzazione e le infrastrutture;
- c) pluralità di operatori, pubblici e privati;
- d) pluralità di risorse finanziarie, pubbliche e private.

2. *Il programma urbano complesso ha valore di programma integrato di intervento, di cui all'articolo 16 della legge 17 febbraio 1992, n. 179, o di programma di recupero di cui all'articolo 11 del decreto legge 5 ottobre 1993, n. 398 convertito in legge, con modificazioni, dall'articolo 1, comma 1 della legge 4 dicembre 1993, n. 493, e può ricomprendere i programmi edilizi urbanistici di riqualificazione urbana comunque denominati in base alla normativa vigente, compresi il programma urbanistico di cui all'articolo 28 della legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11 e il programma organico di cui all'articolo 7, comma 1 della legge regionale 28 novembre 2003, n. 23.»*

- Si riporta il testo dell'art. 16 della legge 17 febbraio 1992, n. 179, recante “Norme per l'edilizia residenziale pubblica” (pubblicata nel S.O. alla G.U. 29 febbraio 1992, n. 50):

«16. Programmi integrati di intervento.

1. Al fine di riqualificare il tessuto urbanistico, edilizio ed ambientale, i comuni promuovono la formazione di programmi integrati. Il programma integrato è caratterizzato dalla presenza di pluralità di funzioni, dalla integrazione di diverse tipologie di intervento, ivi comprese le opere di urbanizzazione, da una dimensione tale da incidere sulla riorganizzazione urbana e dal possibile concorso di più operatori e risorse finanziarie pubblici e privati.

2. Soggetti pubblici e privati, singolarmente o riuniti in consorzio o associati fra di loro, possono presentare al comune programmi integrati relativi a zone in tutto o in parte edificate o da destinare anche a nuova edificazione al fine della loro riqualificazione urbana ed ambientale.

3. I programmi di cui al presente articolo sono approvati dal consiglio comunale con gli effetti di cui all'articolo 4 della legge 28 gennaio 1977, n. 10 (*).

4. Qualora il programma sia in contrasto con le previsioni della strumentazione urbanistica, la delibera di approvazione del consiglio comunale è soggetta alle osservazioni da parte di associazioni, di cittadini e di enti, da inviare al comune entro quindici giorni dalla data della sua esposizione all'albo pretorio coincidente con l'avviso pubblico sul giornale locale. Il programma medesimo con le relative osservazioni è trasmesso alla regione entro i successivi dieci giorni. La regione provvede alla approvazione o alla richiesta di modifiche entro i successivi centocinquanta giorni, trascorsi i quali si intende approvato (*).

5. Anche nelle zone di cui all'articolo 2 del decreto ministeriale 2 aprile 1968, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale 16 aprile 1968, n. 97, qualora il programma contenga la disposizione planovolumetrica degli edifici, la densità fondiaria di questi può essere diversa da quella preesistente purché non sia superata la densità complessiva preesistente dell'intero ambito del programma, nonché nel rispetto del limite dell'altezza massima preesistente nell'ambito. Non sono computabili i volumi eseguiti senza licenza o concessione edilizia ovvero in difformità totale dalla stessa o in base a licenza o concessione edilizia annullata. Nel caso in cui sia stata presentata istanza di sanatoria ai sensi dell'articolo 31 della legge 28 febbraio 1985, n. 47, il comune è obbligato a pronunciarsi preventivamente in via definitiva sull'istanza medesima (*).

6. La realizzazione dei programmi non è subordinata all'inclusione nei programmi pluriennali di attuazione di cui all'articolo 13 della legge 28 gennaio 1977, n. 10 (*).

7. Le regioni concedono i finanziamenti inerenti il settore dell'edilizia residenziale ad esse attribuiti con priorità a quei comuni che provvedono alla formazione dei programmi di cui al presente articolo (*).

8. Le regioni possono destinare parte delle somme loro attribuite, ai sensi della presente legge, alla formazione di programmi integrati.

9. Il contributo dello Stato alla realizzazione dei programmi integrati, fa carico ai fondi di cui all'articolo 2. ».

(*) La Corte costituzionale, con sentenza 7-19 ottobre 1992, n. 393 (Gazz. Uff. 21 ottobre 1992, n. 44 - Serie speciale), ha dichiarato l'illegittimità costituzionale dell'art. 16, commi terzo, quarto, quinto, sesto e settimo.

- Si riporta il testo dell'art. 11 del decreto legge 5 ottobre 1993, n. 398, recante "Disposizioni per l'accelerazione degli investimenti a sostegno dell'occupazione e per la semplificazione dei procedimenti in materia edilizia" (pubblicato nella G.U. 5 ottobre 1993, n. 234), convertito in legge, con modificazioni, dalla legge 4 dicembre 1993, n. 493 (in G.U. 4 dicembre 1993, n. 285):

«11. Programmi di recupero urbano.

1. I fondi di cui alla legge 14 febbraio 1963, n. 60, e successive modificazioni, nella misura fissata dai programmi regionali, sono destinati alla realizzazione di interventi al servizio prevalente del patrimonio di edilizia residenziale pubblica, nell'ambito dei programmi di cui al comma 2.

2. I programmi di recupero urbano sono costituiti da un insieme sistematico di opere finalizzate alla realizzazione, alla manutenzione e all'ammodernamento delle urbanizzazioni primarie, con particolare attenzione ai problemi di accessibilità degli impianti e dei servizi a rete, e delle urbanizzazioni secondarie, alla edificazione di completamento e di integrazione dei complessi urbanistici esistenti, nonché all'inserimento di elementi di arredo urbano, alla manutenzione ordinaria e straordinaria, al restauro e al risanamento conservativo e alla ristrutturazione edilizia degli edifici.

3. I programmi di recupero urbano da realizzare, sulla base di una proposta unitaria con il concorso di risorse pubbliche e

private, sono proposti al comune da soggetti pubblici e privati, anche associati tra di loro. Il comune definisce le priorità di detti programmi sulla base di criteri oggettivi per l'individuazione degli interventi.

4. Ai fini dell'approvazione dei programmi di recupero urbano, può essere promossa la conclusione di un accordo di programma ai sensi dell'articolo 27 della legge 8 giugno 1990, n. 142.

5. Il CER, ai fini della realizzazione dei programmi di recupero urbano, determina modalità e criteri generali per la concessione dei contributi, per l'individuazione delle zone urbane interessate e per la determinazione delle tipologie d'intervento, avendo particolare riguardo alla tutela dei lavoratori dipendenti e delle categorie sociali più deboli.».

- Per il testo dell'art. 28 della legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11, si veda la nota all'art. 11, comma 2.
- Il testo dell'art. 7, comma 1, della legge regionale 28 novembre 2003, n. 23, recante “Norme di riordino in materia di edilizia residenziale pubblica” (pubblicata nel S.O. n. 1 al B.U.R. 10 dicembre 2003, n. 52), è il seguente:

«Art. 7

Recupero del patrimonio edilizio esistente.

1. Sono incentivati gli interventi di recupero del patrimonio abitativo ricompresi in programmi organici di intervento nelle città, qualora siano finalizzati al reinsediamento di nuclei familiari nei centri urbani, alla eliminazione del degrado edilizio e sociale, alla integrazione tra diverse categorie sociali.
Omissis.».

Note all'art. 18:

- Il testo vigente dell'art. 3 della legge regionale 11 aprile 1997, n. 13 (si vedano le note all'art. 1), come modificato ed integrato dalla presente legge, è il seguente:

«Art. 3

Formazione dei programmi urbani complessi.

1. I Comuni individuano l'ambito territoriale oggetto del programma urbano complesso tenendo conto in particolare del degrado edilizio, della carenza delle opere di urbanizzazione e di servizi pubblici, della fatiscenza degli spazi pubblici e delle aree verdi, della carenza di attività produttive urbane, artigianali e commerciali.

Tale ambito è prevalentemente edificato, contiene interventi con carattere di unitarietà, organicità e riconoscibilità ed ha dimensioni commisurate alle risorse economiche disponibili, pubbliche o private.

2. I Comuni promuovono la formazione del programma urbano complesso con particolare riferimento a:

a) centri storici caratterizzati da fenomeni di congestionamento o di degrado;

b) centri storici minori o insediamenti di valore storico culturale di cui agli articoli 21 e 29 della legge regionale 24 marzo 2000, n. 27;

c) aree periferiche carenti di strutture urbane e di servizi che abbiano al loro interno aree inedificate o degradate;

d) insediamenti ad urbanizzazione diffusa, privi di servizi ed infrastrutture e privi di una specifica identità urbana;

e) aree con destinazione produttiva e terziaria dismesse, parzialmente utilizzate o degradate;

f) aree urbane destinate a parchi e giardini degradate;

g) aree degradate lungo corsi d'acqua classificate a verde pubblico dagli strumenti urbanistici.

3. Il programma urbano complesso prevede la rimozione o l'attenuazione delle cause che sono all'origine dei fenomeni di degrado e delle carenze di cui al comma 1 e inoltre ricomprende:

a) il recupero o la costruzione di edifici con funzioni residenziali per una quota non inferiore al trenta per cento in termini di superficie utile coperta degli immobili interessati dagli interventi;

b) la realizzazione di opere di urbanizzazione primaria per un importo non superiore al cinquanta per cento del finanziamento pubblico;

c) azioni dirette a promuovere il coinvolgimento dei cittadini e delle associazioni che li rappresentano nella definizione del programma con particolare riferimento agli aspetti del disagio sociale, della sicurezza, delle attività di natura socio-sanitaria e culturale;

d) azioni funzionali allo sviluppo ed alla ripresa delle attività economiche e sociali, compresa la gestione di servizi culturali;

e) eventuali interventi su aree contigue all'abitato o su altre aree purché necessarie alla realizzazione di infrastrutture per la mobilità, l'accessibilità e il soddisfacimento di dotazioni territoriali e funzionali minime ovvero dove sono localizzati incrementi premiali dei diritti edificatori in applicazione delle relative normative.».

- Il testo dell'art. 21 della legge regionale 24 marzo 2000, n. 27 (si vedano le note all'art. 2, comma 1, lett. a)), è il seguente:

«Art. 21

Ambiti per la residenza e le attività produttive.

1. Gli ambiti per la residenza costituiscono la struttura storica che qualifica e definisce i caratteri delle aree di cui al presente capo.

2. Le attività produttive integrano gli ambiti per la residenza, attraverso la valorizzazione delle imprese, prioritariamente nei seguenti settori:

a) l'esercizio delle tradizionali attività di coltivazione del suolo e di allevamento di animali, nonché la trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli, di cui alla carta n. 18, e lo sfruttamento delle risorse naturali;

b) le lavorazioni tipiche umbre con particolare riferimento all'artigianato artistico, al tessile, alle terre cotte e al mobile, nonché della piccola industria;

c) la formazione e la costituzione delle professionalità dei mestieri e del marketing attinente;

d) la rete dei servizi;

e) la ricettività compatibile, con particolare riferimento a quella agrituristica di cui alla carta n. 19;

f) l'attività di bonifica, recupero e manutenzione del territorio rurale.

3. L'insieme degli insediamenti attuali ed il loro sviluppo, sia per la residenza che per le attività produttive, previsti nel presente articolo, sono sottoposti alle normative di settore e a quelle di cui al successivo capo III e al titolo III della presente legge.».

- Per il testo dell'art. 29 della legge regionale 24 marzo 2000, n. 27, si vedano le note all'art. 2, comma 1, lett. a).

Nota all'art. 19:

- Il testo vigente dell'art. 4 della legge regionale 11 aprile 1997, n. 13 (si vedano le note all'art. 1), come integrato dalla presente legge, è il seguente:

«Art. 4
Soggetti promotori e contenuti del programma urbano
complesso.

1. Il programma urbano complesso è predisposto dal Comune, ovvero proposto al Comune da soggetti pubblici o privati, anche associati fra loro.
 2. Il programma urbano complesso è costituito dal programma preliminare e dal programma definitivo.
 3. Il programma preliminare indica gli elementi di carattere economico, tecnico ed urbanistico atti a valutare la fattibilità e la legittimità del programma e la rispondenza degli stessi ai requisiti previsti dalle norme vigenti e in particolare:
 - a) l'elenco dei soggetti pubblici partecipanti al programma e di quelli privati, se già individuati, ovvero le modalità di individuazione di questi ultimi;
 - b) l'ammontare degli eventuali finanziamenti regionali richiesti e delle altre partecipazioni finanziarie pubbliche e private;
 - c) l'esistenza di eventuali vincoli normativi, ambientali, urbanistici, idrogeologici e sismici;
 - d) l'individuazione degli alloggi parcheggio eventualmente necessari per lo spostamento temporaneo di nuclei familiari.
 4. Il programma definitivo indica in dettaglio gli interventi da eseguire, i soggetti partecipanti, le unità immobiliari interessate, le tipologie d'intervento, le relative destinazioni d'uso ed i costi a carico di soggetti pubblici e privati e in particolare:
 - a) l'elenco delle proprietà e la destinazione attuale e di progetto delle unità immobiliari;
 - b) le soluzioni progettuali previste, elaborate in scala adeguata;
 - c) i costi dell'intervento e la relativa ripartizione tra i soggetti coinvolti nel programma;
 - d) i documenti che attestano l'eventuale disponibilità delle aree e degli immobili;
 - e) le garanzie fornite dai partecipanti al programma sull'esecuzione delle opere;
 - f) lo schema di convenzione disciplinante i rapporti attuativi tra soggetti promotori del programma ed il Comune.
- 4 bis. Nella formazione dei programmi urbani complessi che riguardano i centri storici, nonché gli ambiti di rivitalizzazione prioritaria delimitati dal Comune, si applica la disciplina regionale vigente in materia. I Comuni obbligati alla redazione del quadro strategico di valorizzazione dei centri storici, lo trasmettono alla Regione contestualmente alla presentazione di piani, programmi e progetti comprendenti interventi di rivitalizzazione, riqualificazione e valorizzazione dei centri storici e degli ambiti di rivitalizzazione prioritaria di cui viene richiesto il finanziamento.*
- 4 ter. Il Comune, nei casi in cui proceda alla formazione di un programma urbano complesso, è tenuto ad integrare il programma preliminare di cui al comma 3 con un'apposita relazione indicante le finalità del programma, con particolare riferimento a quelle previste dalla legge regionale in materia di centri storici, nonché l'elenco degli interventi e delle azioni previsti per la rivitalizzazione, valorizzazione e riqualificazione degli stessi. La relazione dovrà rappresentare le condizioni di degrado edilizio, socio-economico e urbanistico ambientale, di cui all'articolo 3, comma 1 sulla base di appositi indicatori definiti dalla Giunta regionale.*
5. Il programma urbano complesso è approvato dal Consiglio comunale.».

Nota all'art. 20:

- Il testo vigente dell'art. 5 della legge regionale 11 aprile 1997, n. 13 (si vedano le note all'art. 1), come modificato dalla presente legge, è il seguente:

«Art. 5

Promozione e finanziamento dei programmi urbani complessi.

1. La Giunta regionale promuove la riqualificazione urbana e dei centri storici mediante la concessione di finanziamenti ad enti pubblici, imprese, cooperative, privati singoli, associati o riuniti in consorzio, per la realizzazione di programmi urbani complessi.

2. *Gli interventi previsti nei programmi urbani complessi ammissibili al finanziamento regionale possono riguardare:*

a) *la costruzione, il recupero, oppure l'acquisizione e il recupero di immobili destinati prevalentemente alla residenza con tipologie di alloggi da destinare a diversi utenti, con particolare attenzione ai nuclei familiari con figli a carico, alle famiglie di nuova formazione, agli anziani, ai disabili, agli studenti e agli immigrati, da realizzare anche con l'introduzione di caratteri sperimentali di flessibilità abitativa ai fini dell'integrazione sussidiaria;*

b) *la realizzazione, la manutenzione o l'ammodernamento delle urbanizzazioni primarie e secondarie e la messa a norma degli impianti;*

c) *la realizzazione, il recupero o la riqualificazione della viabilità, finalizzata al miglioramento dell'accessibilità, anche con il ricorso a mobilità alternativa, all'incremento dei percorsi ciclo-pedonali, alla previsione di zone a traffico limitato o rallentato e alla riduzione delle barriere architettoniche;*

d) *l'inserimento di elementi di arredo urbano, ovvero di elementi a notevole qualità estetico-architettonica, nonché l'adozione di particolari soluzioni per l'ubicazione di contenitori per la raccolta differenziata dei rifiuti solidi urbani specialmente nei centri storici;*

e) *il recupero del patrimonio edilizio esistente finalizzato all'insediamento ed ammodernamento, nei centri storici, di attività turistico-ricettive, culturali, commerciali ed artigianali;*

f) *il recupero di opere architettoniche di pregio storico artistico;*

g) *il miglioramento della qualità ambientale attraverso interventi sulle sorgenti inquinanti di tipo luminoso, acustico, elettromagnetico e atmosferico;*

h) *la valorizzazione, il reinsediamento e l'incremento delle attività culturali, turistiche, commerciali, artigianali, professionali e per servizi;*

i) *la prevenzione sismica degli edifici, con priorità per quelli ad uso pubblico o ad elevato affollamento.*

3. Al finanziamento dei programmi urbani complessi concorrono:

a) il fondo regionale per i programmi urbani complessi di cui all'art. 9 ed i finanziamenti regionali previsti da programmi o leggi di settore per la realizzazione di interventi indicati al comma 1;

b) i proventi relativi ai contributi di cui al comma 1, lettere b) e c), dell'art. 10 della legge 14 febbraio 1963, n. 60, così come modificata dall'art. 22 della legge 11 marzo 1988, n. 67 e dall'art. 3, comma 24, della legge 8 agosto 1995, n. 335, e i contributi in conto interessi, per un periodo non superiore a dieci anni, nella misura massima del 4 per cento del costo dell'intervento, concessi dalla Regione a partire dal 1998, secondo le modalità e l'entità stabilite con legge di bilancio;

c) i finanziamenti dell'Unione europea, dello Stato, dei Comuni e di altri enti pubblici;

d) le risorse degli I.E.R.P. delle province di Perugia e Terni ivi compresi i proventi delle vendite di cui alla legge 24 dicembre 1993, n. 560;

e) fondi privati.».

Nota all'art. 21:

- Il testo vigente dell'art. 6 della legge regionale 11 aprile 1997, n. 13 (si vedano le note all'art. 1), come modificato dalla presente legge, è il seguente:

«Art. 6
Individuazione ed attuazione dei programmi complessi di
intervento.

1. La Giunta regionale individua i programmi urbani complessi, adottati dal Comune competente, da finanziare ai sensi dell'art. 5.
2. Per l'attuazione degli interventi previsti dal programma urbano complesso ammesso al finanziamento regionale, il Presidente della Giunta regionale promuove la formazione di un accordo di programma tra gli enti pubblici interessati con le forme e le procedure dell'art. 27 della legge 8 giugno 1990, n. 142, al quale sono invitati a partecipare anche i soggetti privati coinvolti nel programma.

3. *La Giunta regionale, in attuazione delle norme comunitarie, statali e regionali di finanziamento, emana appositi bandi, assicurando la programmazione integrata delle risorse finanziarie, definisce le procedure e i criteri per la presentazione e la selezione dei programmi urbani complessi, il limite massimo dei contributi, le percentuali di cofinanziamento pubblico e privato, nonché i requisiti necessari per beneficiare dei finanziamenti e le modalità per la loro erogazione. Gli interventi sugli edifici o sugli isolati realizzati con contributi pubblici non possono concorrere alla determinazione di quantità edificatorie premiali.»*

Nota all'art. 22:

- Il testo vigente dell'art. 10 della legge regionale 3 agosto 1999, n. 24 (si vedano le note all'art. 1), come integrato dalla presente legge, è il seguente:

«Art. 10
Centri commerciali.

1. Ai sensi dell'articolo 4, comma 1, lettera g) del decreto, i centri commerciali costituiti da più esercizi inseriti in una struttura a destinazione specifica che usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente sono classificati come un'unica media o grande struttura, a norma dell'articolo 4 della presente legge. La necessità di apposita e distinta autorizzazione per il centro commerciale non esime dal rispetto di quanto disposto agli articoli 7, 8 e 9 del decreto, per l'attivazione dei singoli esercizi commerciali in esso inseriti.

2. Nell'ipotesi in cui la somma delle superfici di vendita presenti in un centro commerciale corrisponda ad una media o grande struttura, deve essere attivato il procedimento relativo alla apertura della media o grande struttura di vendita corrispondente. Gli esercizi all'interno della media o grande struttura di vendita che configura un centro commerciale, non sono trasferibili al di fuori del centro commerciale, configurandosi questo ultimo come una struttura unitaria.

3. Si è in presenza di un centro commerciale anche qualora ricorra una delle seguenti caratteristiche:

a) presenza di un corpo comune di collegamento, anche configurato come copertura, tra due o più medie o grandi strutture di vendita fisicamente staccate;

b) distanza tra medie strutture di vendita di tipo M2, tra medie strutture di vendita di tipo M2 e grandi strutture e tra grandi strutture di vendita, inferiore a quaranta metri lineari, calcolata dai rispettivi muri perimetrali salvo la maggiore distanza stabilita nei regolamenti locali comunque non superiore a metri sessanta.

4. Per apertura di un centro commerciale, ai sensi del combinato disposto degli articoli 4, comma 1, lettera g), 8 e 9 del decreto e dei commi 1, 2 e 3, si intende non solo l'attivazione di un complesso commerciale concepito e realizzato sulla base di un apposito progetto, ma anche l'attivazione, in un complesso immobiliare unitario, di un centro realizzato mediante più

operazioni formalmente distinte di apertura, trasferimento o ampliamento o accorpamento di attività commerciali, in un arco di tempo inferiore a trentasei mesi, e pertanto da considerarsi contestuali quando vengano superati i limiti dimensionali previsti dall'articolo 4.

5. Nell'ipotesi di cui al comma 4, la domanda di autorizzazione per il centro, complessivamente considerato, deve essere inoltrata dal promotore o dal legale rappresentante dell'organismo di gestione del centro o, in mancanza, dal titolare dell'esercizio che, con il proprio ingresso nel centro, fa superare i limiti dimensionali minimi previsti.

5 bis. Per centri commerciali naturali si intendono aggregazioni di operatori del commercio, artigianato, turismo e servizi ubicati in ambiti omogenei, che mediante forme associative realizzano politiche di sviluppo comuni.».

Nota all'art. 23:

- Il testo vigente dell'art. 24 della legge regionale 3 agosto 1999, n. 24 (si vedano le note all'art. 1), come modificato ed integrato dalla presente legge, è il seguente:

«Art. 24

Progetti integrati di rivitalizzazione delle realtà minori.

1. I comuni possono dotarsi di un progetto integrato di rivitalizzazione delle frazioni o altre aree di interesse del proprio territorio aventi popolazione inferiore a 3000 abitanti e poste in posizione isolata dal capoluogo comunale, ai sensi dell'art. 10, comma 1, lettera a) del decreto.

2. Il progetto di cui al comma 1 prevede gli interventi più idonei a conseguire la rivitalizzazione del servizio distributivo ed almeno la permanenza di quello di prima necessità nelle aree di minore interesse commerciale, anche in deroga agli altri strumenti di indirizzo commerciale di cui il Comune è dotato; può inoltre prevedere la creazione di centri polifunzionali di servizi, tenuto conto dei punti di maggiore richiamo o transito autoveicolare. Nei centri i comuni possono stabilire particolari agevolazioni, fino all'esenzione, per i tributi di loro competenza. Il progetto è approvato previo esperimento della procedura partecipativa di cui all'art. 19, comma 2.

3. Per centro polifunzionale di servizi si intende un esercizio commerciale o più esercizi in unica struttura o complesso, in cui sono presenti più servizi autonomamente.

4. Nei centri polifunzionali di servizi possono essere rilasciate dai comuni autorizzazioni alla somministrazione di alimenti e bevande o alla vendita di giornali e riviste, in deroga ad eventuali vincoli di natura commerciale discendenti dalla normativa comunale o regionale, dando comunque priorità agli operatori esistenti che intendano trasferire la loro attività. [Nei centri possono essere disposti esoneri dai tributi locali].

5. È in facoltà dei comuni prevedere l'intrasferibilità di attività dai centri polifunzionali di servizi, per un periodo non superiore a tre anni dalla loro apertura. In ogni caso, qualora decorso detto termine, un pubblico esercizio di somministrazione di alimenti e bevande si trasferisca al di fuori del centro polifunzionale, lo stesso non può essere reintegrato con la procedura di cui al comma 4.

6. Qualora nel Comune già esistano spontanei addensamenti di servizi o attività, che, tenuto conto dell'afflusso di persone e della collocazione, già parzialmente assolvano alle funzioni di servizio di cui al presente articolo, i centri polifunzionali di servizi sono creati mediante il loro potenziamento.

7. In deroga al disposto del comma 1, i comuni appartenenti alla classe IV possono istituire centri polifunzionali di servizi anche nel capoluogo comunale.

7 bis. Per attività di prossimità si intende l'esercizio commerciale di vicinato, di somministrazione, di artigianato e di servizi, compreso quello turistico, che svolge una funzione di presidio del territorio in quanto unico operatore di un centro storico o località.».

Nota all'art. 24:

- Il testo vigente dell'art. 13 della legge regionale 28 novembre 2003, n. 23 (si vedano le note all'art. 17, alinea e parte novellistica), come modificato dalla presente legge, è il seguente:

«Art. 13 Interventi edilizi e recupero urbano.

1. Per favorire l'integrazione tra politiche abitative e quelle di riqualificazione urbana, il POA, sulla base dei criteri stabiliti dal piano triennale, destina risorse alla realizzazione di interventi di edilizia residenziale ricompresi in programmi urbani complessi di cui alla legge regionale 11 aprile 1997, n. 13, con priorità per quelli che favoriscono il recupero edilizio ed il contestuale miglioramento della dotazione di servizi, mediante sinergie tra interventi pubblici e privati.

2. *Gli interventi edilizi ricompresi nei programmi urbani complessi sono disciplinati, in base alle diverse categorie, ai sensi degli articoli 7, 8, 9, 10, 11 e 12 e relativamente ai requisiti dei beneficiari delle risorse di cui al comma 1, ai sensi degli articoli 20, 21, 22, 23 e 24.*

3. Qualora per l'attuazione del programma urbano complesso cofinanziato dalla Regione sia necessario apportare modifiche allo strumento urbanistico generale, il Comune approva le relative varianti nel rispetto delle vigenti normative o promuove la conclusione di un accordo di programma, ai sensi dell'articolo 34 del decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267.».

Nota all'art. 25:

- Il testo vigente dell'art. 20 della legge regionale 28 novembre 2003, n. 23 (si vedano le note all'art. 17, alinea e parte novellistica), come modificato dalla presente legge, è il seguente:

«Art. 20 Requisiti generali dei beneficiari.

1. *Fatto salvo quanto previsto al comma 1 bis*, per beneficiare dei contributi previsti dalla presente legge occorre possedere i requisiti elencati negli articoli 21, 22 e 23, rispettivamente per il recupero, l'accesso alla proprietà dell'abitazione ed alla locazione, nonché essere in una delle seguenti condizioni:

- a) cittadini italiani o dei Paesi che aderiscono alla Unione europea che risiedono o che prestano attività lavorativa in un comune della regione da almeno un anno;
- b) cittadini dei Paesi extracomunitari che sono in possesso del permesso di soggiorno da almeno tre anni e che prestano attività di lavoro continuativo nel territorio di un comune della regione da almeno due anni;
- c) cittadini italiani che sono residenti per ragioni di lavoro all'estero, e che intendono rientrare in Italia entro un anno dalla domanda.

1 bis. Per beneficiare dei contributi previsti per gli interventi di cui all'articolo 7, comma 3, lettera a), realizzati nei programmi urbani complessi, occorre essere in una delle seguenti condizioni:

a) cittadini italiani o dei Paesi che aderiscono all'Unione europea;
b) cittadini extra-comunitari che sono in possesso del permesso di soggiorno da almeno 3 anni.

2. Il POA può stabilire ulteriori requisiti per coloro che beneficiano dei contributi della presente legge, in relazione a specifiche categorie di intervento.».

Note all'art. 26, alinea e parte novellistica:

- Il testo vigente dell'art. 69 della legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11 (si vedano le note all'art. 1), come integrato dalla presente legge, è il seguente:

«Art. 69

Norme transitorie generali e finali.

1. Le normative che fanno rinvio alla legge regionale 2 settembre 1974, n. 53 e alle norme della L.R. n. 31/1997, abrogate dall'articolo 73, devono intendersi riferite alle disposizioni della presente legge.

2. Fino alla adozione da parte della Giunta regionale delle norme regolamentari, degli indirizzi e delle direttive attuative previsti dalla presente legge, si applicano le norme della stessa oppure le corrispondenti norme nazionali e quelle regionali previgenti, abrogate ai sensi dell'articolo 73, in quanto compatibili.

3. Fino alla emanazione delle norme regolamentari di cui all'articolo 62, comma 1, lettera d), si applica il Reg. 12 aprile 2000, n. 3, in quanto compatibile.

4. Con l'entrata in vigore della presente legge, cessa l'applicabilità delle disposizioni di cui alla L. n. 10/1977, in materia di piani pluriennali di attuazione.

5. La disciplina concernente le dotazioni territoriali e funzionali minime, nonché quella relativa alle situazioni insediative del PRG, di cui all'art. 62, comma 1, lettere b) e c), sostituisce quella del decreto ministeriale 2 aprile 1968, n. 1444, in materia, rispettivamente, di standard e di zone territoriali omogenee.

6. Fino alla emanazione delle norme regolamentari di cui all'art. 62, comma 1, lettera b), costituiscono dotazioni territoriali e funzionali minime, per gli strumenti urbanistici comunali e relativi interventi edilizi, gli standard urbanistici di cui all'articolo 26 della L.R. n. 31/1997 e agli articoli 59, 60 e 61 della L.R. n. 27/2000.

7. Dalla data di approvazione delle norme regolamentari di cui all'art. 62, comma 1, lettere a), b) e c), tutte le normative che fanno rinvio o riferimento alle zone omogenee del D.M. n. 1444/1968 devono intendersi riferite alle corrispondenti situazioni insediative di cui alle stesse norme regolamentari.

8. La Regione, provvede a raccogliere in un unico testo l'intera legislazione regionale in materia urbanistica.

9. Le disposizioni di cui al titolo terzo, capo secondo, concernenti le norme per il territorio agricolo, prevalgono su quelle degli strumenti urbanistici generali e dei regolamenti comunali purché queste non prevedano indici di densità edilizia, di altezze e superfici più restrittivi.

10. Le norme della presente legge prevalgono sugli strumenti urbanistici e sulle normative edilizie dei comuni e delle province.

11. A seguito dell'entrata in vigore della presente legge cessa nella Regione Umbria la diretta operatività delle norme statali di dettaglio in materia urbanistica, ivi comprese quelle che non trovano una corrispondente disciplina nella normativa regionale, salvo quanto previsto al comma 2.

12. I comuni adeguano le proprie normative e conformano i propri atti in base ai requisiti e contenuti definiti come cogenti negli atti di cui all'art. 62, commi 1 e 2, entro sei mesi dalla data della loro pubblicazione nel Bollettino Ufficiale della Regione. Trascorso tale termine i requisiti, parametri tecnici e tipologici cogenti trovano diretta applicazione al fine di garantire comportamenti uniformi in tutto il territorio regionale.

12 bis. Fino alla approvazione del piano comunale dei servizi di cui all'articolo 5, i Comuni utilizzano le somme ricavate dall'applicazione degli articoli 60, comma 5 e 61, comma 7 della l.r. 27/2000 per la realizzazione e la gestione dei servizi di cui all'articolo 5, comma 2. Tale possibilità decade ventiquattro mesi dopo la pubblicazione, nel Bollettino Ufficiale della Regione del regolamento regionale, di cui all'articolo 62, comma 1, lettera a).».

- Il testo degli artt. 60, comma 5 e 61, comma 7, della legge regionale 24 marzo 2000, n. 27 (si vedano le note all'art. 2, comma 1, lett. a)), è il seguente:

«Art. 60

Standard minimi per aree pubbliche al servizio di insediamenti residenziali.

Omissis.

5. Il PRG, parte operativa, stabilisce i casi in cui le aree per standard di cui al presente articolo possano essere previste all'esterno dei comparti residenziali ovvero i casi in cui il valore delle rispettive aree possa essere monetizzato in alternativa alla loro sistemazione e cessione gratuita al Comune, definendone il valore e disciplinando le modalità di pagamento a carico dei proprietari delle aree oggetto del piano attuativo.

Omissis.

Art. 61

Standard per aree al servizio di insediamenti direzionali, produttivi, turistico-residenziali e turistico-produttivi.

Omissis.

7. I comuni, nel P.C.S., o con provvedimento motivato in relazione alla ubicazione degli insediamenti di cui al presente articolo, nonché quelli di cui all'art. 26 della legge regionale 21 ottobre 1997, n. 31, possono prevedere la facoltà che la cessione delle aree pubbliche per standard sia sostituita, a richiesta del proponente l'intervento o del concessionario, da adeguati servizi ed infrastrutture, poste anche all'esterno dei comparti o delle zone oggetto di intervento, che garantiscano migliori soluzioni urbanistiche. I comuni possono prevedere la facoltà, anche in relazione alle disposizioni di cui sopra e con provvedimento motivato, i casi in cui, a richiesta del proponente l'intervento o del concessionario, le aree pubbliche per standard possano essere monetizzate in alternativa alla loro sistemazione e cessione gratuita, stabilendone il valore e disciplinando le modalità di pagamento a carico dei proprietari.

Omissis.».

Nota all'art. 27, comma 2:

- La legge regionale 10 aprile 1995, n. 28, recante “Norme in materia di strumenti di pianificazione territoriale e urbanistica”, è pubblicata nel S.O. n. 1 al B.U.R. 19 aprile 1995, n. 21.

Note all'art. 30, commi 2, 3, 4 e 5:

- Per la legge regionale 11 aprile 1997, n. 13, si vedano le note all'art. 1.
- La legge regionale 16 dicembre 1997, n. 46, recante “Norme per la riqualificazione della rete di trasporto e viaria nel territorio regionale e procedure per l'attuazione dei

relativi interventi”, è pubblicata nel B.U.R. 24 dicembre 1997, n. 66.

- Per la legge regionale 3 agosto 1999, n. 24, si vedano le note all’art. 1.
- La legge regionale 27 marzo 2008, n. 6, recante “Bilancio di previsione annuale per l’esercizio finanziario 2008 e bilancio pluriennale 2008/2010”, è pubblicata nel S.S. n. 3 al B.U.R. 28 marzo 2008, n. 15.
- La legge regionale 26 marzo 2008, n. 4, recante “Disposizioni per la formazione del bilancio annuale di previsione 2008 e del bilancio pluriennale 2008/2010. Legge finanziaria 2008”, è pubblicata nel S.S. n. 1 al B.U.R. 28 marzo 2008, n. 15.
- La legge regionale 30 marzo 2007, n. 9, recante “Bilancio di previsione annuale per l’esercizio finanziario 2007 e bilancio pluriennale 2007/2009”, è pubblicata nel S.S. n. 3 al B.U.R. 30 marzo 2007, n. 14.
- La legge regionale 29 marzo 2007, n. 7, recante “Disposizioni per la formazione del bilancio annuale di previsione 2007 e del bilancio pluriennale 2007/2009. Legge finanziaria 2007”, è pubblicata nel S.S. n. 1 al B.U.R. 30 marzo 2007, n. 14.
- Il testo degli artt. 27, comma 3, lett. c) e 29, comma 4, della legge regionale 28 febbraio 2000, n. 13, recante “Disciplina generale della programmazione, del bilancio, dell’ordinamento contabile e dei controlli interni della Regione dell’Umbria” (pubblicata nel S.O. al B.U.R. 2 marzo 2000, n. 11), è il seguente:

«Art. 27
Legge finanziaria regionale.

Omissis.

3. La legge finanziaria regionale stabilisce:

Omissis.

c) la determinazione, in apposita tabella, della quota da iscrivere nel bilancio di ciascuno degli anni considerati dal bilancio pluriennale per le leggi regionali di spesa permanente, la cui quantificazione è espressamente rinviata alla legge finanziaria regionale;

Omissis.

Art. 29
Fondi speciali.

Omissis.

4. Ai fini della copertura finanziaria di spese derivanti da provvedimenti legislativi, non approvati entro il termine dell’esercizio relativo può farsi riferimento alle quote non utilizzate di fondi globali di detto esercizio, purché tali provvedimenti siano approvati prima del rendiconto di tale esercizio e comunque entro il termine dell’esercizio immediatamente successivo. In tal caso resta ferma l’assegnazione degli stanziamenti dei suddetti fondi speciali al bilancio nei quali essi furono iscritti, e delle nuove o maggiori spese al bilancio dell’esercizio nel corso del quale si perfezionano i relativi provvedimenti legislativi.

Omissis.».