

Ottobre
2022

SRM 



Cultura e Archeologia
per un turismo sostenibile di qualità. N.2
Il caso del turismo sotterraneo e sue implicazioni

Salvio CAPASSO
Responsabile Imprese & Territorio
SRM



Il turismo underground rientra nell'ambito del turismo sostenibile, una macrocategoria che include il Culturale, Naturalistico e d'Avventura



INDICE

1.	Introduzione	4
2.	Il turismo sostenibile tra ambiente e cultura. Le opportunità del Mezzogiorno e della Campania	6
	2.1 Il fattore Cultura	6
	2.2 Il fattore Ambiente	12
3.	Il Turismo Underground: definizioni e perimetro di analisi	15
4.	Esempi di turismo underground	29
5.	Alcune riflessioni sullo sviluppo del turismo underground e sulle potenzialità economiche	41
6.	Spunti conclusivi, PNRR: risorse e progetti per lo sviluppo turistico	44
	Bibliografia e Sitografia	47

Tante esperienze ed emozioni che vanno incontro alle **nuove esigenze del turista.**

Questo **focus, analizza** le caratteristiche del settore e le sue **potenzialità.**

Rendere ciò che è invisibile visibile, **far emergere il sotterraneo**, dare valore e luce alle unicità di questo patrimonio rappresentano **le prossime sfide** a cui tendere.

*Un ringraziamento alla
Federazione Speleologica Regionale
per il contributo fornito*

Il turista oggi

I turista medio di oggi è una persona **abituata a viaggiare** e **difficilmente in grado di stupirsi**

Il turista non è per niente sprovvisto, è **capace di gestire il suo soggiorno** abbastanza autonomamente, è per lo più **informato** (grazie anche ad Internet) e **istruito**

Riduce la durata del soggiorno: viaggi sempre più brevi ma densi

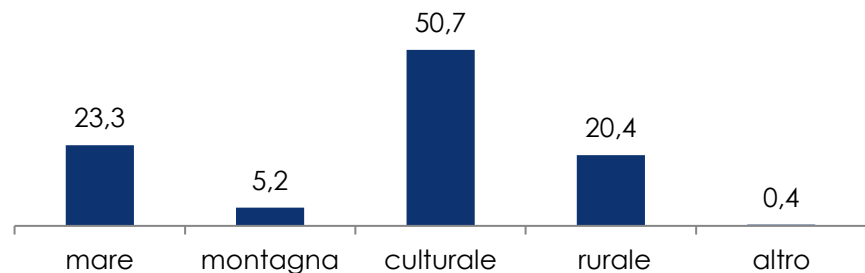
Concentra più esperienze. Progressiva ibridazione: presenza di motivazioni molteplici, in cui si associano sia contenuti **culturali** che di **altra natura**

- **Determinante è il tematismo prevalente** per gli effetti economici e sociali sul territorio.
- Qui risiede la **principale motivazione della differenza tra il Nord ed il Sud d'Italia!!**

La cultura è la principale voce dell'attrattività turistica del nostro Paese ³

1 turista internazionale su 2 sceglie l'Italia per la sua offerta culturale con percentuali ancora più alte per i viaggiatori più giovani e per coloro che visitano il Paese per la prima volta.

Probabilità di scelta del tipo di vacanza dei viaggiatori stranieri in Italia (%)



Per Tematismi

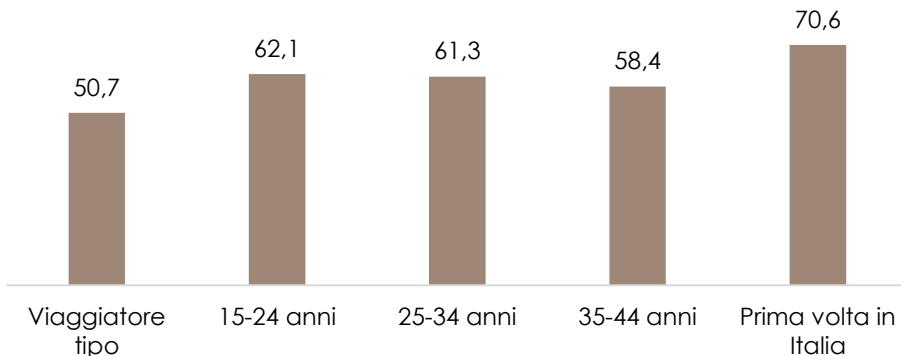
Chi è il viaggiatore culturale italiano:

- È più giovane.
- Preferisce la destinazione alberghiera.
- Ha un'elevata propensione alla spesa.



Fonte: elaborazione SRM su Banca d'Italia

Culturale per età



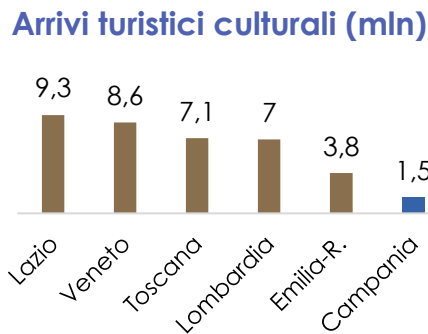
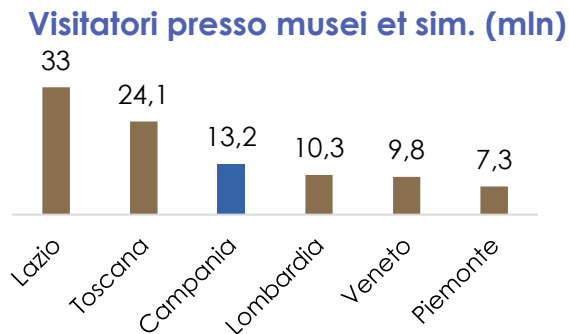
Al Sud ed in Campania l'offerta culturale è rilevante ma la domanda presenta distanze evidenti dal Centro-Nord. Occorre trasformare il visitatore in turista

Il **Sud** è ricco di musei e siti archeologici, ma debole in riferimento alla domanda turistica culturale. Il mare resta il principale attrattore (in **Italia** la cultura).

Confronto Mezzogiorno ■ e Centro-Nord ■



Classifica regionale



La Campania, con 182 musei ed istituti similari, attrae 13,2 milioni di visitatori, ed è **3^A** in Italia **ma 6^A** per arrivi turistici culturali. **Il valore del triangolo culturale** (Lazio/Toscana/Veneto).

Un tassello importante è rappresentato dal turismo sotterraneo

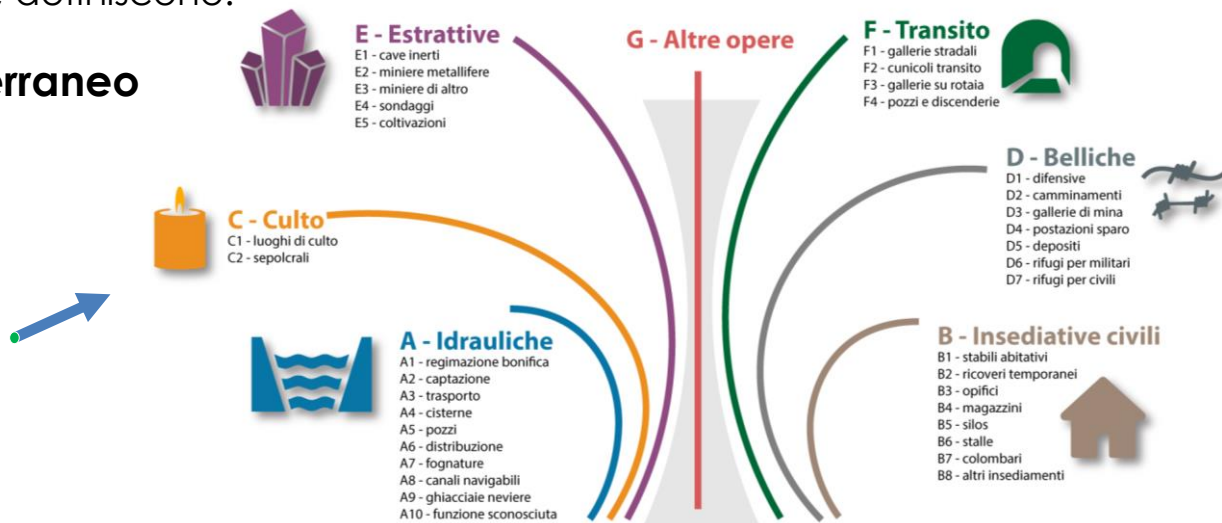
L'UNESCO non lo inquadra in una categoria specifica.

Da un'analisi terminologica sui **siti UNESCO**, dei 1.154 siti **quasi il 20% (221) è costituito da grotte e cavità sia naturali sia artificiali.**

La Società Speleologica Italiana e, l'Union International de Spéléologie (UIS), definiscono:

il patrimonio naturale sotterraneo
(grotte e cavità di origine naturale)

il patrimonio costituito da cavità di tipo artificiale

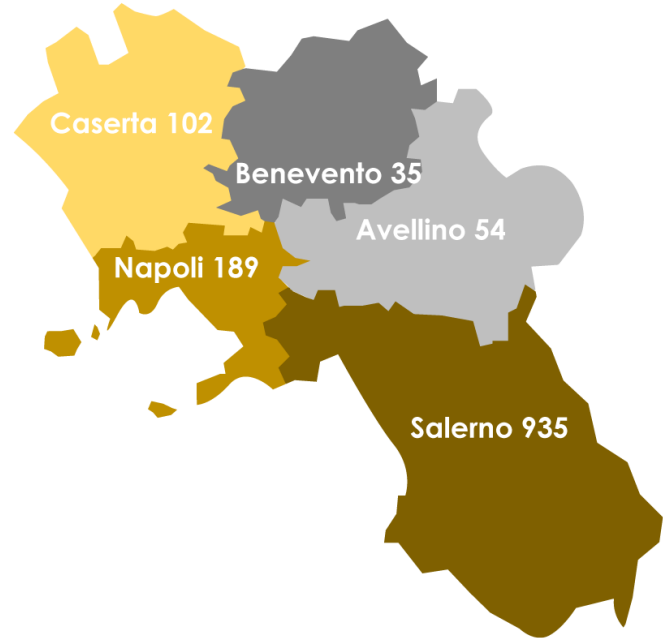
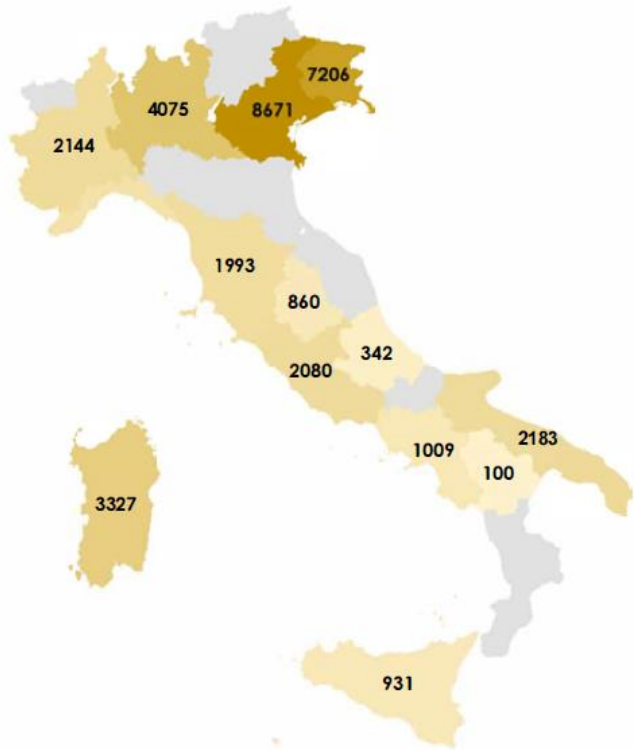


Dal 2019 il CNR è alla guida del progetto europeo "Underground Built Heritage as a Catalyzer for Community Valorisation" per lo scambio di competenze e lo studio e la promozione del patrimonio Underground.

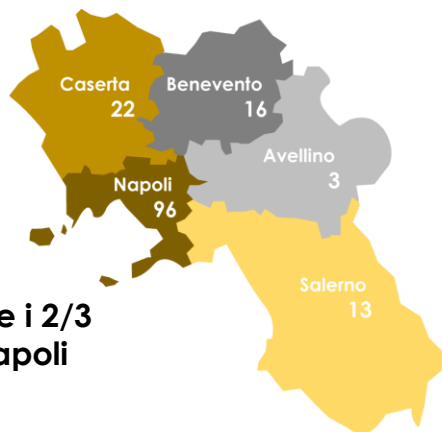
Alcuni numeri: le cavità naturali

Cavità naturali in Italia: **oltre 37.000**

Campania: 1.315 grotte naturali di cui **oltre il 70% nella provincia di Salerno (FSR)**

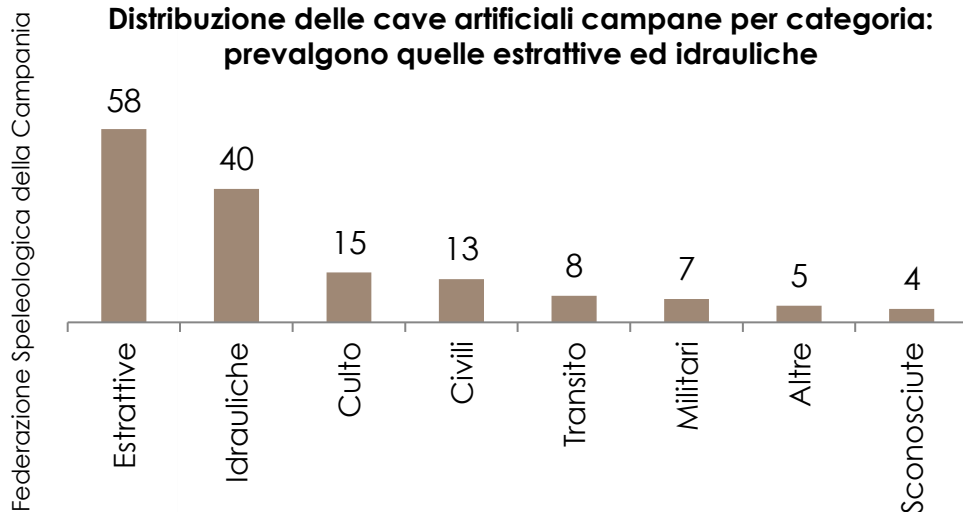


Campania:
distribuzione
delle cave
artificiali per
provincia



Totale 150 di cui **oltre i 2/3**
nella provincia di Napoli

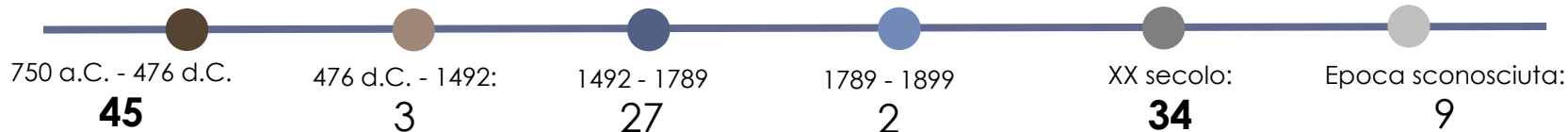
Distribuzione delle cave artificiali campane per categoria:
prevalgono quelle estrattive ed idrauliche



- **Utilizzo plurimo:**

ben 51 delle 144 cavità artificiali sono state utilizzate anche per scopi diversi da quelli di funzione d'uso

- **epoca di realizzazione-utilizzo:**



In particolare Catacombe, Mitrei e Ipogei sono potenti attrattori nell'ambito del turismo culturale

Catacombe: 66 in Italia, concentrate per lo più nel Lazio (33 a Roma e 16 nel resto della regione). **Al Sud 13 ed in Campania 4**. In **Italia solo 18 sono aperte con regolarità alle visite** e 21 risultano chiuse al pubblico. (Fonte: Pontificia Commissione di Archeologia Sacra, progetto "Catacombe d'Italia").

Mitrei: 18 in Italia, buona parte si trovano nel Lazio (12). **4 al Sud e 3 in Campania**.

Nome	Regione	Accessibilità
Mitreo di S. Maria Capua Vetere	Campania, S. Maria Capua Vetere (CE)	Sito temp. chiuso
Mitreo della CryptaNeapolitana	Campania, Napoli	Si
Mitreo della Chiesa di Sant'Aspreno al Porto		
Mitreo di Siracusa	Sicilia, Siracusa	Non accessibile

Fonte: elaborazioni SRM su www.romanoimpero.it

Alcuni esempi di luoghi di culto ed opere sepolcrali nella città di Napoli.

Nome	Gruppo
Catacombe di San Severo	Luoghi di culto
Catacombe di San Efebo	
Catacombe di San Gennaro	Opere sepolcrali
Catacombe di San Gaudioso	
Ipogeo ellenistico dei Melograni	
Ipogeo ellenistico dei Togati	
Ipogeo dei Cristallini	

Fonte: elaborazioni SRM su Federazione Speleologica della Campania

Del ricco patrimonio sotterraneo solo una parte può essere considerata una reale o potenziale destinazione turistica. Alcuni casi già consolidati

9

Esempi di tre segmenti turistici

Le grotte e le cavità naturali

Due casi di buona gestione con ricaduta positiva sul territorio:

- **GeoParco delle Alpi Apuane:** il coinvolgimento delle comunità locali, delle autorità pubbliche, delle organizzazioni e del settore privato
- **Mammoth Cave National Park:** per ogni dollaro di spesa turistica l'effetto complessivo è pari a 2,4 dollari.

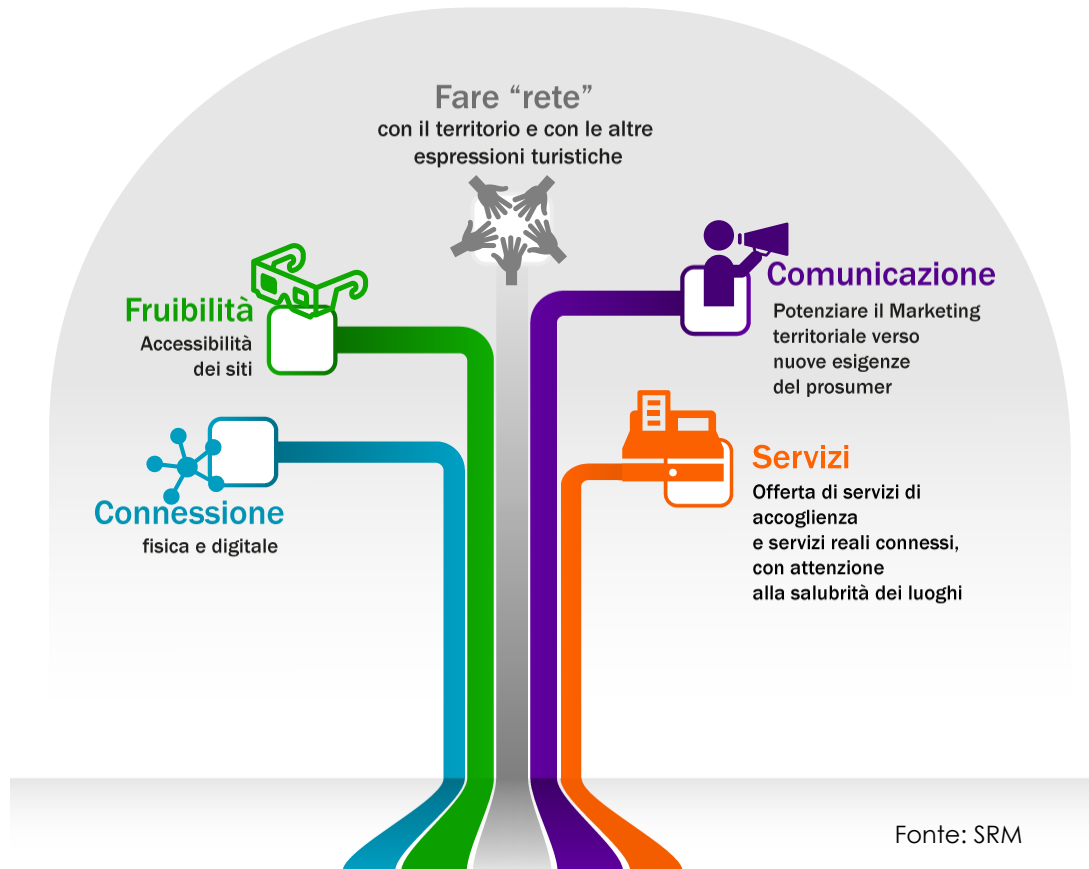
Le cavità artificiali delle grandi aree urbane

- **Parigi:** 15 siti, tipologie varie, visitabili e sito web organizzato
- **Roma:** 180 siti, sito web organizzato e offerta di itinerari turistici
- **Napoli:** 23 opere, ampia varietà di tipologie. Iniziativa «**Campania Artecard**» Percorsi sotterranei e grotte naturali.

Cave e miniere abbandonate

- l'ottima organizzazione delle visite turistiche nelle **miniere di sale in Austria e in Germania.**

Come incrementare l'attrattività culturale? I grandi assi su cui agire



Le **competenze** manageriali, professionali ed imprenditoriali alla base di tutto.

Con questi fattori è possibile **trasformare i visitatori in turisti**

Con lo sviluppo del settore turistico underground le potenzialità economiche diventano interessanti

La valorizzazione e la messa a sistema dell'attrattore «patrimonio culturale sotterraneo» sia con gli altri settori dell'economia locale **e sia con gli altri triangoli culturali italiani** determinano un doppio effetto:

- aumento delle presenze per una crescita della durata media del soggiorno
- aumento del numero dei turisti per una maggiore attrattività

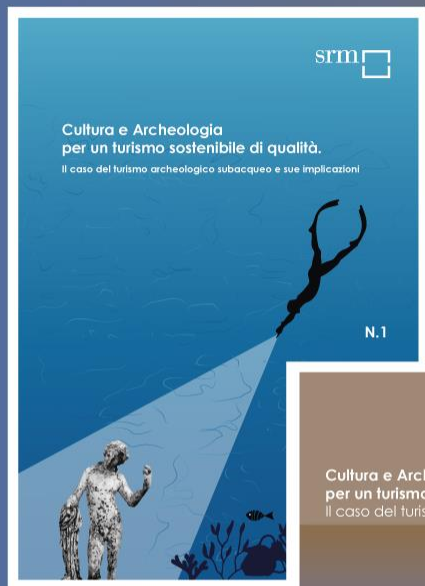
MEZZOGIORNO	CAMPANIA
+10.000	+5.000
+454 mln €	+267 mln €
+4,3 mln	+2,5 mln

Implicazioni economiche rilevanti



Fonte: elaborazioni e stime SRM

Grazie per l'attenzione



Questi ed altri studi
sono disponibili
sul nostro sito

sr-m.it