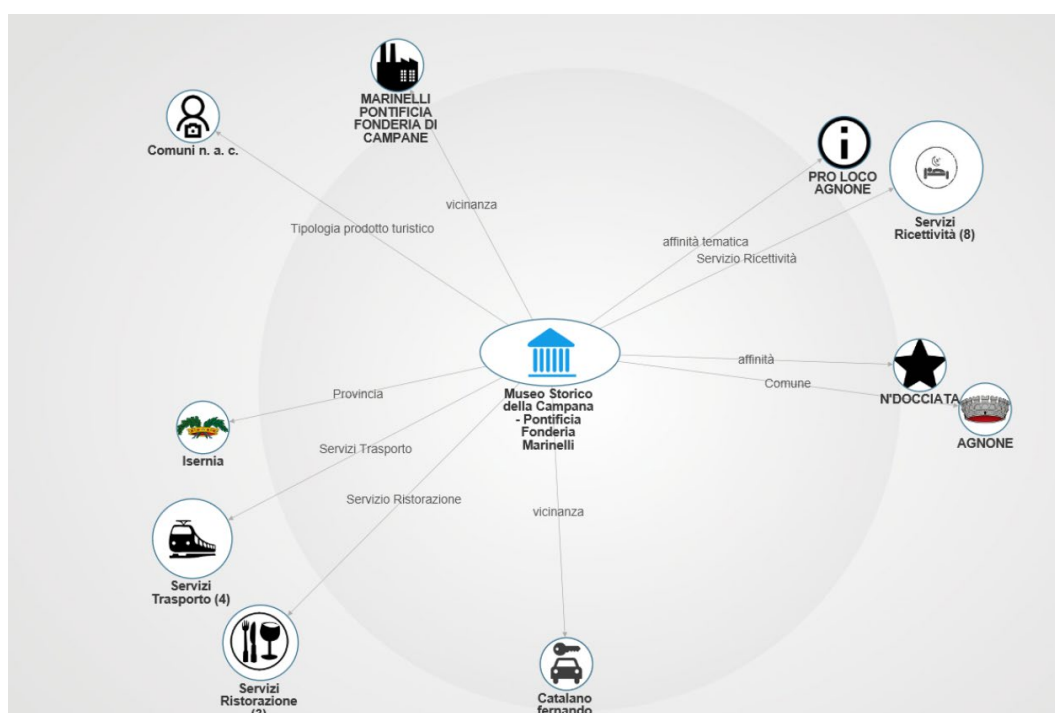




MAPPA DELLE OPPORTUNITÀ

ANALISI SWOT SUGLI ATTRATTORI

Molise



Fondo di perequazione 2015/16

La valorizzazione del patrimonio culturale e del turismo

Con il supporto tecnico scientifico di



ISNART

SOMMARIO

Premessa	3
1. Orientarsi nella Mappa delle opportunità	3
2. Geografie fisiche ed immateriali dei sistemi turistici del Molise.....	5
3. Analisi SWOT degli attrattori regionali	9

Premessa

Il territorio italiano è particolarmente dotato di attrattori di valenza culturale, ambientale, artistica. La valorizzazione di questo rilevante patrimonio ha sovente di fronte un limite rappresentato dall'assenza di connessioni adeguate ed efficaci tra l'attrattore e le altre componenti del sistema territoriale, lasciando i singoli attrattori ciascuno al proprio mercato, laddove esistente. In questo senso, si rende necessario individuare ed esaminare la configurazione delle connessioni attuali tra la singola risorsa attrattiva (espressa dal patrimonio ambientale, storico, artistico e culturale) ed il complesso dei servizi disponibili localmente in una nuova logica in cui sono propri tali legami - fisici ed immateriali - ad essere posti al centro delle azioni di sviluppo locale. Sulla base della quantificazione e qualificazione di tali legami si possono definire diverse possibili configurazioni locali di attrattori e valutare il grado di adeguatezza delle destinazioni turistiche in cui sono inseriti, fornendo alle Camere di Commercio strumenti di conoscenza utili a predisporre servizi ed assistenza mirati.

L'insieme degli attrattori localmente definiti unitamente al complesso delle connessioni da e verso essi esistente (o attivabile) costituisce ciò che abbiamo definito "*Mappa delle opportunità*" ovvero una rappresentazione ragionata degli elementi di forza e di debolezza di sistemi di attrattori definiti localmente in base a criteri di similarità di varia natura.

1. Orientarsi nella Mappa delle opportunità

Quello che c'è, quello che manca Per "attrattore turistico" si intende una risorsa materiale o immateriale del territorio che può correlarsi con diversa intensità alla motivazione di vacanza del turista. Può trattarsi di risorse già note e di maggiore richiamo, ovvero di risorse definibili "minori" non pienamente o insufficientemente valorizzate. La piattaforma Simoo (*Surfing on the Map of Offers and Opportunities*) consente di estrarre informazioni relative all'ambiente intorno all'attrattore selezionato ma anche rispetto al contesto esterno - ovvero alle imprese appartenenti all'intera filiera connessa all'attrattore - compresa la rete per la commercializzazione composta dai soggetti privati del sistema di interme-

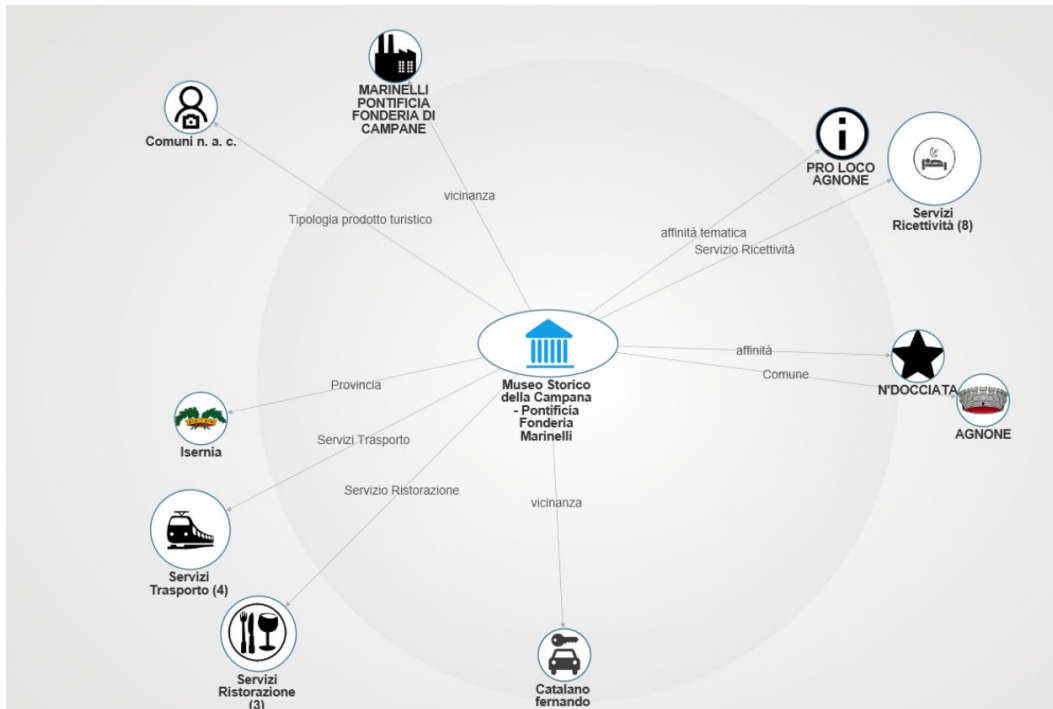
diastione turistica e commerciale sia tradizionale che online ed il sistema dei trasporti che ne definisce l'accessibilità e l'effettiva fruibilità. È possibile visualizzare la relazione tra un servizio, gli altri servizi del territorio e gli attrattori, riassumere i servizi di un territorio, visualizzare statistiche dei servizi per tipologia e per qualità della prestazione. Tale visualizzazione è attivabile in diverse modalità: report, grafici, grafi e consente - entro i limiti della bontà del processo di popolamento delle diverse aree - di ottenere indicazioni su vari aspetti quali, a titolo di esempio, adeguatezza delle strutture informative di un sito museale, raggiungibilità di un attrattore mediante linee di trasporti pubbliche o private, adeguatezza della capacità ospitante dei servizi alberghieri adiacenti ad un attrattore, etc.. L'insieme di tali informazioni confluisce e compone una "Mappa delle opportunità" in grado di fornire ai decisori, ai sistemi d'impresa locali e ai diversi portatori di interesse nuove direzioni di sviluppo valorizzando il loro ruolo non solo nelle componenti del sistema già esistenti ma soprattutto in quelle "mancanti", per quantità o qualità, accrescendo le potenzialità di sviluppo nei diversi ambiti territoriali.

Similarità e clustering tra attrattori La piattaforma Simoo consente di analizzare gli attrattori inseriti in base a processi di raggruppamento (clustering) utili alla loro caratterizzazione ed alla individuazione di eventuali carenze ed opportunità. La piattaforma consente di raggruppare unità tra loro eterogenee (i singoli attrattori) in più sottoinsiemi distinti ma omogenei al loro interno, in cui cioè le unità che li compongono sono selezionate dal sistema in base a caratteristiche di similarità che si riferiscono alle variabili disponibili. La piattaforma Simoo consente anche di attribuire a ciascuna delle macrovariabili considerate per raggruppare gli attrattori un diverso grado di rilevanza (nessuna rilevanza, minima, media, elevata). Si possono ottenere similarità riferite alle dimensioni fisiche considerate: similarità in ambito geografico, sotto il profilo dei servizi interni (guide, lingue parlate, biglietti) non solo in termini di "presenza" e/o "assenza" dell'attributo considerato ma anche in funzione degli aspetti quantitativi e qualitativi che esso assume; si possono ottenere anche similarità *semantiche* rispetto alle descrizioni (tipologia di attrattore, periodo storico di riferimento, etc). L'insieme di questi riferimenti numerico-qualitativi alle diverse dimensioni prese in esame può essere utilizzato per l'analisi di *clustering* (analisi dei gruppi) riferita ad elementi materiali o immateriali connessi all'attrattore.

Questi aspetti metodologici sono alla base dell'analisi SWOT descritta nel par. 3.

2. Geografie fisiche ed immateriali dei sistemi turistici del Molise

Il sistema turistico dell'attrattore Il singolo attrattore (o il gruppo di attrattori) ed il sistema turistico nel quale è inserito possono essere visualizzati in diverse modalità. Una di esse è la rappresentazione a grafi. Un grafo è una struttura composta da un insieme di nodi, che rappresentano gli oggetti che si stanno descrivendo e un insieme di archi che rappresentano delle relazioni tra gli oggetti. Ogni arco congiunge una coppia di nodi, evidenziando una certa caratteristica emergente della coppia. I grafi sono utilizzati per mostrare, in primo luogo, le connessioni tra attrattori e servizi che li supportano. I nodi sono dunque composti da attrattori e servizi, mentre gli archi mostrano la relazione di connessione tra due elementi indicando testualmente la motivazione della connessione. Questi grafi possono essere visti come un punto di partenza per la navigazione web a partire da un attrattore e/o dai rispettivi servizi connessi. Essi, infatti, permettono di avviare una navigazione in maniera sostanzialmente arbitraria, partente, ad esempio, dal sito web di un attrattore o di un servizio ad esso connesso. Il grafo pone l'attrattore selezionato al centro di una costellazione di imprese e di servizi turistici che ne costituiscono il sistema di riferimento e di supporto locale. A ciascun elemento sono associate informazioni di tipo quantitativo (es.: numero di servizi di trasporto esistenti) oppure qualitativi. In figura viene mostrato uno dei grafi appena descritti con riferimento all'attrattore "Museo storico della Campana".

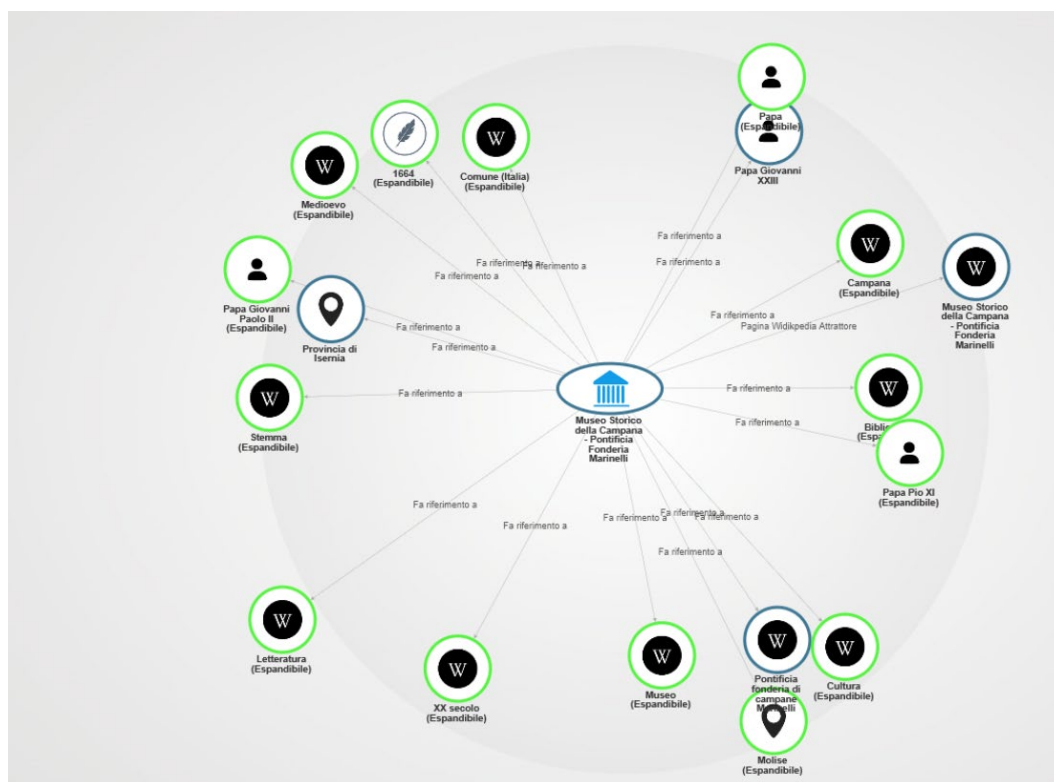


A sua volta, alcuni degli elementi della "mappa" possono essere ulteriormente esplosi (mediante l'uso del mouse) ed indagati onde individuarne le caratteristiche specifiche e gli aspetti di collegamento con l'attrattore. Nel caso del Museo storico della Campana i servizi di ricettività inseriti nell'ecosistema digitale sono 8.



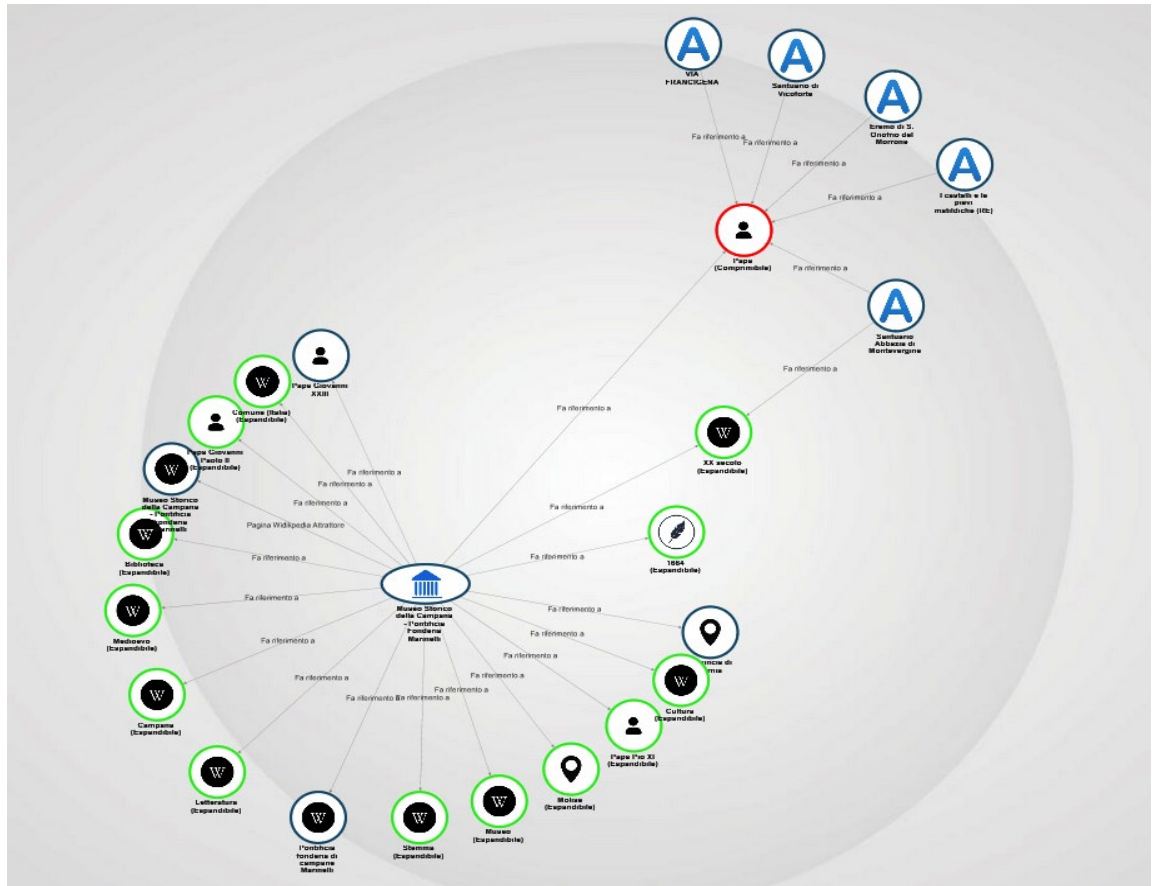
Wikification Gli attrattori presenti all'interno della piattaforma contengono due informazioni che permettono un ulteriore collegamento verso il mondo del web: la descrizione, un testo aperto in linguaggio naturale e il link alla rispettiva pagina Wikipedia (nel caso in cui l'utente abbia inserito questo dato). Queste due informazioni possono essere usate congiuntamente per generare un insieme di ulteriori termini chiave di Wikipedia, connessi perché direttamente puntati dalla pagina Wikipedia dell'attrattore o indirettamente perché citati all'interno della descrizione. Questo può permettere di scoprire, ad esempio, ulteriori possibilità di connessione tra attrattori che potrebbero essere puntate da una stessa pagina contenente una lista oppure evidenziate come opere artistiche (libri, film, canzoni) presenti su Wikipedia abbiano dei riferimenti agli attrattori.

In figura viene mostrata una possibile visualizzazione (tramite i grafi discussi in precedenza) sempre con riferimento al Museo storico della Campania.



A loro volta, alcuni degli elementi della "mappa" possono essere ulteriormente esplosi (mediante l'uso del mouse) ed indagati onde individuarne le caratteristiche specifiche e gli aspetti di collegamento con l'attrattore attuali e/o potenziali

con altri attrattori o con sistemi di informazione che consentano ulteriori connessioni con quello di origine.



3. Analisi SWOT degli attrattori regionali

In questo contesto l'analisi SWOT - acronimo di Strengthness (forza), Weakness (debolezza), Opportunities (opportunità) e Threats (minacce) - è una metodologia utilizzata per l'analisi del contesto competitivo di una destinazione turistica attraverso insiemi di attrattori raggruppati sulla base di similarità di diversa natura. Essa analizza l'impatto delle caratteristiche materiali ed immateriali dell'attrattore (fattori interni di forza e/o debolezza) e dei principali fattori che caratterizzano il contesto esterno dell'attrattore (fattori esterni come opportunità e/o minacce) che definiscono il suo posizionamento sul mercato, per poter poi elaborare una strategia competitiva.

Le quattro componenti della SWOT permettono di evidenziare le caratteristiche della destinazione turistica, di far emergere i meccanismi interni sui quali si vuole intervenire, di descrivere il contesto esterno di riferimento che influenza il perseguimento degli obiettivi. Lo scopo non è quello di fare un'analisi dettagliata della situazione ma di supportare la definizione di strategie locali basate sulle opportunità di sviluppo dell'attrattore attraverso la valorizzazione degli elementi di forza e il contenimento dei punti deboli, considerando allo stesso tempo gli scenari che possono influenzare le strategie locali, sia positivi che negativi. Con maggiore dettaglio:

Punti di forza: le attribuzioni dell'attrattore che sono utili a raggiungere l'obiettivo (particolarità del prodotto turistico, vantaggi locali, altri vantaggi comparati)

Punti di debolezza: le attribuzioni dell'attrattore che sono sfavorevoli per raggiungere l'obiettivo (aspetti inesistenti e/o di scarsa qualità, lacune nei servizi, limitazione delle risorse, problemi organizzativi, svantaggi comparati)

Opportunità: condizioni esterne che sono utili a raggiungere l'obiettivo (mercati chiave, tendenze di mercato, vantaggi tecnologici, politiche di supporto, risorse disponibili, nuovi sviluppi)

Rischi/minacce: condizioni esterne che rappresentano dei vincoli rispetto all'intervento che si intende porre in essere (incertezza economica, sfide ambientali, politiche ostili, mancanza di coordinamento e reattività, concorrenti in crescita).

Le analisi sulla similarità degli attrattori si basa su due classi di fattori: la dimensione interna e quella esogena. La dimensione **interna** è costituita da una serie di variabili descrittive del singolo attrattore raggruppate per affinità temati-

ca in 8 categorie: 1. Aspetti geografici: individuano la dimensione geografica dell'attrattore (ubicazione, collocazione all'interno di aree protette, presenza di certificazioni e riconoscimenti); 2. Aspetti web: descrivono la connettività di un attrattore rispetto alla rete ed al Web; Servizi interni: servizi annessi all'attrattore sia in termini quantitativi che qualitativi; 4. Qualità delle guide: quantità e qualità delle guide e dei materiali informativi disponibili presso l'attrattore per facilitarne la fruizione; 5. Categorizzazione: tassonomia riferita al periodo storico ed alla tipologia dell'attrattore; 6. Servizi connessi: individuano la disponibilità di servizi di accoglienza di tipo ricettivo, ristorativo, etc., che supportano l'attrattore; 7. Semantica Testuale: una rappresentazione vettoriale e machine-readable della descrizione testuale dell'attrattore per confrontare elementi descrittivi dei diversi attrattori; 8. Raggiungibilità: descrive accessibilità di un attrattore sotto il profilo della mobilità e delle infrastrutture di trasporto.

Per ciascuna delle 8 dimensioni indicate sono stati individuati una serie di indicatori esplicativi in grado di descrivere, sotto un profilo sia quantitativo che qualitativo, la posizione dell'attrattore sia rispetto al sistema turistico in cui è collocato sia rispetto ad altri sistemi sulla base di predefiniti criteri di similarità. L'insieme dei valori assunti da tali indicatori, che possono assumere un profilo numerico oppure qualitativo, costituiscono lo scenario di riferimento per la costruzione dell'analisi SWOT in termini di punti di forza e debolezza.

La dimensione **esogena** si basa su elementi di analisi che provengono non direttamente dalla piattaforma ma dalla conoscenza del comparto e del territorio su cui insistono i singoli attrattori o i gruppi di attrattori. Alle voci "opportunità" e "minacce" dell'analisi SWOT afferiscono dimensioni che hanno luogo e si evolvono nel contesto esterno dell'attrattore. Tenuto conto delle particolari finalità del "Progetto di valorizzazione del patrimonio culturale e del turismo" si intende qui fare riferimento principalmente agli scenari offerti da tre tipologie di fenomeni la cui evoluzione recente ed attesa può essere di volta in volta inquadrata come "opportunità" o "minaccia" in relazione alle possibilità di sviluppo dell'attrattore. Per ciascuna dimensione sono riportate a titolo di esempio alcune variabili che possono esse utilmente considerate nella valutazione come elementi di impulso (opportunità) ovvero come vincoli (minacce): 1. Ricettività: tendenze complessive dei flussi turistici su scala nazionale e locale; crescita/flessione della domanda turistica per destinazioni e/o prodotti turistici che presentano similarità con quelli in esame; 2. Politiche: presenza/assenza politiche di sostegno; presenza/assenza di specifiche azioni di recupero in corso di beni storico-architettonici; presenza/assenza di interventi per implementazione di nuove tecnologie per la valoriz-

zazione del patrimonio culturale locale, etc; 3. Sociali: aumento/flessione dei consumi culturali nella propria regione; crescita/flessione di attenzione sociale per specifici aspetti culturali; assenza/presenza di impatto della pressione demografica ed economico-sociale del turismo rispetto ai centri storici; aumento/flessione nell'uso di spazi urbani per momenti di aggregazione e di offerta culturale, etc.

Considerata la ristretta numerosità degli attrattori, con riferimento al Molise alla piattaforma digitale è stato di costruire 3 gruppi di attrattori (numerati da 0 a 3) basati su una analisi della similarità (grado di coesione interna) riferita alle 8 dimensioni ed alle sottostanti 37 variabili disponibili. L'analisi dei gruppi (cluster analysis) è realizzata assegnando a tutte le dimensioni considerate la massima rilevanza (poiché l'analisi Swot è condotta a livello regionale è stata esclusa la variabile "aspetti geografici"). Per ciascuno dei quattro gruppi di attrattori il sistema elenca i principali 3 aspetti di similarità individuati seguiti da una freccia che può essere rivolta verso l'alto (viene associata una valutazione interpretabile come "positiva" in termini di presenza dell'attributo) oppure verso il basso (viene associata una valutazione interpretabile come "negativa" in termini di assenza o scarsa presenza dell'attributo).







Gli attrattori inseriti per la regione Molise sono 8 che risultano "confermati" (ovvero ritenuti completi sotto il profilo delle informazioni inserite) e suddivisi nelle seguenti tipologie come da indicazione regionale nell'immissione dati su piattaforma SIMOO:

Città di interesse storico e artistico: Museo dei Misteri – Borgo antico, Museo nazionale del paleolitico, Museo Sannitico

Comuni n.a.c.: Complesso Monumentale San Vincenzo al Volturno, Museo storico della Campana – Pontificia Fonderia Marinelli, Riserva MaB Unesco Collemeluccio - Montedimezzo

Località marine: Castello Svevo – Borgo Vecchio, Area archeologica di Sepino

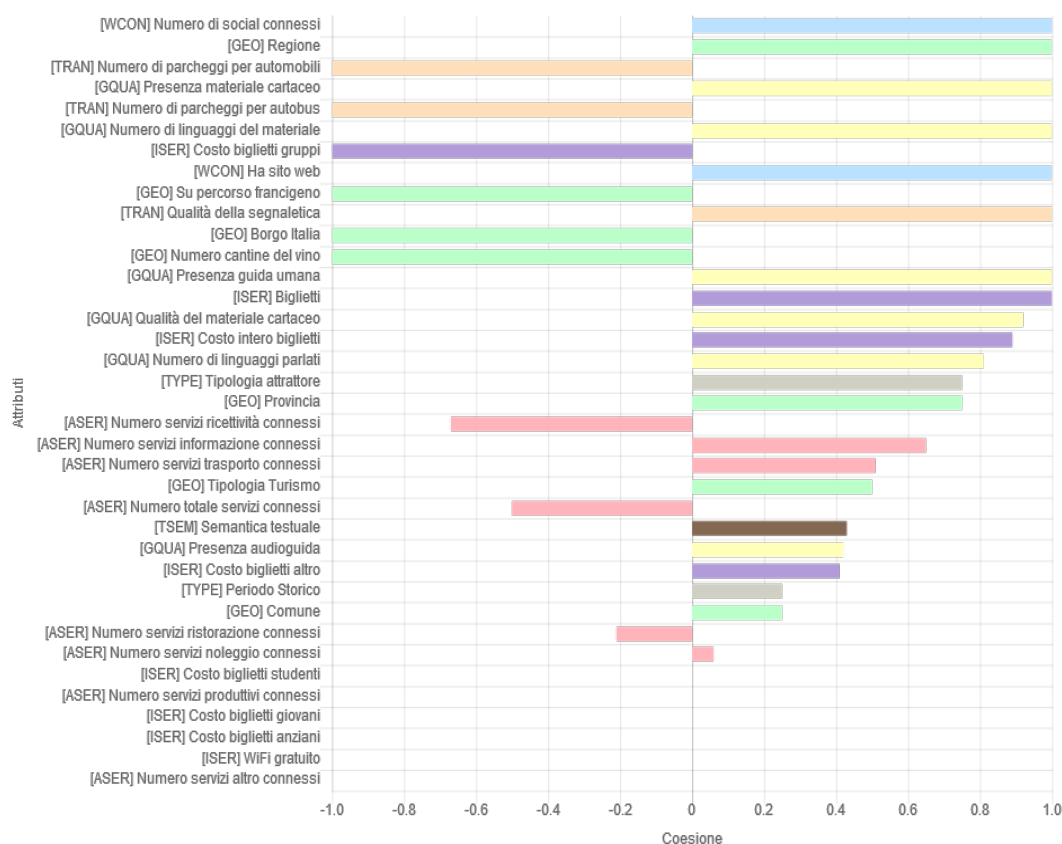
I risultati del raggruppamento sono rappresentati nella tabella sottostante:

Numero	Nome del cluster	Nome degli attrattori	Aspetti di similarità	Stato della dimensioni indicate
1	Gruppo 0	MUSEO NAZIONALE DEL PALEOLITICO	1. Numero di social	
2	Gruppo 0	COMPLESSO MONUMENTALE DI SAN VINCENZO AL VOLTURNO	2. Numero di parcheggi per automobili	
3	Gruppo 0	Museo Storico della Campana - Pontificia Fonderia Marinelli	3. Presenza materiale cartaceo	
4	Gruppo 0	MUSEO SANNITICO		
5	Gruppo 1	MUSEO DEI MISTERI - BORGO ANTICO	1. Numero di parcheggi per automobili	
6	Gruppo 1	CASTELLO SVEVO - BORGO VECCHIO	2. Numero servizi produttivi connessi	
7	Gruppo 1	AREA ARCHEOLOGICA DI SEPINO	3. Presenza materiale cartaceo	
8	Gruppo 1	Riserva MaB Unesco Collemeluccio - Montedimezzo		

Gruppo "0": gli attrattori compresi sono 4 – Museo Nazionale del Paleolitico, Complesso Monumentale San Vincenzo al Volturno, Museo storico della Campana – Pontificia Fonderia Marinelli, Museo Sannitico.

Sintesi dei risultati: nella creazione del cluster la piattaforma digitale ha individuato elementi di similarità espressi dalla presenza di guide cartacee, dal numero di social cui gli attrattori sono connessi e nel numero di parcheggi per automobili. Gli attrattori inseriti in questo raggruppamento mostrano una soddisfacente presenza on line: ciascuno è dotato di un sito web autonomo e l'utilizzo dei social come canale di comunicazione è una pratica piuttosto diffusa. Ulteriori elementi caratterizzanti in positivo derivano dalla disponibilità in loco di guide cartacee di buona qualità, tradotte in almeno due lingue, e dalla presenza di guide umane plurilingua. L'accessibilità degli attrattori presenta alcune contraddizioni essendo caratterizzata, da un lato, da soddisfacenti servizi di trasporto e da una elevata qualità della segnaletica (oltre dieci segnalazioni per attrattore) e, dall'altro, dall'assenza di infrastrutture per la sosta di autoveicoli ed autobus. Un approfondimento andrebbe riservato alle informazioni relative ai servizi turistici primari a

supporto dell'attrattore, in particolare quelli relativi a ricettività e ristorazione: la piattaforma, infatti, che opera avendo come riferimento la dotazione media nazionale, sembrerebbe indicare una carente disponibilità di questa tipologia di servizi, e dunque l'opportunità di poterne ampliare l'offerta. Tuttavia, tale informazione andrebbe verificata con la dimensione territoriale e demografica delle aree in cui gli attrattori sono ubicati che potrebbe giustificare la bassa numerosità di servizi rilevata.



Analisi SWOT Gruppo 0

Fattori interni	Punti di forza	Punti di debolezza
	<ul style="list-style-type: none">- buona presenza sul web- sito web autonomo- elevato numero di social cui gli attrattori sono connessi- presenza di guide cartacee- presenza di materiale cartaceo con un livello di qualità "buono"- presenza di guide umane plurilingua- soddisfacenti servizi di trasporto ed alta qualità della segnaletica (oltre 10 segnalazioni per gli attrattori del cluster)	<ul style="list-style-type: none">- dall'assenza di infrastrutture per la sosta di autoveicoli ed autobus- avendo come riferimento la dotazione media nazionale, la dotazione di servizi di ricettività e ristorazione appare carente (tale informazione andrebbe verificata con la dimensione territoriale e demografica delle aree in cui gli attrattori sono ubicati che potrebbe giustificare la bassa numerosità di servizi rilevata)
Fattori esterni	Opportunità	Minacce
	<p>Possibilità di sviluppare il turismo familiare e per affari (che in Molise si collocano su quote notevolmente superiori a quelle medie nazionali). Eccellenze enogastronomiche/turismo enogastronomico (6 prodotti certificati tra DOP e IGP aggiungere vini) Marchio del parco Nazionale abruzzo, Lazio, Molise Turismo di ritorno (molisani di ritorno che conservano o vogliono riscoprire le proprie origini) Patrimonio artistico/monumentale/culturale di pregio</p>	<p>Difficile accessibilità Carenza di collegamenti infrastrutturali indispensabili per sviluppare il turismo locale Concentrazione dei flussi turistici in pochi mesi dell'anno Turismo straniero al di sotto delle potenzialità della regione (10% di presenze) Il peso della filiera turistica sull'economia locale (9,6) è al di sotto della media nazionale (11,3) Mancanza di un'immagine coordinata della destinazione</p>

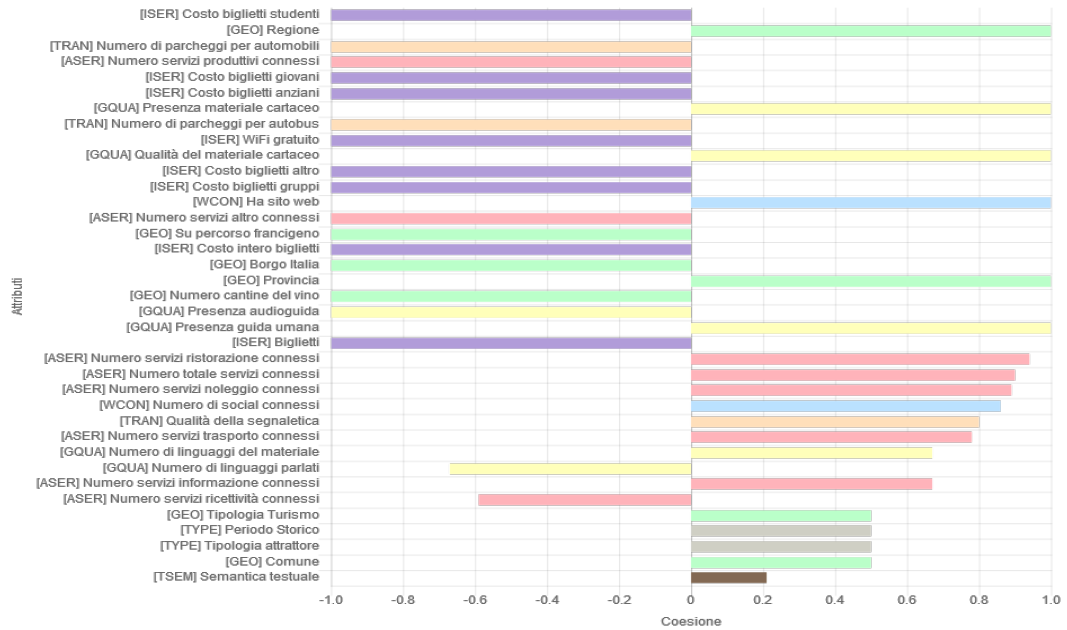
Gruppi "1-2": gli attrattori compresi sono 4 – Museo dei Misteri – Borgo Antico, Castello svevo – Borgo Vecchio, Area archeologica di Sepino, Riserva MaB Unesco Collemeluccio - Montedimezzo.

Sintesi dei risultati: in base alle informazioni immesse nel sistema dagli operatori camerali la piattaforma ha generato due raggruppamenti caratterizzati da un livello molto elevato di similarità intorno ai medesimi tre aspetti, di cui uno connotato positivamente - presenza di guide cartacee presso gli attrattori - gli altri due negativamente - si tratta nel primo caso dell'assenza di servizi produttivi connessi agli attrattori e nel secondo di un aspetto che attiene alla "raggiungibilità" dell'attrattore espressa attraverso (l'assenza di) parcheggi per automobili. Sotto il profilo della raggiungibilità vi sarebbero da fare alcune specificazioni: il Castello Svevo ed il Museo dei Misteri presentano a loro supporto una significativa dotazione di servizi di trasporto di cui risultano invece carenti l'Area archeologica di Sepino e della Riserva MaB Unesco Collemeluccio. Tutti e quattro gli attrattori risultano invece privi di sistemi di parcheggio dedicati ad autovetture ed autobus. La presenza di segnaletica è elevata e diffusa in tutti e quattro gli attrattori.

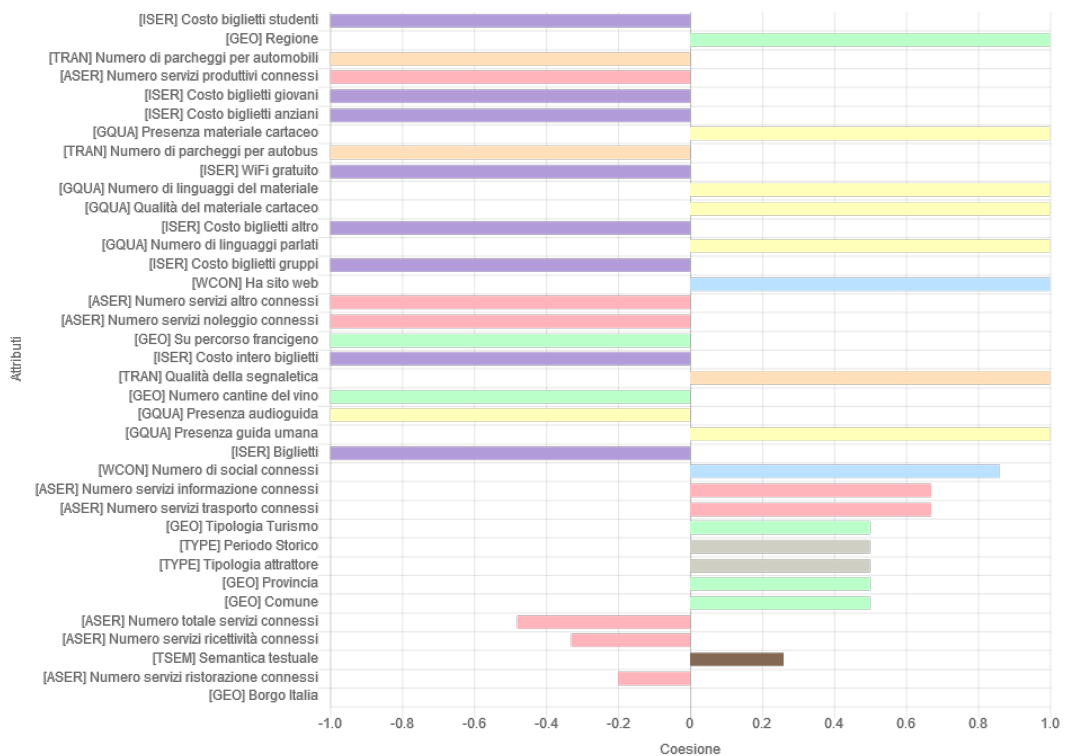
Aspetti di forte similarità si trovano anche nella qualità delle guide: mentre in tutti gli attrattori sono reperibili guide cartacee, la cui qualità è valutata "buona", e guide umane, tuttavia la capacità di tali componenti di raggiungere e rivolgersi ad un pubblico internazionale è piuttosto contenuta (i materiali ed il personale di accoglienza si esprimono al massimo in due lingue). In nessuno degli attrattori descritti sono presenti audioguide. Differente è invece il profilo degli attrattori con riferimento ai servizi turistici primari: il Castello Svevo ed il Museo dei Misteri sembrerebbero infatti poter disporre di una adeguata dotazione in termini di servizi di ricettività e ristorazione al contrario dell'Area archeologica di Sepino e della Riserva MaB Unesco Collemeluccio. Tuttavia, analogamente al gruppo di attrattori descritto in precedenza, tale informazione andrebbe verificata con la dimensione territoriale e demografica delle aree in cui gli attrattori sono ubicati che potrebbe giustificare la bassa numerosità di servizi rilevata.



Gruppo "1":



Gruppo "2":



Analisi SWOT Gruppi 1-2

	Punti di forza	Punti di debolezza
Fattori interni	<ul style="list-style-type: none"> - presenza di materiale cartaceo con un livello di qualità "buono" - presenza di guide umane - presenza di sito web per gli attrattori - buona connessione con i social network - presenza di servizi di informazione connessi - significativa dotazione di servizi di trasporto per Castello Svevo e Museo dei Misteri - presenza di segnaletica è elevata e diffusa in tutti e quattro gli attrattori. - elevata dotazione di servizi di ricettività e ristorazione per Castello Svevo e Museo dei Misteri 	<ul style="list-style-type: none"> - assenza di servizi produttivi connessi - bassa raggiungibilità: assenza di parcheggi per autovetture ed autobus - scarsa dotazione di servizi di trasporto per Area archeologica di Sepino e della Riserva MaB Unesco Collemeluccio - apertura su orario molto ristretto, o solo su appuntamento - bassa qualità della segnaletica: massimo 6 segnalazioni, più bassa degli attrattori del cluster - scarsa capacità di guide (cartacee ed umane) di raggiungere e rivolgersi ad un pubblico internazionale: i materiali ed il personale di accoglienza si esprimono al massimo in due lingue - assenza di audioguide - contenuta dotazione di servizi di ricettività e ristorazione per Area archeologica di Sepino e della Riserva MaB Unesco Collemeluccio
Fattori esterni	Opportunità	Minacce
	<p>Possibilità di sviluppare il turismo familiare e per affari (che in Molise si collocano su quote notevolmente superiori a quelle medie nazionali). Eccellenze enogastronomiche/turismo enogastronomico (6 prodotti certificati tra DOP e IGP aggiungere vini)</p> <p>Marchio del parco Nazionale Abruzzo, Lazio, Molise</p> <p>Turismo di ritorno (molisani di ritorno che conservano o vogliono riscoprire le proprie origini)</p> <p>Patrimonio artistico/monumentale/culturale di pregio</p>	<p>Difficile accessibilità</p> <p>Carenza di collegamenti infrastrutturali indispensabili per sviluppare il turismo locale</p> <p>Concentrazione dei flussi turistici in pochi mesi dell'anno</p> <p>Turismo straniero al di sotto delle potenzialità della regione (10% di presenze)</p> <p>Il peso della filiera turistica sull'economia locale (9,6) è al di sotto della media nazionale (11,3)</p> <p>Mancanza di un'immagine coordinata della destinazione</p>