

# REPORT FINALE RICERCA IN TEMA TURISMO RELIGIOSO

Strategie e strumenti per la  
valorizzazione turistica del  
patrimonio culturale di interesse  
religioso a Vicenza e nel Veneto

*a cura di CUOA Business School per la Camera di  
Commercio di Vicenza*

**CIG Z2E36EE3A9**

Gruppo di ricerca:  
Erika Bortolaso, Francesca Sala, Martha Friel, Elisa Pucci,  
Vittorio Ottaviani

Novembre 2022

## INDICE

<b>1. IL TURISMO RELIGIOSO IN ITALIA, IN VENETO E A VICENZA NEL PRE E POST-PANDEMIA.....</b>	<b>3</b>
1.1. IL TURISMO RELIGIOSO: UNO SGUARDO GENERALE PRE E POST COVID .....	4
1.2. IL TURISMO RELIGIOSO IN ITALIA.....	5
1.2.1. <i>Il sistema di offerta</i> .....	5
1.2.2. <i>La domanda: mercati attuali e potenziali</i> .....	9
1.2.3. <i>I luoghi di interesse religioso nelle strategie di promozione turistica delle regioni</i>	12
1.3. IL TURISMO RELIGIOSO IN VENETO E A VICENZA.....	16
1.4. PROSPETTIVE FUTURE.....	20
<b>2. IL SISTEMA DI OFFERTA PER IL TURISMO RELIGIOSO IN VENETO E A VICENZA .....</b>	<b>21</b>
2.1. IL SISTEMA DELLE IMPRESE DEL TURISMO .....	21
2.1.1. <i>Agenzie viaggi e tour operator</i> .....	21
2.1.2. <i>La ricettività</i> .....	24
2.2. LE RISORSE E GLI ATTRATTORI .....	28
2.2.1. <i>Gli elementi di attrattività di Vicenza</i> .....	32
2.3. LE PROPOSTE DI TURISMO RELIGIOSO IN VENETO E A VICENZA SUI CATOLIGHI DEGLI OPERATORI.....	33
<b>3. ANALISI SUI VISITATORI DEL SANTUARIO DI MONTE BERICO .....</b>	<b>36</b>
3.1. IL PROFILO DEMOGRAFICO DEGLI INTERVISTATI.....	36
3.2. LA PROVENIENZA GEGORAFICA .....	39
3.3. MOTIVAZIONI ALLA VISITA .....	41
3.4. GRADIMENTO DELLA VISITA AL SANTUARIO.....	43
3.5. LA RELAZIONE CON VICENZA.....	45
3.6. CONOSCENZA DEL VI CENTENARIO .....	48
3.7. VIAGGI PER TURISMO RELIGIOSO .....	49
3.8. CONSIDERAZIONI FINALI .....	56

<b>4. RILEVAZIONE DEL SENTIMENT SUL SANTUARIO MONTE BERICO DI VICENZA .....</b>	<b>58</b>
4.1. NOTE DI METODO .....	58
4.2. PRINCIPALI RISULTATI: AREE DI APPREZZAMENTO E OPPORTUNITÀ DI MIGLIORAMENTO .....	59
4.2.1. <i>Le aree di apprezzamento</i> .....	61
4.2.2. <i>Le opportunità di miglioramento</i> .....	63
4.3. L'IDENTIFICAZIONE DELLE PERSONAS E DELLE LORO ATTESE .....	64
4.4. COSA SI ASPETTANO GLI UTENTI DEL SANTUARIO .....	69
4.5. IL CONFRONTO CON ALTRI DUE SANTUARI: LA BASILICA DEL SANTO E IL SACRO MONTE DI OROPA .....	71
4.6. LA RELAZIONE CON LA CITTÀ DI VICENZA E LA SUA OFFERTA CULTURALE .....	73
4.7. ALCUNE CONSIDERAZIONI STRATEGICHE .....	75
<b>5. INDIVIDUAZIONE DELLE AREE STRATEGICHE E DEI PROGETTI PRIORITARI DI INTERVENTO .....</b>	<b>77</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>80</b>

## 1. IL TURISMO RELIGIOSO IN ITALIA, IN VENETO E A VICENZA NEL PRE E POST-PANDEMIA

Per meglio comprendere il fenomeno del turismo religioso è anzitutto necessario definirne i contorni: durante la Prima Conferenza Internazionale sul Turismo Spirituale per lo Sviluppo Sostenibile dell'UNWTO (2013), il turismo religioso è stato definito come un viaggio allo scopo di trovare sé stessi, all'interno di un contesto di credenze, discorsi e pratiche condivisi da una "comunità corporativa religiosa".

Tuttavia, sempre più spesso, oggi si sente parlare anche di "turismo spirituale", che l'UNWTO ha distinto dal precedente attribuendogli uno spettro più ampio, e non limitato al tradizionale ancoraggio religioso istituzionale<sup>1</sup>.

Non volendo comunque marcare una divisione troppo rigida tra il turismo religioso e quello spirituale – i termini vengono infatti spesso usati come sinonimi – è possibile definirli entrambi come l'insieme di quelle **esperienze di viaggio effettuate con motivazione religiosa e/o spirituale e di scoperta del sé**, e che si caratterizzano per lo spostamento dal luogo di residenza verso mete significative dal punto di vista della storia delle religioni e della fede.

Oggi, in virtù di questa forte correlazione tra storia e fede, il turismo religioso viene considerato anche come una categoria del più ampio turismo culturale, **poiché il viaggio religioso spesso vede il coesistere di motivazioni sovrapposte tra fede/storia/arte** e si concentra in luoghi e destinazioni di rilevanza storico-artistica.

---

<sup>1</sup> Olsen, D. (2015). "Definitions, Motivations and Sustainability: The Case of Spiritual Tourism". In First UNWTO International Conference on Spiritual Tourism for Sustainable Development.

## 1.1. IL TURISMO RELIGIOSO: UNO SGUARDO GENERALE PRE E POST COVID

Quella religiosa è sempre stata una delle grandi motivazioni di viaggio, sin dall'antichità, ed è certamente stata anche una delle prime e più significative motivazioni di viaggio anche del turismo moderno.

Negli ultimi decenni, con il forte sviluppo dei flussi turistici, il turismo religioso si è guadagnato una posizione di rilievo e di grande riconoscibilità tra i turismi motivazionali: secondo i dati più recenti prodotti dall'UNWTO (2014), un turista su cinque viaggia per motivi di fede, per un totale di circa 330 milioni di arrivi internazionali nel mondo.

In questo contesto internazionale, l'Italia vanta una posizione di eccellenza, con 5,6 milioni di visitatori ogni anno<sup>2</sup>.

Tali dati positivi, tuttavia, sono stati poi stravolti durante la pandemia da COVID-19. Infatti, così come innumerevoli altri settori dell'economia, il turismo – e in questo caso specifico il turismo religioso – è stato fortemente colpito e le restrizioni imposte per limitare la diffusione dei contagi hanno portato a un drastico calo degli arrivi turistici nazionali e internazionali.

Per gran parte del 2020 e del 2021, i vari lockdown, le chiusure dei confini e le norme di distanziamento sociale sono stati disastrosi per tutte le tipologie di turismo, compreso quello religioso. Per dare qualche numero, la crisi pandemica si è tradotta in una perdita di 8 milioni di euro per il santuario di Lourdes<sup>3</sup> e in una riduzione degli arrivi dell'85% circa nel 2020 rispetto all'anno precedente per il Cammino di Santiago de Compostela<sup>4</sup>, dovuta anche alla chiusura delle chiese e cappelle che sorgono lungo il percorso.

---

<sup>2</sup> ISNART – <https://www.isnart.it/report-sui-turismi/turismo-spirituale-2019/>

<sup>3</sup> Séraphin, H., & Jarraud, N. (2022). "COVID-19: Impacts and perspectives for religious tourism events. The case of Lourdes Pilgrimages"

<sup>4</sup> Oficina del Peregrino – <https://oficinadelperegrino.com/estadisticas2/>

A Fatima, l'impossibilità di accogliere i pellegrini si è tradotta in un calo del 90% delle entrate degli hotel<sup>5</sup>, mentre a Medjugorje i dati del 2020 hanno riportato un calo nelle visite dell'80%, con eventi che hanno raggiunto a stento il centinaio di persone, eventi che negli anni pre-pandemici superavano i 100.000 credenti in visita<sup>6</sup>.

## 1.2. IL TURISMO RELIGIOSO IN ITALIA

### 1.2.1. Il sistema di offerta

Come già anticipato, negli anni precedenti alla pandemia, secondo l'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche (ISNART) l'Italia era in grado di attrarre circa 5,6 milioni di turisti religiosi, di cui il 3,3 milioni stranieri - in prevalenza europei -, con **flussi turistici particolarmente importanti in Puglia, Veneto e Lazio**, ma con rilevanti presenze di pellegrini e turisti della fede anche in molte altre regioni del Paese.

Tali numeri vanno tuttavia considerati non esaustivi, da un lato per le note difficoltà di rilevazione dei flussi per motivazione di viaggio, dall'altra per l'impossibilità di misurare gli **enormi numeri dell'escursionismo** che si muovono in giornata verso destinazioni di interesse turistico religioso e testimoniati anche dai dati sugli accessi ad alcuni dei principali Santuari in Italia (Tabella 1.1).

---

<sup>5</sup> Demy, C., Pereira, M. (2020). "Praying for a miracle? COVID curbs hit Portuguese shrine's tourist trade" – <https://www.reuters.com/article/uk-health-coronavirus-fatima-idUKKBN26Y1W6>

<sup>6</sup> BalkanInsight. (2020). "Bosnia's Tourist Hotspots Count Losses from Pandemic 'Catastrophe'" – <https://balkaninsight.com/2020/07/24/bosnias-tourist-hotspots-count-losses-from-pandemic-catastrophe/>

Tabella 1.1. Principali mete del turismo religioso in Italia

METE PRINCIPALI	LOCALITÀ	2014	2017	2019	PATRIMONIO UNESCO
Basilica San Pietro	Roma	7.000.000	7.000.000	11.000.000	Dal 1984 (Santa Sede)
Basilica di San Pio da Pietralcina	San Giovanni Rotondo	6.000.000	n.d.	5.600.000	
Basilica di San Francesco	Assisi	5.500.000	n.d.	5.000.000	Dal 2000 (Città di Assisi)
Santuario della Madonna di Loreto	Loreto	4.500.000	3.000.000	4.000.000	
Santuario della Madonna del Rosario	Pompei	4.200.000	2.000.000	3.000.000	
Basilica di Sant'Antonio	Padova	4.000.000	3.500.000	3.000.000	Dal 2021 (Affreschi)
Santuario della Madonna di Monte Berico	Vicenza	2.500.000	2.500.000	2.000.000	

Fonte: Vaticano.com, 2019; TTG, 2019

L'Italia è infatti una delle principali destinazioni di turismo religioso a livello internazionale, non solo per il suo ruolo di capitale della cristianità ma anche per l'immenso patrimonio culturale di interesse religioso diffuso su tutto il patrimonio nazionale.

Per dare qualche numero che possa descrivere la vastità di questo patrimonio, il BeWeB - Beni Ecclesiastici in web ([www.beweb.chiesacattolica.it](http://www.beweb.chiesacattolica.it)) dell'Ufficio Nazionale per i beni culturali ecclesiastici e l'edilizia di culto della CEI mappa e valorizza **oltre 66.400 beni architettonici religiosi, più di 4 milioni di opere e oggetti d'arte presenti negli edifici di culto** e nelle collezioni appartenenti alla Rete territoriale dei beni culturali ecclesiastici (diocesi, ordini religiosi, istituti culturali), **305 musei aderenti al progetto Anagrafe degli Istituti Culturali Ecclesiastici (AICE)**.

A questo immenso patrimonio si aggiungono poi numerosi altri luoghi e attrattori turistico-culturali come per esempio **i cammini francescani, lauretani e benedettini, il cammino di Sant'Antonio, il cammino Celeste, Il cammino di Oropa e molti altri** su cui diverse regioni stanno fortemente puntando, anche in termini di organizzazione di prodotto e promozione del turismo.

Infine, ci sono i **siti di interesse religioso riconosciuti dall'UNESCO** – si pensi per esempio al sistema dei Sacri Monti di Lombardia e Piemonte o il sito seriale dei monumenti paleocristiani di Ravenna – che costituiscono un ulteriore motivo di richiamo per turisti italiani e stranieri.

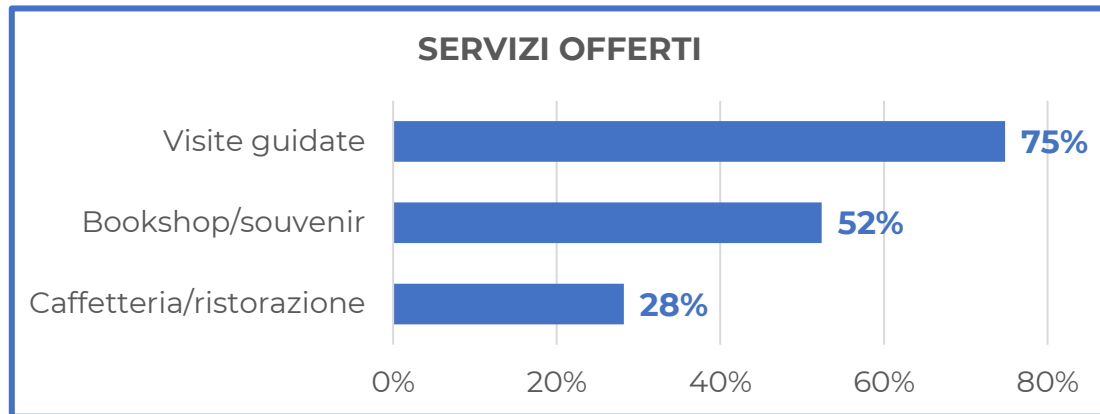
Sul fronte dell'offerta di servizi turistici presenti nei luoghi di interesse religioso, i dati disponibili sono assai scarsi. Tuttavia, una ricerca condotta dall'Università Cattolica presentata alla Bit di Milano nel 2017 su oltre 100 siti in Italia– santuari, abbazie e monasteri – evidenziava l'ampia presenza in questi luoghi di servizi di accoglienza turistica: il 75% dei santuari, delle abbazie e dei monasteri analizzati dallo studio offriva infatti visite guidate e circa il 70% delle strutture disponeva di personale dedicato ai servizi di accoglienza e di accompagnamento dei visitatori.

La ricerca metteva però anche in evidenza la scarsa diffusione di servizi complementari quali bookshop (presenti nel 52% delle strutture) o servizi di caffetteria/ristorazione. Tali servizi spesso non erano presenti nemmeno in santuari con musei o spazi espositivi (circa un terzo dei santuari analizzati). Infine, dalla stessa indagine emergeva come la



maggior parte dei siti disponesse di spazi per incontri/eventi/convegni (72%)<sup>7</sup> e come molti siti fossero dotati di servizi ricettivi, presenti nel 43% dei casi.

Figura 1.1. Servizi offerti nei luoghi d'interesse religioso



Fonte: Università Cattolica, 2017/Bit Milano

L'ospitalità religiosa è infatti un altro importante pezzo nel panorama di offerta turistico-religiosa, fatto, prima della pandemia, di **circa 3.000 strutture in tutta Italia**. Anche questo settore ha però pesantemente risentito della crisi pandemica tanto che, di queste 3.000 strutture – tra conventi, monasteri e case religiose – quasi 500 sono state chiuse definitivamente all'ospitalità a causa del coronavirus, con una perdita di 30 mila dei 250 mila posti letto disponibili<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> <https://www.unicatt.it/cattolicaperilturismo/turismo-sviluppo-delle-imprese-e-dei-servizi-turistici-cattolicaper-ilturismo-a-bit-borsa-internazionale>

<sup>8</sup> Associazione Ospitalità Religiosa Italiana. (2022). "Rapporto 2022 sullo stato dell'ospitalità religiosa in Italia".

Tabella 1.2. Variazioni dei posti letto nelle strutture di proprietà o gestione religiosa

REGIONE	VARIAZ. SUL 2021	REGIONE	VARIAZ. SUL 2021
Abruzzo	170	Puglia	-296
Basilicata	-144	Sardegna	-105
Calabria	-205	Sicilia	-8
Campania	-275	Toscana	-863
Emilia Romagna	-471	Trentino-Alto Adige	-125
Friuli-Venezia Giulia	-524	Umbria	535
Lazio	-1982	Veneto	-1303
Liguria	-396	Valle d'Aosta	116
Lombardia	-1281		
Marche	-49	<b>POSTI LETTO 2022</b>	<b>202.444</b>
Molise	-323	Variazione sul 2021	-4%
Piemonte	-160	Variazione sul 2019	-13%

Fonte: Associazione Ospitalità Religiosa Italiana, 2022

### 1.2.2. La domanda: mercati attuali e potenziali

A fronte di uno scenario tanto ricco sul fronte dell'offerta, che cosa è possibile dire sulla domanda? Chi è oggi il turista che viaggia con motivazioni religiose in Italia?

Come già anticipato, i dati ufficiali disponibili a livello nazionale, e soprattutto a livello locale, sono limitati. I dati più recenti sono quelli di ISNART (2019), che traccia anche un identikit del turista religioso.

Secondo ISNART, sono particolarmente interessati ai viaggi della fede i **turisti appartenenti alle fasce d'età più avanzate**. Tuttavia, se si considera il più ampio scopo del viaggio spirituale, l'identikit ringiovanisce, includendo numerosi viaggiatori singoli e famiglie - spesso appartenenti alla **Generazione Y** (ossia i nati tra il 1981 e il 1996) - che negli anni pre-pandemia hanno deciso sia di intraprendere **cammini verso luoghi della fede** sia di sperimentare vacanze per la meditazione e il raccoglimento. Tale fenomeno dimostra l'esistenza di diverse sfumature del turismo della fede e dello spirito, che lo rende interessante e attrattivo per turisti di varie fasce d'età e profili<sup>9</sup>.

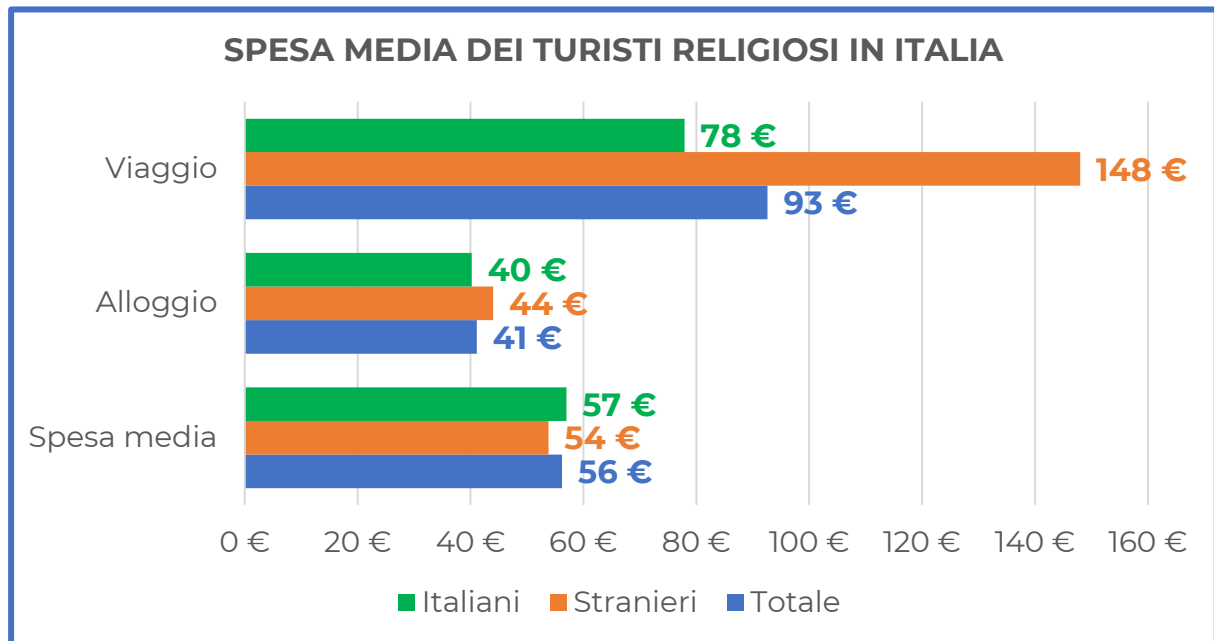
Il profilo delineato dall'ISNART si arricchisce poi anche con i dati sulla spesa media: **i turisti religiosi mediamente spendono ogni giorno tra i 50 e i 60 euro a persona**. Come rappresentato dalla Figura 1.2, le componenti di spesa variano considerevolmente tra italiani e stranieri, in quanto per questi ultimi le spese di viaggio per raggiungere le mete religiose italiane sono sicuramente più impattanti.

Infine, va notato che, con l'eccezione di coloro che desiderano provare esperienze più spartane e di raccoglimento spirituale, **il turista religioso, pur guardando al prezzo, è oggi alla ricerca di servizi confortevoli e di buon livello**.

---

<sup>9</sup> Tim Williamson/Responsible Travel. (2021).

Figura 1.2. Spesa giornaliera media dei turisti religiosi



Fonte: ISNART, 2019

Si intuisce quindi un primo cambiamento rispetto al passato - che vedeva i turisti religiosi meno attenti ai servizi legati all'accoglienza e al soggiorno in favore di altri aspetti, come per esempio le visite guidate -, che porta con sé interessanti implicazioni per gli operatori del settore intenzionati a intercettare questo segmento in evoluzione.

Altro importante cambiamento da segnalare è che, **se fino a pochi anni fa i turisti della fede viaggiavano in comitive di alcune decine di partecipanti, oggi molto più spesso si spostano in gruppi più piccoli**, tendendo ad apprezzare sempre di più la dimensione individuale rispetto a quella comunitaria.

I viaggi "spirituali", dunque, grazie soprattutto al sistema dei cammini, stanno andando ad alimentare una **importante tendenza del turismo contemporaneo e post-covid ossia quello dei viaggi in solitaria**.

Quando la destinazione lo consente, **il turista religioso è interessato a conoscere anche la cultura dei luoghi in cui viaggia**, visitando musei e luoghi d'interesse storico, ad ulteriore dimostrazione dello stretto collegamento tra il turismo religioso e quello culturale<sup>10</sup>.

Emerge così il quadro di un turismo non più solo strettamente religioso, fatto di gruppi di pellegrini, ma costituito anche da **famiglie e da turisti singoli motivati, nel visitare santuari, abbazie e monasteri di interesse culturale e storico-artistico**.

Un turismo poco stagionale e sempre più qualificato che, come confermava la già citata ricerca dell'Università Cattolica, predilige soprattutto la primavera e l'estate ma che viaggia molto anche in autunno.

### 1.2.3. I luoghi di interesse religioso nelle strategie di promozione turistica delle regioni

Intercettare questa domanda turistica sta quindi diventando una opportunità di particolare interesse non solo per quei territori che storicamente ospitano i più importanti siti di pellegrinaggio e di devozione, ma anche per altri territori ricchi di un patrimonio culturale diffuso di interesse religioso.

Non stupisce dunque che **il turismo religioso sia ampiamente citato nei piani di sviluppo turistico e di promozione turistica di gran parte delle Regioni italiane** e che, navigando sui portali di promozione turistica nazionali, al turismo religioso, ai luoghi della fede e ai cammini venga dato ampio spazio.

La Tabella 1.3 riporta l'elenco dei portali di destinazione regionali che presentano al loro interno sezioni specificamente dedicate al turismo religioso e alla scoperta di luoghi e

---

<sup>10</sup> TTG. (2019) – <https://www.ttgitalia.com/digitalpaper/?is=7&ed=2019-09-23&pa=14&st=92660>



itinerari della fede, e presenta alcune delle tipologie di prodotto più frequentemente menzionate.

*Tabella 1.3. Variazioni dei posti letto nelle strutture di proprietà o gestione religiosa*

<b>PRESENZA DI AREE DEDICATE AL TURISMO RELIGIOSO SUI PORTALI REGIONALI DI DESTINAZIONE</b>	<b>TIPOLOGIE DI PRODOTTO</b>
Abruzzo; Calabria; Campania; Emilia-Romagna; Friuli-Venezia Giulia; Lazio; Lombardia; Marche; Piemonte; Puglia; Sardegna; Sicilia; Toscana; Umbria; Veneto; Provincia autonoma di Bolzano	Luoghi della fede Arte e fede Cammini e sentieri della fede Percorsi devozionali Spiritualità e tradizioni Siti UNESCO

*Fonte: portali turistici regionali a settembre 2022*

La tipologia di offerta e la modalità di promozione delle proposte di turismo religioso o di scoperta del patrimonio turistico di interesse religioso, variano infatti da regione a regione. In alcune regioni - è il caso dei portali regionali di Basilica, Liguria, Val d'Aosta e altri - le proposte legate alla scoperta del patrimonio religioso sono integrate a quelle relative al turismo culturale. In altri casi l'offerta di esperienze e luoghi di turismo religioso trova uno spazio a sé, pur con proposte molto diversificate da destinazione a destinazione. Alcune destinazioni, come per esempio la Lombardia, il Piemonte o la Toscana, hanno puntato molto sui cammini e sugli itinerari spirituali, indirizzando così la propria proposta non solo a un target di turisti della fede ma anche a chi voglia scoprire il territorio in modalità slow e a contatto con la natura.

*Figura 1.3. Turismo religioso sul portale turistico Lombardia*



Fonte: [www.in-lombardia.it/it/visitare-la-lombardia/turismo-religioso-lombardia](http://www.in-lombardia.it/it/visitare-la-lombardia/turismo-religioso-lombardia)

Altre promuovono singoli attrattori o sistemi di attrattori (Puglia, Sicilia, Umbria e altre), altre ancora hanno sviluppato una varietà di proposte anche con eventi dedicati. È il caso, quest'ultimo, di iniziative come "Monasteri Aperti", progetto regionale dell'Emilia-Romagna promosso da APT Servizi in collaborazione con Conferenza episcopale Emilia-Romagna, Commissione regionale per il Turismo, Sport, Tempo libero e Pellegrinaggi. Tale progetto è promosso anche in abbinamento ai cammini, su cui nel 2018 la Regione aveva sviluppato la piattaforma di promo-informazione [www.camminiemiliaromagna.it](http://www.camminiemiliaromagna.it).

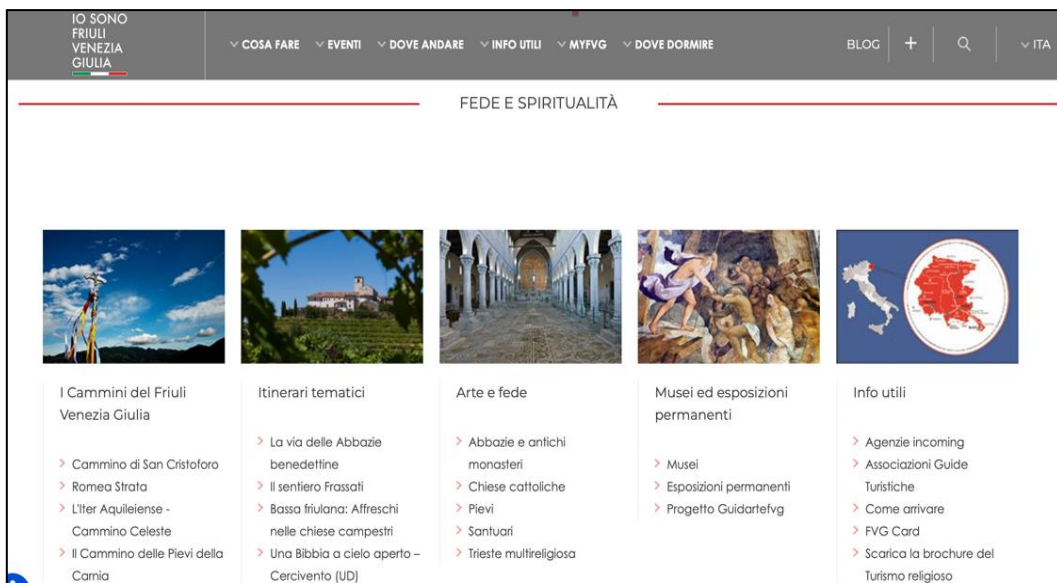
Figura 1.4. Il portale dedicato ai monasteri dell'Emilia-Romagna



Fonte: [www.monasteriemiliaromagna.it](http://www.monasteriemiliaromagna.it)

Interessante è anche il caso del Friuli-Venezia Giulia che propone il tema “Fede e Spiritualità” per sub-sezioni dedicate a “Cammini”, “Itinerari tematici”, “Arte e fede”, “Musei ed esposizioni permanenti”.

Figura 1.5. Turismo religioso sul portale turistico del Friuli Venezia Giulia



Fonte: [www.turismofvg.it/religioso](http://www.turismofvg.it/religioso)

A fronte di un sistema di offerta così ricco e di un mercato globale in forte espansione, sono numerosi in Italia gli operatori specializzati nel turismo religioso.

In particolare, esistono oggi decine di agenzie e tour operator che operano su questo mercato sia sul fronte dell’outgoing sia dell’incoming. Tra i principali vanno sicuramente menzionati la bresciana Brevivet, Duomo Viaggi, agenzia viaggi di riferimento per la diocesi di Milano, oltre naturalmente all’Opera romana pellegrinaggi del Vicariato di Roma.



### 1.3. IL TURISMO RELIGIOSO IN VENETO E A VICENZA

Il Veneto è storicamente stata la prima regione turistica d'Italia, con oltre 20 milioni di turisti e 71 milioni di presenze nel 2019<sup>11</sup>. Dopo un rallentamento dovuto alla pandemia nel 2020, il 2021 ha evidenziato una buona ripresa (Tabella 1.3) e i primi dati relativi al 2022 indicano una risalita a livelli pre-pandemici.

La ricchezza del patrimonio culturale, il paesaggio e la varietà di ambienti – dalle coste alla montagna - sono alla base del turismo nella regione, e offrono ai visitatori un ampio ventaglio di esperienze e offerte che si riflettono anche nella varietà di motivazioni alla base del turismo nazionale e internazionale in Veneto.

Tabella 1.4. Arrivi e presenze in Veneto per provincia nel 2021

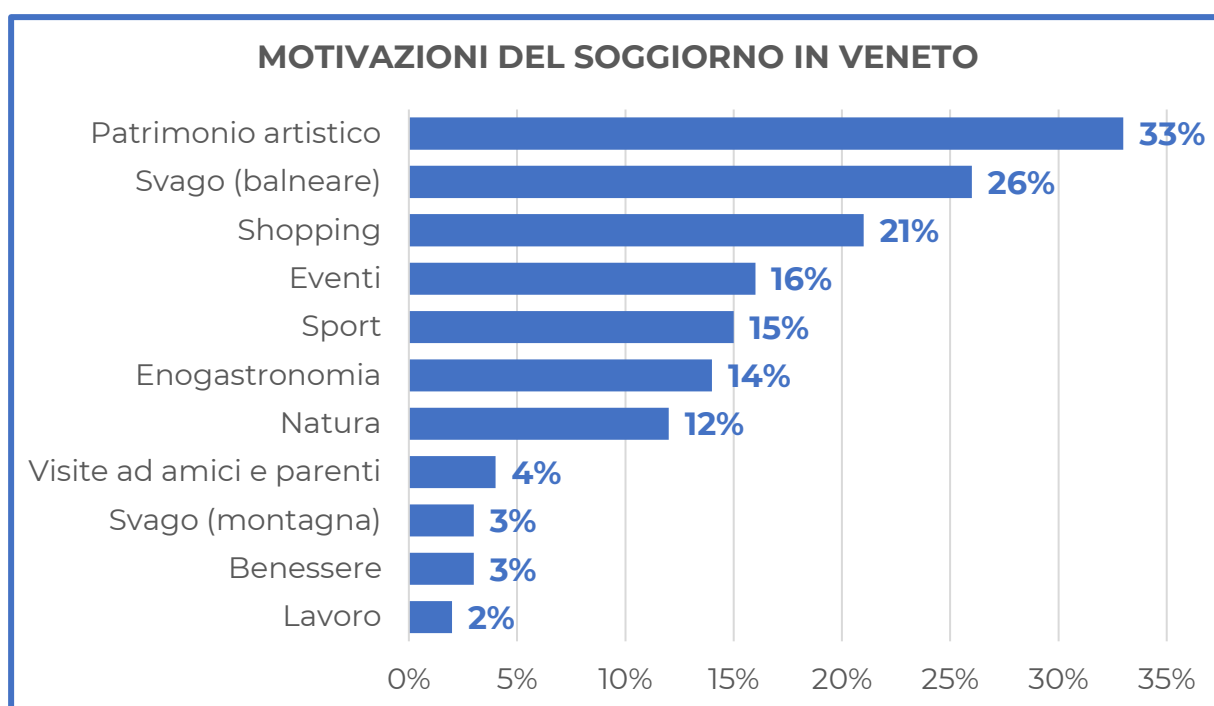
	ARRIVI		PRESENZE		TOTALE	
	Stranieri	Italiani	Italiani	Stranieri	Arrivi	Presenze
Verona	1.397.049	1.834.968	3.839.884	9.055.678	3.232.017	12.895.562
Vicenza	403.603	113.473	1.271.315	358.450	517.076	1.629.765
Belluno	531.727	202.433	2.280.157	567.899	734.160	2.848.056
Treviso	321.045	155.783	929.695	441.807	476.828	1.371.502
Venezia	2.332.623	3.226.126	10.616.417	16.471.668	5.558.749	27.088.085
Padova	867.587	236.796	2.508.148	945.807	1.104.383	3.453.955
Rovigo	167.956	62.490	898.945	451.983	230.446	1.350.928
<b>TOTALE</b>	<b>6.021.590</b>	<b>5.832.069</b>	<b>22.344.561</b>	<b>28.293.292</b>	<b>11.853.659</b>	<b>50.637.853</b>

Fonte: Regione Veneto, 2022

<sup>11</sup> ISTAT, 2020; Città di Venezia, 2020.

Nello specifico, il turismo culturale – all'interno del quale è incluso il turismo religioso – anche a seguito della pandemia è ancora la principale motivazione di viaggio dei turisti, rappresentando un terzo del totale, seguito dal turismo balneare e dello shopping<sup>12</sup>.

Figura 1.6. Turismo in Veneto per motivazione di viaggio nel 2021



Fonte: Unioncamere, ISNART, 2022

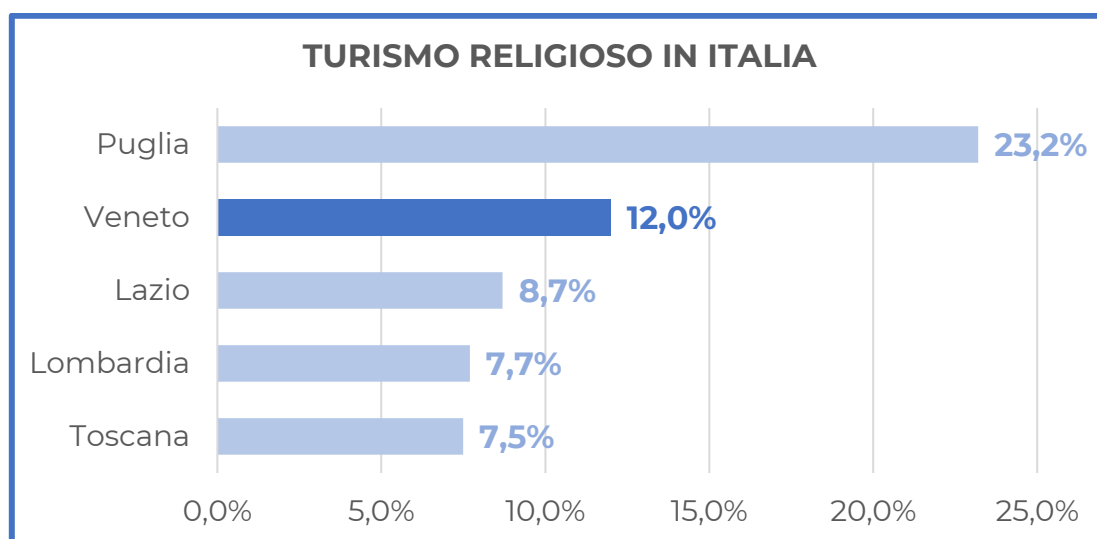
Concentrandosi proprio sul segmento del turismo religioso, **il Veneto è una delle regioni chiave del turismo spirituale italiano**, accogliendo il 12% dei turisti che viaggiano per motivazioni legate alla fede. Come descritto in dettaglio nella sezione II di questo Rapporto, santuari e chiese, eremi e conventi, ma anche monasteri e luoghi della fede ricchi di significato per la tradizione cristiana sorgono infatti su tutto il territorio

<sup>12</sup> Unioncamere, ISNART (2022). "Dal tour al turismo attraverso i dati".

regionale e attirano visitatori interessati a scoprirne le bellezze artistiche e culturali (per un dettaglio sull'articolazione dell'offerta regionale e provinciale, si veda la sezione II).

Anche per il Veneto il turismo religioso rappresenta un segmento importante di offerta, come testimoniato anche dal portale turistico regionale e dalla presenza del turismo religioso all'interno dei piani strategici delle principali OGD (Organizzazioni di Gestione della Destinazione) venete.

Figura 1.7. Principali regioni del turismo religioso in Italia



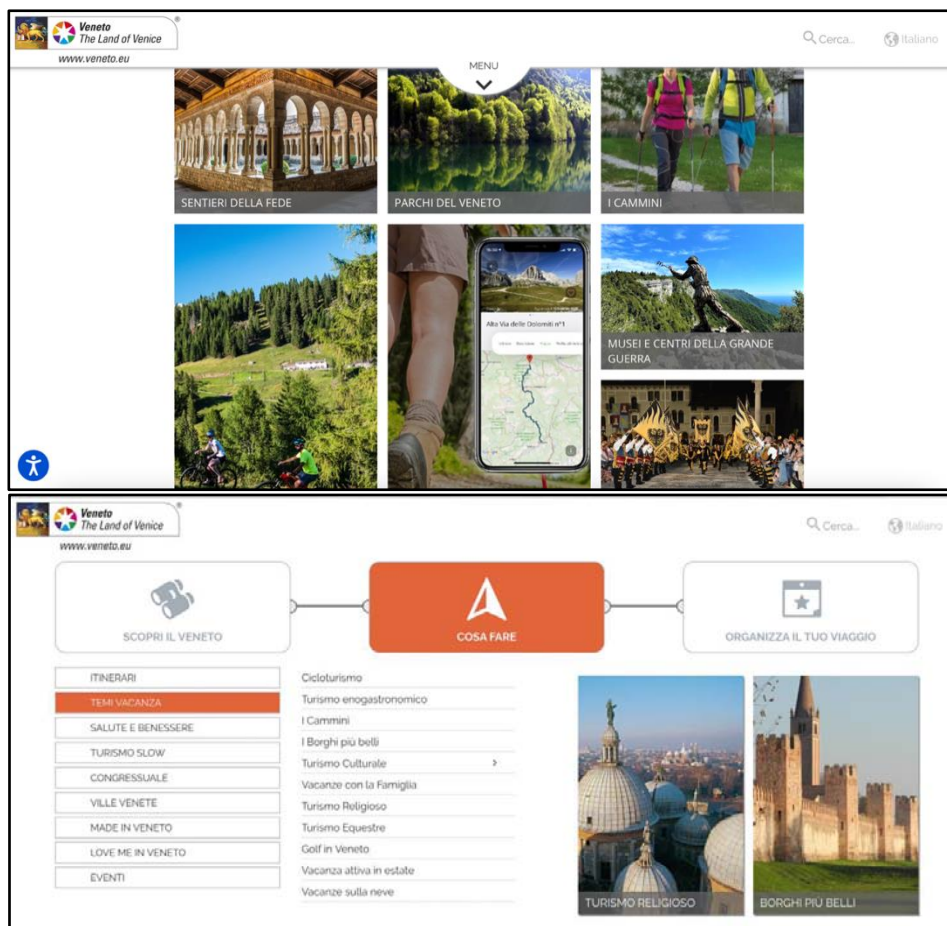
Fonte: ISNART, 2019

In particolare, a livello regionale, i luoghi e il patrimonio di interesse religioso vengono promossi sul portale [www.veneto.eu](http://www.veneto.eu) sia in homepage con i "Sentieri della Fede" – che svelano percorsi legati alla spiritualità attraverso eremi, conventi e abbazie – sia tematicamente con riferimento ai "Cammini" (es. cammino di Sant'Antonio o via Romea Germanica) e al "Turismo Religioso".

Tra gli attrattori segnalati risultano prima di tutto le numerose chiese e basiliche di Venezia e la Basilica di Sant'Antonio a Padova, l'Abbazia di Santa Maria a Follina e il Santuario di Monte Berico a Vicenza.

Quest'ultimo figura come il principale attrattore turistico religioso di Vicenza, anche in ragione dei suoi importanti flussi (prima della pandemia registrava oltre 2 milioni di presenze all'anno<sup>13</sup>) ed è oggi il centro di un'attenzione particolare per un rafforzamento e ampliamento della visibilità turistica della Città, anche grazie alle imminenti celebrazioni del 2026 del "Giubileo della Rinascita". Tale evento sarà infatti un'occasione importante per la valorizzazione turistica del sito e della città di Vicenza.

Figura 1.8. Il turismo religioso sul portale turistico del Veneto



Fonte: [www.veneto.eu](http://www.veneto.eu)

<sup>13</sup> <https://www.comune.vicenza.it/albo/notizie.php/308640>

#### 1.4. PROSPETTIVE FUTURE

Durante la pandemia, a causa dei divieti di assembramento, i pellegrini sono stati impossibilitati a spostarsi in gruppo, una soluzione prima molto diffusa per questo tipo di turismo, penalizzando notevolmente il settore. La situazione oggi sembra però essersi quasi normalizzata, complice il ritrovato bisogno dei turisti di comunità e di connessione umana.

A confermarlo è anche l'Associazione Ospitalità Religiosa, secondo cui **nelle strutture turistiche religiose le prenotazioni per l'estate 2022 si sono avvicinate molto a quelle registrate negli anni prima del coronavirus.**

Con l'emergenza pandemica ormai (quasi) alle spalle, viene da chiedersi quale sarà il futuro del turismo religioso: numerosi segnali hanno confermato l'importanza attuale e potenziale di questo mercato. Studi e rilevazioni di operatori di settore indicano come questa forma di turismo possa venire incontro alle esigenze che molte persone hanno sviluppato durante il lockdown del 2020, come ad esempio il desiderio di comunità e di connessione umana in esperienze turistiche volte a favorire il benessere psicofisico della persona. Questo è particolarmente vero per tutte quelle proposte legate alla valorizzazione dei cammini, ma non solo: visto il contesto paesaggistico e naturalistico di pregio in cui molti beni di interesse religioso sono inseriti – molte opportunità emergono anche per altre tipologie di siti, come per esempio santuari, eremi e abbazie.

Essenziale per la ripresa e la piena valorizzazione di questo turismo è però la capacità dei territori di promuovere il patrimonio culturale di interesse religioso per migliorare la propria attrattività e riconoscibilità per un turismo più genericamente "spirituale" e slow, di accrescimento interiore e culturale. Per far ciò è necessario da un lato creare reti di collaborazione forti tra i soggetti gestori dei beni e degli attrattori e i soggetti preposti alla promozione del territorio e alla produzione e fornitura di servizi turistici; dall'altro una

migliore conoscenza del turista viaggiatore e la definizione di personas a cui indirizzare in modo mirato un'offerta organizzata e competitiva in termini di qualità e innovatività.

## **2. IL SISTEMA DI OFFERTA PER IL TURISMO RELIGIOSO IN VENETO E A VICENZA**

Al fine di delineare le direttrici strategiche per consolidare l'attrattività della destinazione "Vicenza" come destinazione di turismo religioso, e per rafforzare una proposta in grado di indurre chi visita il territorio con motivazioni spirituali a fermarsi ed esplorare anche altri attrattori storico-culturali, è utile analizzare l'attuale sistema di offerta turistica locale.

Le sezioni successive, quindi, presentano alcuni dati sulla consistenza di operatori specializzati sul turismo religioso e sulle risorse e gli attrattori presenti sul territorio.

### **2.1. IL SISTEMA DELLE IMPRESE DEL TURISMO**

#### 2.1.1. Agenzie viaggi e tour operator

Secondo il Rapporto Unioncamere Veneto e ISNART<sup>14</sup>, a fine 2021 erano presenti sul territorio 46.539 imprese operanti nel settore turismo, tra strutture ricettive, intermediari e servizi ai turisti, rappresentando il 7,4% delle imprese turistiche sul totale nazionale.

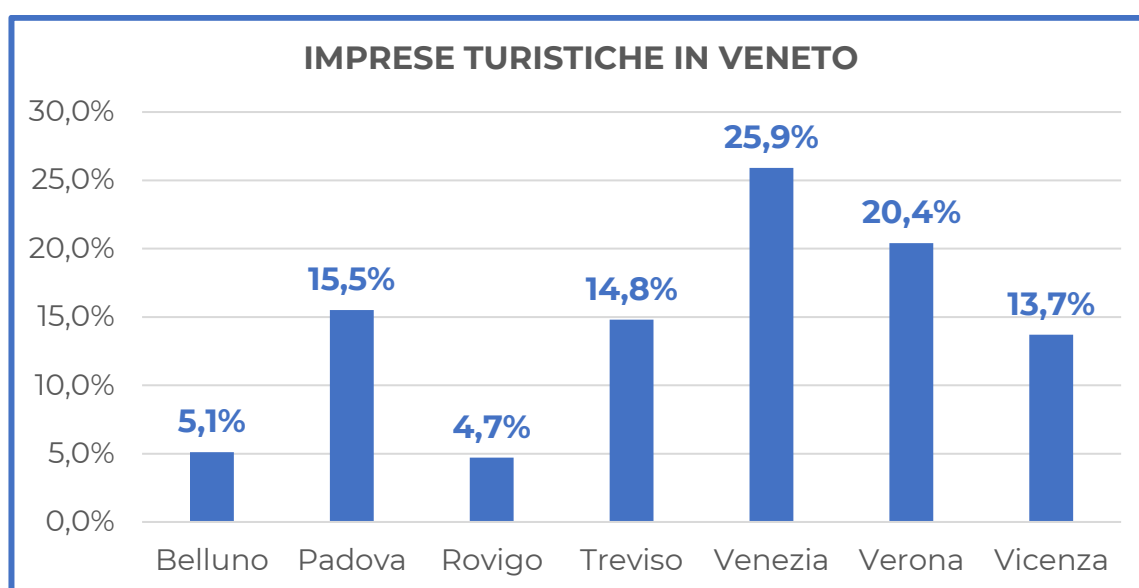
In termini di concentrazione dell'offerta, Verona e Venezia sono le province con una maggiore concentrazione (rispettivamente il 20,4% e il 25,9% del totale regionale), mentre Belluno e Rovigo sono le province caratterizzate dal minor numero di imprese turistiche del Veneto (rispettivamente il 5,1% e il 4,7%). In questo panorama, la provincia

---

<sup>14</sup> Unioncamere, ISNART (2022). "Dal tour al turismo attraverso i dati".

di Vicenza si pone in una posizione intermedia: il 13,7% delle imprese turistiche venete, infatti, è concentrato qui.

Figura 2.1. Incidenza della filiera turistica provinciale sul totale regionale



Fonte: Unioncamere, ISNART, 2022

Restringendo il campo dell'analisi alle sole attività di intermediazione turistica, attraverso una lettura incrociata delle diverse pagine del portale "Annuario del turismo"<sup>15</sup>, il Veneto si posiziona al secondo posto tra le regioni italiane per numero di imprese di intermediazione turistica (agenzie di viaggio dettaglianti e operatori turistici). Sul territorio sono infatti presenti 560 imprese<sup>16</sup>, come riportato nella Tabella 2.1.

Raggruppandoli invece per specializzazione, **dei circa settemila tour operator e agenzie di viaggio italiani, solamente un centinaio si occupano primariamente di**

<sup>15</sup> Il database ufficiale delle imprese di intermediazione turistica in Italia, redatto da L'Agenzia di Viaggi Magazine.

<sup>16</sup> [L'elenco regionale delle Agenzie di Viaggio della Regione Veneto](#) segnala oltre 1000 AdV. Questa differenza è dovuta al diverso criterio di conteggio, che include anche le diverse filiali facenti capo ad un'unica azienda nel totale.

**convegni religiosi, pellegrinaggi, turismo religioso e turismo spirituale, di cui circa una decina con sede in Veneto.**

Tuttavia, va segnalato che **sono numerosissime le agenzie cosiddette “generaliste” o specializzate in altri segmenti che fungono da tour organizers anche per proposte di turismo religioso** o che, all'interno di pacchetti di offerta di tour culturali o enogastronomici, inseriscono specifici attrattori in interesse religioso.

*Tabella 2.1. AdV e TO totali e specializzati in turismo religioso in Italia*

REGIONE	ESERCIZI TOTALI	ESERCIZI RELIGIOSI	REGIONE	ESERCIZI TOTALI	ESERCIZI RELIGIOSI
Abruzzo	114	1	Piemonte	553	5
Basilicata	47	2	Puglia	433	6
Calabria	116	4	Sardegna	151	4
Campania	605	7	Sicilia	484	6
Emilia-Romagna	491	7	Toscana	459	2
Friuli	101	4	Trento e Bolzano	95	2
Lazio	840	15	Umbria	110	2
Liguria	216	1	Veneto	8	0
Lombardia	1551	19	Valle d'Aosta	560	7
Marche	193	1			
Molise	26	0	<b>TOTALE</b>	<b>7153</b>	<b>95</b>

*Fonte: L'agenzia Viaggi Magazine, elaborazione propria*

Volendo citarne alcuni, l'agenzia viaggi “Avvenire di Pace” di San Martino di Lupari (PV) si è fortemente specializzata in pellegrinaggi nelle principali destinazioni religiose italiane e internazionali, da Assisi a San Giovanni Rotondo fino a Medjugorje, ma offre



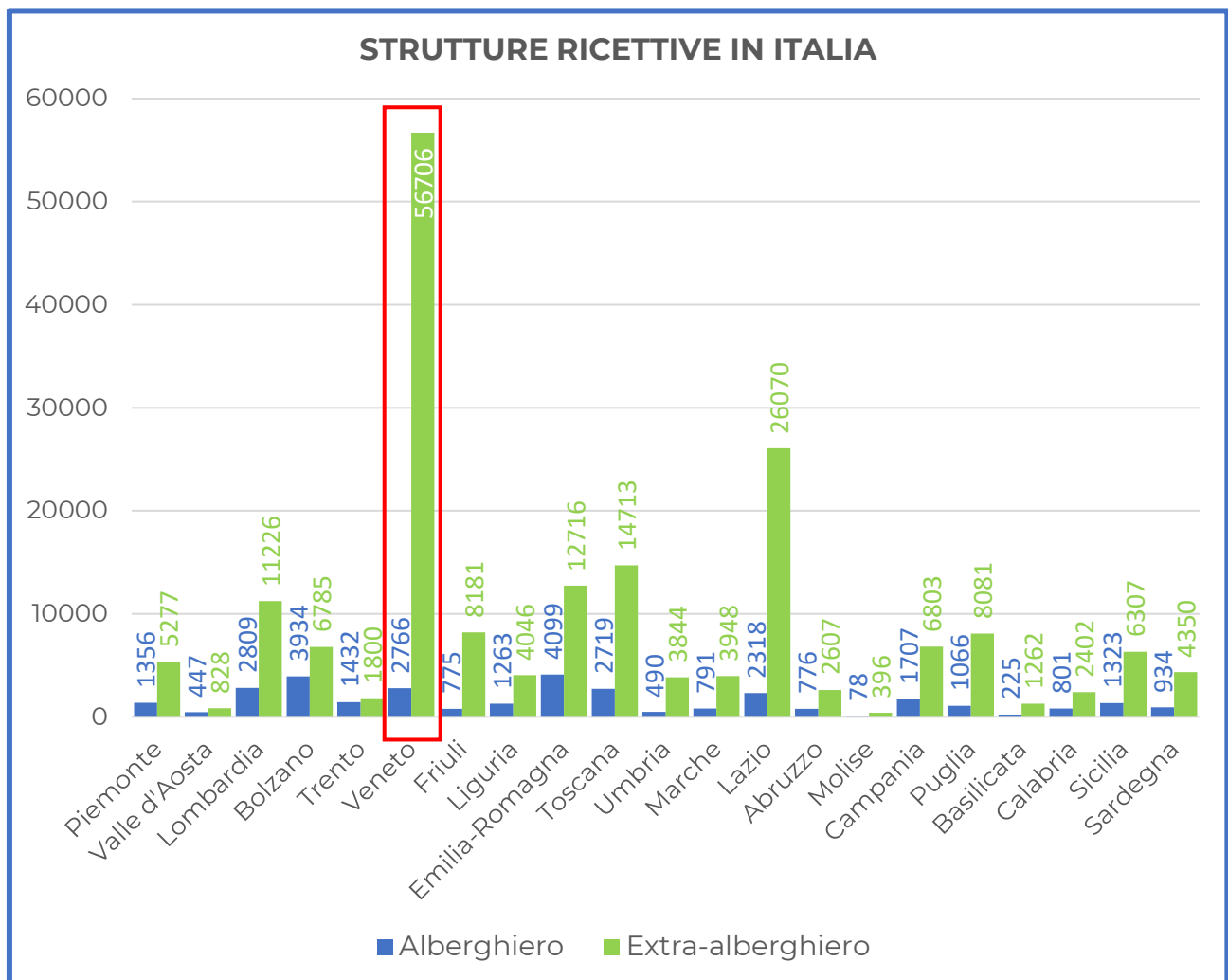
anche numerose proposte di gite e viaggi di un giorno. Per quanto riguarda specificatamente il vicentino, invece, è possibile segnalare “Tonello Viaggi”, caratterizzato da una visione più ampia del turismo spirituale, comprendendo anche numerose visite culturali, e che organizza in prevalenza viaggi di gruppo.

Oltre alle agenzie di viaggio tradizionali va poi citato l'ex ufficio pellegrinaggi della Diocesi di Vicenza, “Fondazione Homo Viator – San Teobaldo”, che da più di vent'anni propone e organizza esperienze turistiche e iniziative di carattere spirituale e culturale. Tra le offerte della Fondazione spiccano i pellegrinaggi lungo la Romea Strata (che verrà approfondita nelle pagine seguenti) e il ciclo di eventi “Linfa dell'Ulivo”, ovvero iniziative e viaggi alla scoperta dei luoghi della rivelazione biblica.

### 2.1.2. La ricettività

Per quanto riguarda le strutture ricettive alberghiere, secondo i dati ISTAT 2021 il Veneto conta poco meno di 2.800 alberghi, rispetto ai 32.000 in tutta Italia. Tuttavia, l'apporto del Veneto all'ospitalità italiana cambia drasticamente se si considerano anche le strutture extra-alberghiere, che in Veneto sono oltre 56.000, ovvero quasi un terzo del totale italiano, stimato a 188.000 esercizi. Si tratta di una consistenza ricettiva che si spiega con il ruolo preminente della regione sul mercato turistico nazionale e internazionale.

Figura 2.2. Esercizi alberghieri ed extra alberghieri in Italia



Fonte: ISTAT, 2021

Per quanto riguarda nello specifico Vicenza, la differenza tra strutture alberghiere ed extra-alberghiere, seppur importante, è meno accentuata rispetto alle altre province del Veneto, con 225 esercizi alberghieri e circa 2.500 extra-alberghieri. Per quanto riguarda la tipologia di strutture, invece, come evidenziato nella Tabella 2.2 gli hotel a 3 stelle sono gli esercizi alberghieri più diffusi, mentre gli alloggi in affitto gestiti in forma

imprenditoriale compongono la fetta più grossa del gruppo extra-alberghiero, in linea con le altre province.

Tabella 2.2. Strutture ricettive per tipologia nella provincia di Vicenza

<b>ALBERGHIERO</b>	<b>N.</b>	<b>EXTRA-ALBERGHIERO</b>	<b>N.</b>
Abruzzo	-	Campeggi e Villaggi turistici	8
4 stelle	42	Alloggi gestiti in forma imprendit.	2.094
3 stelle	88	Agriturismi	116
2 stelle	57	Ostelli per la Gioventù	2
1 stella	34	Case per ferie	30
Residenze Turistico Alberghiere	4	Rifugi alpini	20
		Bed & Breakfast	243
<b>TOTALE ALBERGHIERO</b>	<b>225</b>	<b>TOTALE EXTRA-ALBERGH.</b>	<b>2.513</b>

Fonte: ISTAT, 2021

Guardando specificamente all'ospitalità religiosa, il portale dell'Associazione Ospitalità Religiosa Italiana<sup>17</sup> riporta 122 strutture religiose di varia natura. Il Veneto è una delle regioni con la maggior presenza di soluzioni di ospitalità religiosa in Italia (come mostrato in Tabella 2.3) con un numero maggiore di strutture concentrate soprattutto a Belluno, Verona, e Vicenza.

<sup>17</sup> Associazione Ospitalità Religiosa Italiana, <https://ospitalitareligiosa.it/archivio/14-veneto>

Tabella 2.3. Strutture ricettive religiose in Italia

REGIONE	STRUTTURE RICETTIVE RELIGIOSE	REGIONE	STRUTTURE RICETTIVE RELIGIOSE
Abruzzo	20	Piemonte	108
Basilicata	13	Puglia	37
Calabria	13	Sardegna	12
Campania	45	Sicilia	48
Emilia-Romagna	92	Toscana	135
Friuli-Venezia Giulia	36	Trentino-Alto Adige	77
Lazio	181	Umbria	67
Liguria	52	Veneto	23
Lombardia	111	Valle d'Aosta	122
Marche	56		
Molise	8	<b>TOTALE</b>	<b>1.256</b>

Fonte: Associazione Ospitalità Religiosa Italiana, elaborazione propria

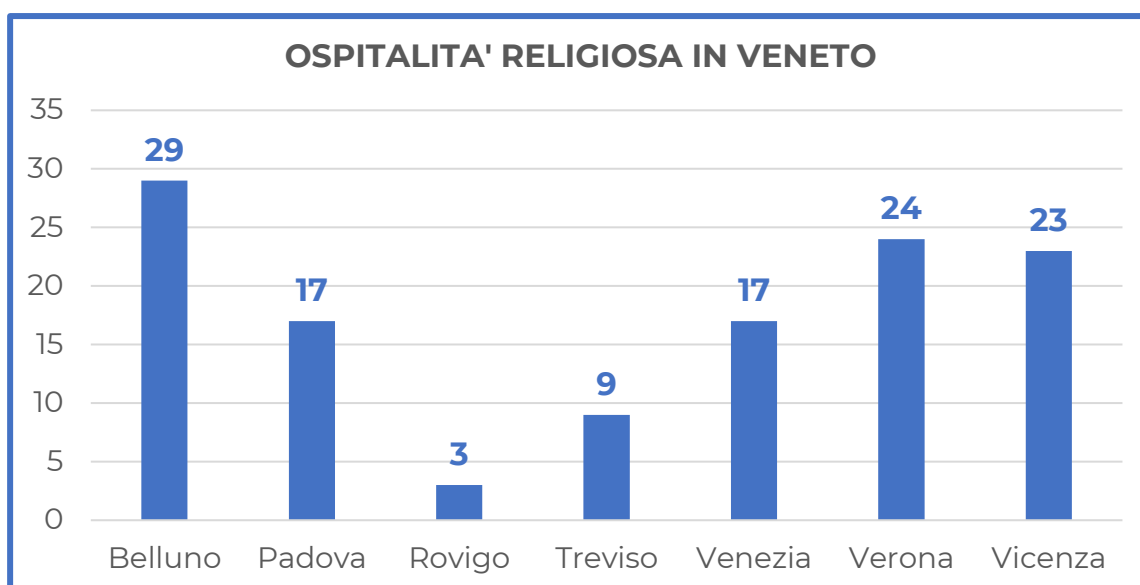
Similmente a quanto segnalato per le agenzie viaggi, **tali numeri non possono essere considerati esaustivi dell'offerta di questo tipo di ospitalità, ma danno comunque alcune indicazioni sulla distribuzione territoriale;** inoltre va notato che queste strutture talvolta non servono esclusivamente coloro che viaggiano per motivazioni religiose ma accolgono anche altre tipologie di ospiti.

Volendo poi approfondire le caratteristiche dell'offerta ricettiva religiosa veneta, come già anticipato le strutture incluse nel database dell'Associazione di Ospitalità Religiosa sono di natura piuttosto variegata, spaziando dalle case religiose, ai monasteri e conventi, ma non mancano collegi studenteschi, case di accoglienza, tenute e alberghi.

Il numero di posti letto per ciascuna struttura è abbastanza variabile - dalle poche decine agli oltre 200 letti - e anche la tipologia e la quantità di servizi offerti tende a variare in base alla tipo di struttura. A titolo esemplificativo, la grande maggioranza delle strutture riserva spazi alla preghiera, mentre lo stesso non si può dire per la presenza di servizi di ristorazione (talvolta viene offerta la sola colazione) o per la connessione internet.

Infine, va notato come un numero rilevante di strutture sia segnalato con un grado di accessibilità non adatto alle persone diversamente abili, ambito questo su cui non può non essere segnalata una urgenza di adeguamento.

Figura 2.3. Strutture ricettive religiose in Veneto



Fonte: Associazione Ospitalità Religiosa Italiana, elaborazione propria

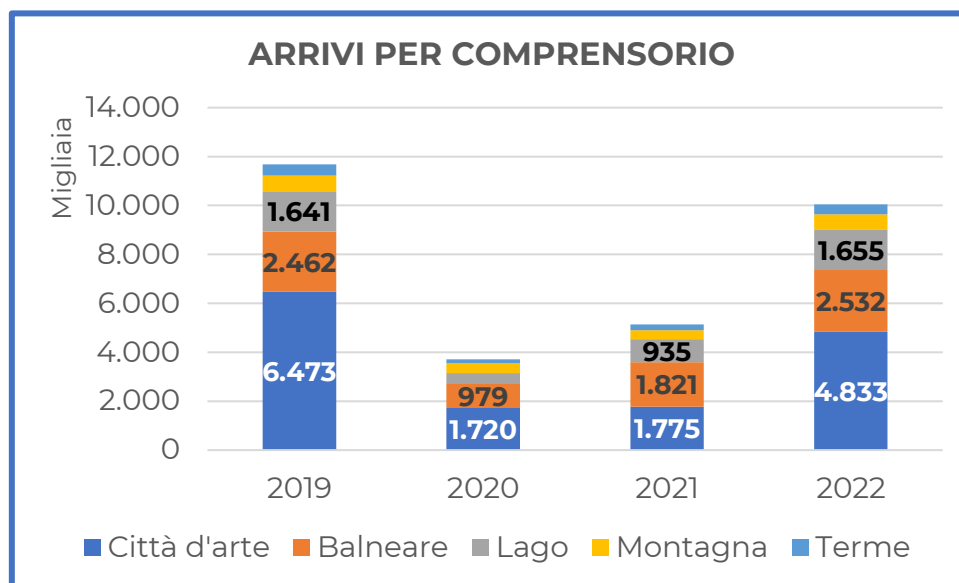
## 2.2. LE RISORSE E GLI ATTRATTORI

Come già anticipato nella Sezione I del presente rapporto, il Veneto è una destinazione turistica di primo piano a livello nazionale e internazionale, grazie alla sua offerta turistica che spazia dal turismo montano – invernale ed estivo – a quello balneare, dal culturale al

turismo enogastronomico, offrendo una molteplicità di prodotti e paesaggi in grado di attrarre un turismo con motivazioni ed esigenze assai diversificate.

Dei 5 comprensori del Veneto, quello delle città d'arte è sicuramente una forza trainante per il turismo all'interno della regione, avendo sempre registrato negli ultimi anni la metà o più degli arrivi totali (come rappresentato in Figura 2.4), e segno quindi di un'offerta particolarmente attrattiva e in grado di soddisfare le esigenze di un pubblico interessato a scoprire la cultura, l'arte e le tradizioni delle città venete. Nella sola prima metà del 2022 le destinazioni di questo comprensorio hanno registrato quasi 5 milioni di arrivi, in forte ripresa rispetto ai 1,7 milioni registrati nello stesso periodo dell'anno precedente.

Figura 2.4. Arrivi in Veneto per Comprensorio (periodo gennaio-luglio)



Fonte: Ufficio di Statistica delle Regione del Veneto su dati provvisori ISTAT, 2022

Con specifico riferimento al turismo religioso, come già precedentemente analizzato, non esistono dati specifici; tuttavia, il Veneto vanta un patrimonio diffuso e diversificato di interesse religioso, fatto di monumenti e siti culturali, di luoghi di culto della cristianità

internazionalmente riconosciuti – anche per le opere d'arte che contengono – ma anche di cammini e sentieri della fede che connettono il territorio veneto a regioni vicine e ad altri paesi in Europa.

Santuari e chiese, eremi e conventi, monasteri e luoghi della fede sono dislocati in tutto il territorio, attraendo ogni anno sia turisti alla ricerca di luoghi di preghiera che viaggiatori interessati alle bellezze artistiche e culturali che questi luoghi offrono.

I siti di interesse religioso di Padova e Venezia sono sicuramente i più visitati con la Basilica di San Marco (che con 5,5 milioni di ingressi annuali si attesta tra i monumenti più visitati d'Italia<sup>18</sup>) e la Basilica di Sant'Antonio ai primi posti. Ma luoghi di devozione sono presenti diffusamente in tutto il Veneto. La tabella 2.4 presenta un riepilogo dei principali santuari presenti in Veneto raggruppati per provincia.

*Tabella 2.4. Santuari in Veneto*

<b>PROVINCIA</b>	<b>SANTUARI</b>
Belluno	7
Padova	10
Rovigo	9
Treviso	10
Venezia	10
Verona	10
Vicenza	9
<b>TOTALE</b>	<b>65</b>

*Fonte: Santuari Italiani*

<sup>18</sup> Associazione Piazza San Marco – <https://www.associazionepiazsanmarco.it/news/novita-in-piazza-san-marco/971>

Lungo tutto il territorio, inoltre, si sviluppano numerosi itinerari, promossi anche sul portale turistico della Regione<sup>19</sup>, che li divide in cittadini, montani, collinari e litorali. Questi cammini della fede sono particolarmente interessanti per i potenziali turisti, in quanto uniscono devozione, visite paesaggistiche ed esperienze outdoor.

Volendo citarne alcuni particolarmente noti, abbiamo la “Grande Rogazione”, che si svolge nell’Altopiano di Asiago nei tre giorni prima della festività dell’Ascensione; il “Cammino di Sant’Antonio”, che da Camposampiero arriva alla Basilica del Santo a Padova; e la “Via dei Papi”, che si snoda nella provincia di Belluno.

Infine, ad arricchire ulteriormente l’offerta per i turisti religiosi, in Veneto sono presenti numerosi musei dedicati all’arte Sacra, riepilogati per provincia nella Tabella 4, che ogni anno attirano visitatori dall’Italia e dall’estero grazie alle loro collezioni di pregio.

Tabella 2.4. Musei d’arte sacra in Veneto

PROVINCIA	MUSEI
Belluno	4
Padova	4
Rovigo	0
Treviso	4
Venezia	8
Verona	1
Vicenza	8
<b>TOTALE</b>	<b>29</b>

Fonte: elaborazione propria

<sup>19</sup> Portale turistico Regione Veneto: Itinerari religiosi – [https://www.veneto.eu/IT/Collina Itinerari Religiosi/](https://www.veneto.eu/IT/Collina%20Itinerari%20Religiosi/)



### 2.2.1. Gli elementi di attrattività di Vicenza

Come già anticipato Vicenza è una destinazione dalle grandi potenzialità per un turismo della fede che sia interessato a una più ampia scoperta culturale del territorio.

Per quanto riguarda la Città, numerosi sono i beni culturali di interesse religioso, tra cui le chiese - Santa Corona, con il Battesimo di Cristo di Giovanni Bellini, la Basilica SS. Felice e Fortunato, San Lorenzo, solo per citarne alcune -, i chiostri, gli oratori (del Gonfalone, di S. Nicola, dei Boccalotti e molti altri), e i musei, in particolare il Museo Diocesano e la collezione di icone di Gallerie d'Italia a Palazzo Leoni Montanari.

A questa lista, non certamente esaustiva, si aggiunge poi, naturalmente, il Santuario di Monte Berico che prima della pandemia registrava oltre 2 milioni di presenze all'anno<sup>20</sup> e che, grazie alla ricorrenza del VI centenario della prima apparizione della Vergine Maria nel 2026, punta ad un incremento dei visitatori che, secondo la diocesi, potrebbe arrivare ai 5 milioni<sup>21</sup>.

Ulteriore elemento di offerta religiosa a Vicenza è la Romea Strata, un itinerario che raccoglie il più vasto e vivo sistema di strade di pellegrinaggio antico ancora oggi percorribile, e che attraversa l'Italia settentrionale per arrivare fino a Roma. L'itinerario è suddiviso in nove percorsi e quello che passa per Vicenza (la Romea Vicetia) va da Rovereto a Montagnana, ripercorrendo un itinerario che veniva usato dai viandanti provenienti dal centro Europa fin dal Medioevo. Oggi la Romea Strata è parte del progetto europeo Interreg "Itinerario transfrontaliero di fede e cultura", che si pone l'obiettivo di sviluppare una strategia di promozione del patrimonio storico, religioso e culturale comune tra Italia e Austria attraverso il coinvolgimento delle comunità locali. All'interno del progetto, la Diocesi di Vicenza e il Comune di Schio sono due importanti

---

<sup>20</sup> Città di Vicenza. (2022) – <https://www.comune.vicenza.it/albo/notizie.php/308640>

<sup>21</sup> Armeni G. (2022). "Monte Berico celebra il Giubileo 2026: obiettivo cinque milioni di visitatori".

soggetti partner, che collaborano nello sviluppo di un'attività di marketing transfrontaliero finalizzata a valorizzare le eccellenze del territorio<sup>22</sup>.

Anche nel territorio della provincia non mancano i luoghi di interesse storico-religioso tra chiese, santuari, eremi – come per esempio l'eremo di San Cassiano a Lumignano - e musei. Tra i luoghi di culto di interesse turistico-religioso si ricordano anche il Santuario della Madonna dei Miracoli di Lonigo – tappa sul Cammino delle Apparizioni - con il Museo e la collezione degli ex voto e il Santuario Madonna della Pieve (grotta di Lourdes) di Chiampo, la Casa natale di Santa Maria Bertilla a Brendola. In particolare, il Cammino delle Apparizioni, percorso storico che attraversa aree di pregio naturalistico lungo tre diverse diocesi tra Veneto e Trentino è un prodotto particolarmente interessante su cui si sta concentrando anche lo sforzo promozionale dell'OGD Pedemontana.

Vale infine la pena ricordare la presenza a Vicenza due importanti manifestazioni. La prima è Koinè, evento fieristico per la filiera del settore religioso che si configura come momento di incontro e di business per gli operatori del settore religioso e che ospita anche convegni ed eventi culturali in collaborazione con la CEI - Conferenza Episcopale Italiana e la Diocesi di Vicenza. La seconda è il Festival Biblico, importante appuntamento nato con lo scopo di diffondere la cultura nel territorio e far conoscere le Sacre Scritture come strumento per rileggere la contemporaneità.

### **2.3. LE PROPOSTE DI TURISMO RELIGIOSO IN VENETO E A VICENZA SUI CATOLIGHI DEGLI OPERATORI**

Sebbene il Veneto, come descritto finora, non sia certo carente di attrattori turistici e operatori attivi nel settore del turismo religioso, l'offerta legata alla fede non risulta però ancora pienamente sviluppata.

---

<sup>22</sup> Interreg Stra - Romea Strata, <https://www.romeastrata.org/interreg-stra-itat2016/>

A confermare questo potenziale inespresso, analizzando i cataloghi di tour operator specializzati in turismo religioso incoming appare evidente come le destinazioni venete siano poco presenti, ad eccezione di Padova.

Per quanto riguarda specificamente il Santuario di Monte Berico, questo è rintracciabile nella proposta di alcune agenzie e tour operator nazionali, e in particolare lombarde, come Zani Viaggi (Milano), SpiritualTour srl (Varese), La Girandola Viaggi (Empoli).

Allo stato attuale, dunque, nonostante Vicenza possa vantare un'offerta ampia e variegata, la destinazione fatica ad imporsi come destinazione di interesse spirituale a livello sia nazionale sia internazionale, anche a causa della scarsità di operatori incoming che operano su questo mercato sul territorio veneto.

Per riuscire a superare questo ostacolo, sembra dunque necessario da un lato rafforzare l'immagine del turismo spirituale in Veneto per attrarre i turisti mossi da motivazioni legate alla fede e alla spiritualità e, dall'altro, integrare – tramite la collaborazione tra gli stakeholder della filiera – l'offerta religiosa ad altre proposte turistiche, prime fra tutte l'arte e la cultura, ma anche dell'outdoor e del benessere.

Un primo esempio virtuoso già esistente di collaborazione tra gli attori del comparto è dato dalla già citata fiera Koinè<sup>23</sup>. Attraverso una rinnovata e rafforzata collaborazione con gli operatori turistici, grazie alla risonanza mediatica dell'evento sarà sicuramente possibile promuovere ad un pubblico ampio e variegato, ma soprattutto fortemente interessato, l'offerta religiosa dei territori veneti.

In quest'ottica di collaborazione, non va poi dimenticato il fondamentale ruolo giocato dalle OGD e dalla Regione. Come già anticipato nella sezione I del presente rapporto, sul portale [www.veneto.eu](http://www.veneto.eu) il turismo religioso e spirituale trova spazio sia nella homepage con i "Sentieri della Fede", sia in sezioni specificamente dedicate. Lo stesso vale per

---

<sup>23</sup> Koinè – <https://www.koinexpo.com/>



**Camera di Commercio  
Vicenza**



Vicenza, che sul portale turistico ufficiale Vicenzaè presenta sia in homepage sia con articoli dedicati i luoghi della fede presenti in tutto il territorio provinciale.

### 3. ANALISI SUI VISITATORI DEL SANTUARIO DI MONTE BERICO

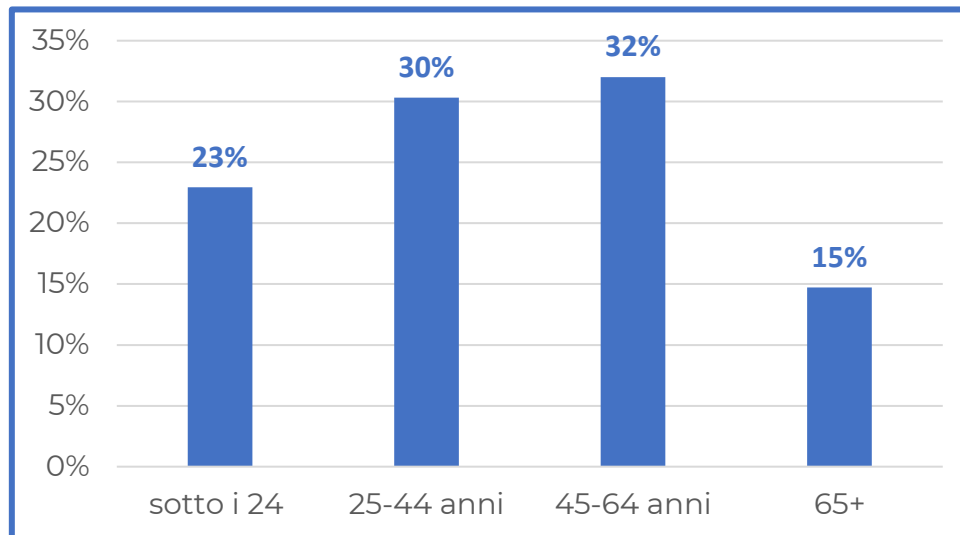
Al fine di meglio comprendere da un lato le motivazioni di visita di coloro che si recano al Santuario di Monte Berico e dall'altro, le opportunità che potrebbero derivare da una messa a sistema del Santuario in una più ampia proposta di visita alla città di Vicenza, nei mesi di settembre e ottobre 2021 è stata condotta un'indagine sull'attuale profilo dei visitatori del Santuario. Tale indagine si è svolta sotto forma di interviste strutturate sotto forma di questionario somministrato e auto compilato dai visitatori del Santuario. Il questionario è stato studiato e predisposto in funzione degli obiettivi dell'indagine, e comprendeva un totale di 37 item, articolati in 21 domande e suddivisibili in 3 macro-sezioni tematiche. La prima sezione era dedicata alle tipiche informazioni riguardanti il profilo socio-demografico dei rispondenti, la seconda era volta ad analizzare le modalità di fruizione e le motivazioni dietro alla visita a Vicenza e, più in particolare, al Santuario di Monte Berico, con una batteria dedicata alla valutazione dell'esperienza al sito. La terza parte, infine, si concentrava sulle abitudini turistiche dei rispondenti, con un focus sulle eventuali esperienze turistiche motivate proprio dalla religione/spiritualità. In totale sono stati raccolti circa 400 questionari. I questionari debitamente compilati e utili per l'analisi sono stati 349.

#### 3.1. IL PROFILO DEMOGRAFICO DEGLI INTERVISTATI

Monte Berico è frequentato in maniera prevalentemente omogenea sia da uomini che donne, con un'incidenza femminile del 52%, di poco superiore rispetto a quella maschile, che si attesta al 46%. Il restante 2% riguarda persone che non si identificano con i due generi o non hanno voluto dichiararlo.

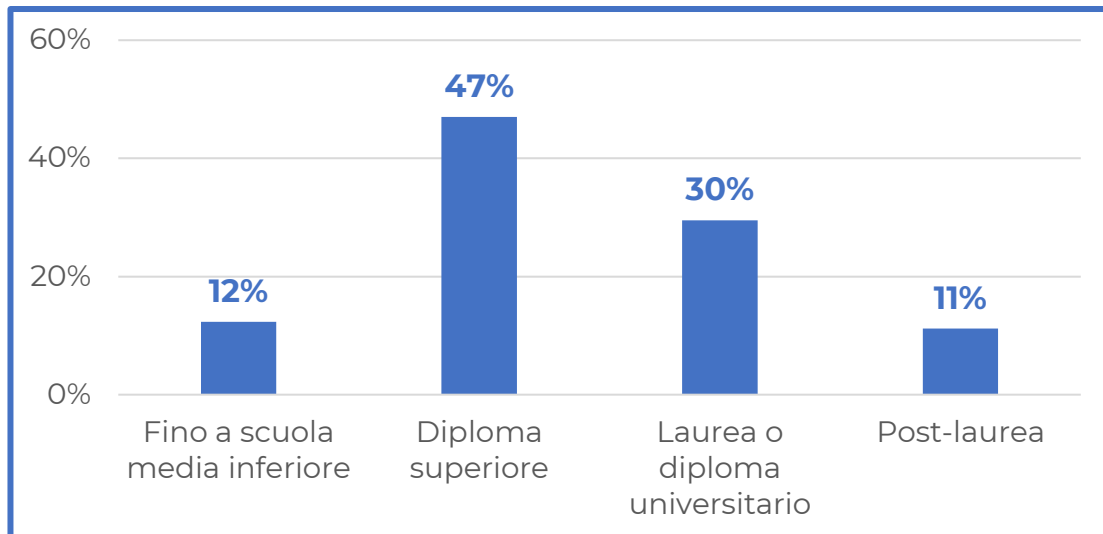
Per quanto concerne la suddivisione demografica in fasce d'età, il 23% dei rispondenti ha meno di 25 anni, il 30% ha tra 25 e i 45 anni, il 32% ha tra i 45 e i 64 anni mentre gli over65 sono il 15%.

Figura 3.1. Visitatori per fasce d'età



Per quanto concerne invece il livello d'istruzione, il 47% possiede un diploma – in media con il trend nazionale –, e il 41% possiede una formazione universitaria, di cui il 30% una laurea e l'11% un titolo post-laurea. Si tratta di un dato significativamente superiore rispetto al livello medio della popolazione italiana in quanto, secondo le rilevazioni ISTAT, nel 2020 solo il 20% era in possesso di una laurea. Il 12%, invece, si è fermato alla terza media o alla quinta elementare, dato che può essere contestualizzato con l'età media dei visitatori del Santuario.

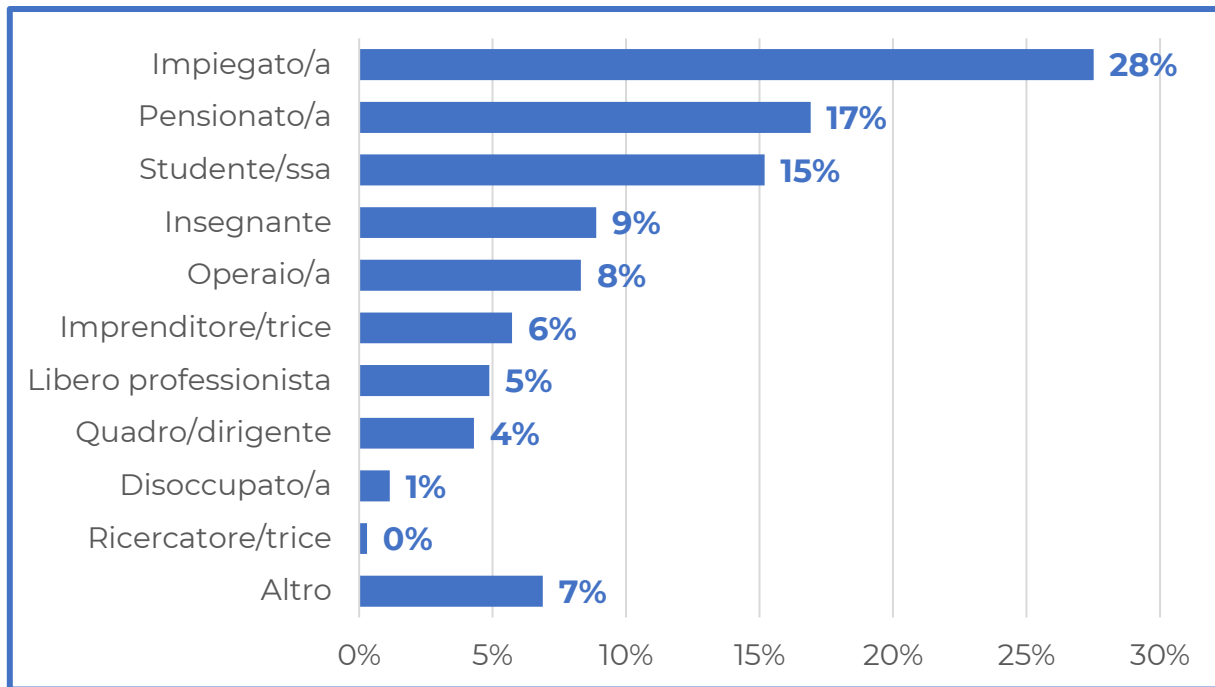
Figura 3.2. Visitatori per livello d'istruzione



Dal punto di vista della professione, quasi un terzo degli intervistati occupa una posizione da impiegato (28%), mentre il 17% è già in pensione. La terza categoria professionale è invece quella degli studenti (15%).

In conclusione, si può dunque inferire che il Santuario di Monte Berico sia in grado di attrarre un pubblico sufficientemente diversificato di persone in termini di età, istruzione e professione svolta.

*Figura 3.3. Visitatori per categorie professionali*

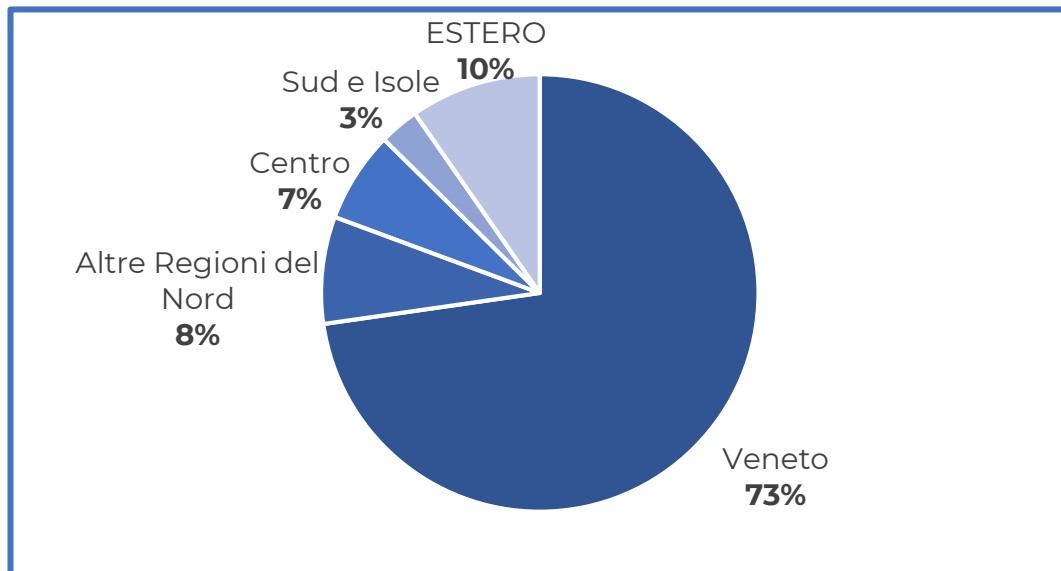


### 3.2. LA PROVENIENZA GEGORAFICA

La provenienza geografica del pubblico mostra una netta prevalenza di un pubblico di area locale o sovralocale: il 73% dei rispondenti vive infatti in Veneto, a testimonianza del forte attaccamento da parte della comunità locale verso il Santuario, mentre il 18% viene dal resto d'Italia. I flussi nazionali più rilevanti provengono dall'Emilia-Romagna (4,2%), dalla Lombardia (3,9%), e dal Trentino-Alto Adige (2,9%). Il restante 10%, infine, viene dall'estero.



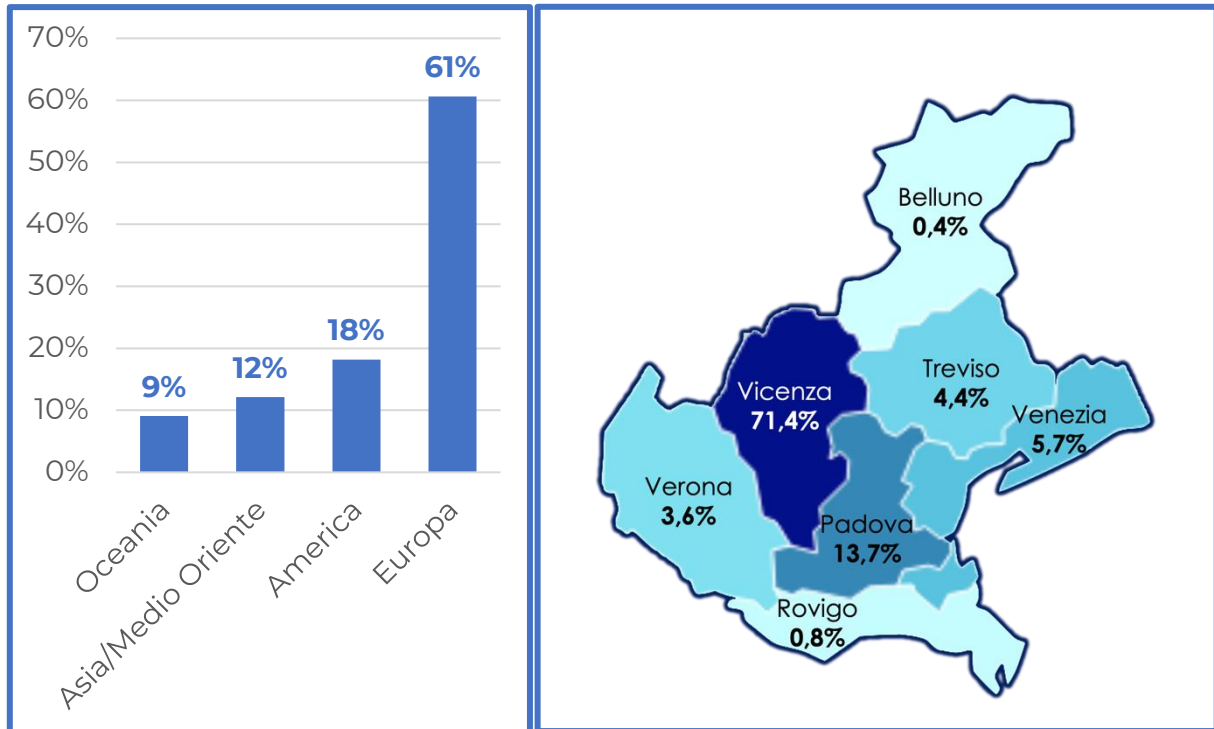
Figura 3.4. Visitatori per provenienza



Volendo fornire qualche dettaglio aggiuntivo su questi ultimi, la maggior parte dei visitatori stranieri viene dai Paesi Europei, Austria, Spagna e Regno Unito in primis. Si registra poi una quota importante di statunitensi tale dato deve però tenere in considerazione la presenza a Vicenza della base militare dell'Esercito degli Stati Uniti nonostante Vicenza, grazie soprattutto alle architetture del Palladio, sia comunque meta di interesse per il mercato statunitense anche grazie al palladianesimo.

Per quanto riguarda invece i visitatori dal Veneto, oltre il 70% di questi proviene da Vicenza e dalla sua provincia. Seguono per importanza numerica i padovani e i veneziani.

Figura 3.5. Focus sulla provenienza da Paesi esteri e dalle province del Veneto



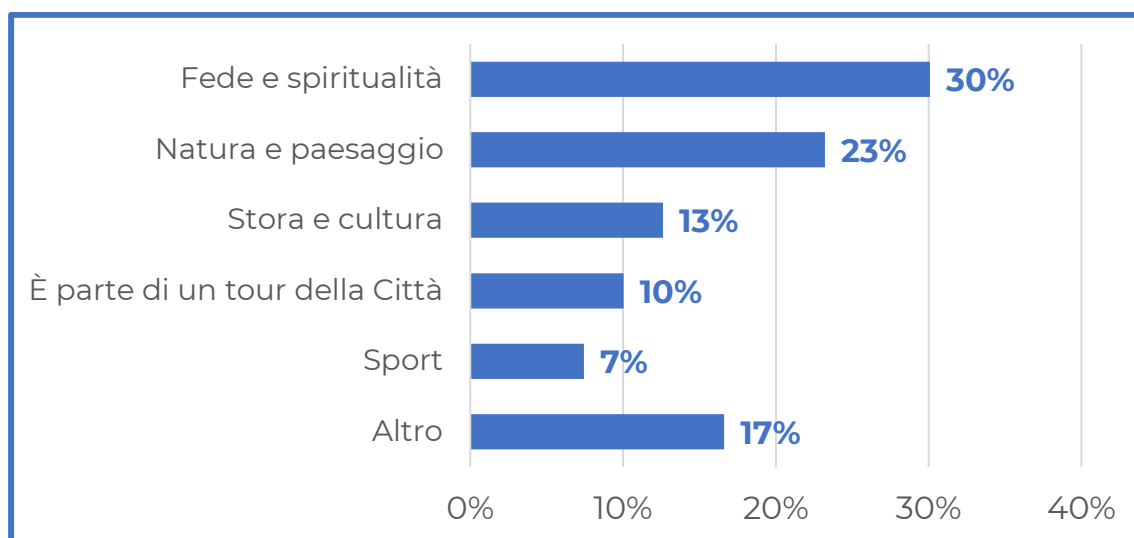
### 3.3. MOTIVAZIONI ALLA VISITA

Per quanto concerne le motivazioni alla bene della visita al Santuario emerge chiaramente come la motivazione principale sia legata alla fede: il 30% dei rispondenti, infatti, ha dichiarato di essersi recato al Santuario per motivi di fede e spiritualità. Un'altra motivazione particolarmente importante – che ha raccolto il 23% delle risposte – è legata alla possibilità di ammirare la natura e il paesaggio.

Data la presenza della tela del Veronese con la Cena di S. Gregorio Magno e della splendida collezione di ex-voto del museo all'interno del Santuario, in cui sono custoditi anche reperti fossili e numerose opere d'arte, non sorprende che la terza motivazione principale in termini percentuali (13%) sia proprio quella legata alla storia e alla cultura.

Infine, relativamente al 17% della voce “Altro” questo raggruppa risposte libere piuttosto diversificate, e pertanto difficili da suddividere in categorie omogenee. Tuttavia, tra le motivazioni più frequenti, vi sono quelle di potersi ritrovare per un aperitivo con amici nei pressi del Santuario.

Figura 3.6. Principale motivazione della visita



Andando ad analizzare la motivazione per fasce d'età, emerge come tale motivazione sociale sia primariamente da associarsi ai visitatori più giovani. La motivazione legata all'esperienza di fede e spiritualità è la più frequente per i visitatori delle fasce d'età 45-54 e over 65 mentre i Millennial sono spinti alla visita soprattutto da interessi culturali o naturalistico-paesaggistici.

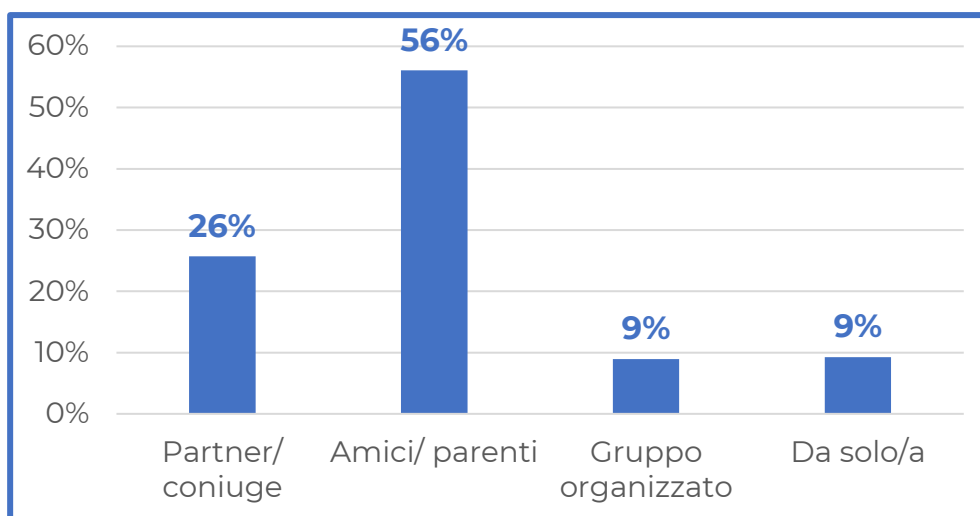
Tabella 3.1. Motivazione per classi d'età

MOTIVAZIONE	MENO DI 24	25-44 ANNI	45-64 ANNI	OVER 65	TOTALE
Per fede/spiritualità	14%	21%	42%	54%	31%

Per interesse naturalistico/ paesaggistico	25%	34%	18%	10%	<b>23%</b>
Per interesse storico/ culturale	12%	15%	11%	12%	<b>12%</b>
Perché parte di un tour della Città	12%	15%	5%	6%	<b>10%</b>
Sport	1%	5%	12%	10%	<b>7%</b>
Altro	36%	11%	11%	10%	<b>16%</b>

Dai dati emerge poi chiaramente come la visita sia, al di là della motivazione, un'esperienza vissuta in compagnia: complessivamente, l'82% era accompagnato dai propri cari, siano essi il/la partner o coniuge (26%) o più genericamente amici e parenti (56%).

Figura 3.7. Accompagnatori



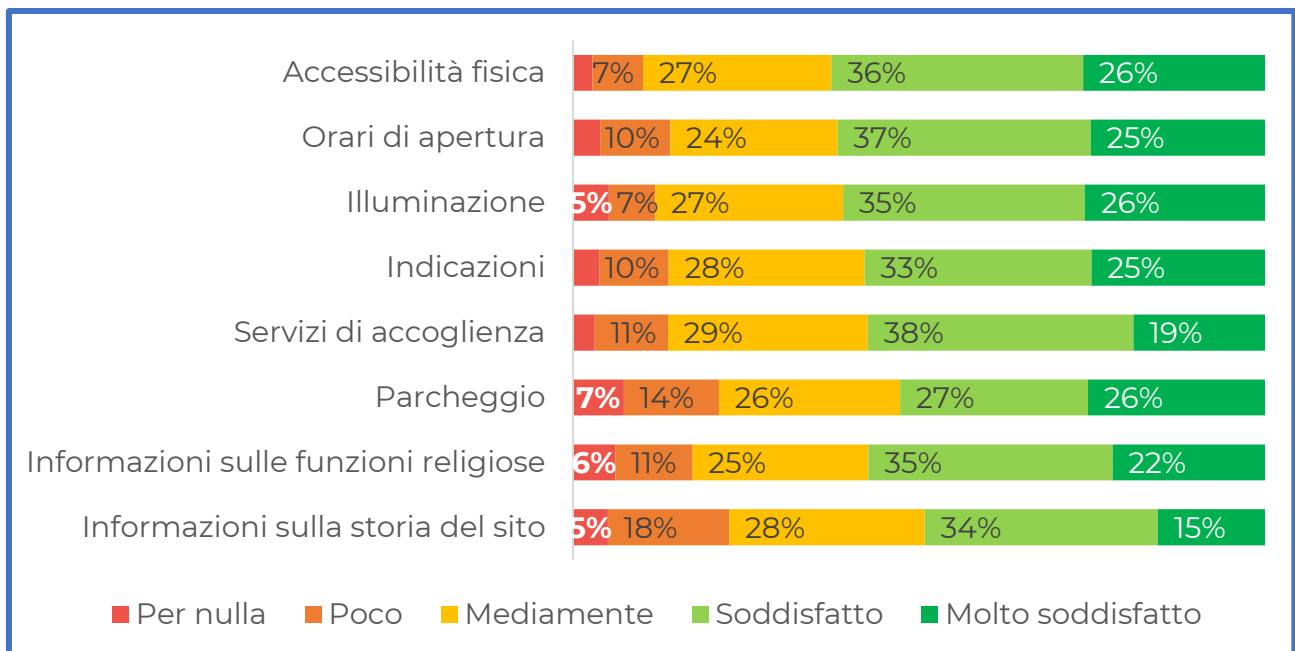
### 3.4. GRADIMENTO DELLA VISITA AL SANTUARIO

Concentrandosi nuovamente sul Santuario di Monte Berico, attraverso una batteria di variabili a cui era possibile rispondere con un valore da 1 (per nulla) a 5 (del tutto), è stato possibile rilevare il grado di soddisfazione dei visitatori.

In media la soddisfazione complessiva è abbastanza elevata, con un punteggio di 3,59 su 5, con l'accessibilità fisica quale dimensione più apprezzata (62% di persone soddisfatte o molto soddisfatte). Viceversa, le informazioni sulla storia del sito hanno avuto il punteggio più contenuto, con "solo" il 49% di giudizi positivi (4 o 5 punti) e un risultato medio di 3,37 su 5. Nessuna dimensione analizzata supera invece il 5-7% di giudizi totalmente negativi, segno della generale soddisfazione relativa alla visita.

Per correttezza metodologica, comunque, è opportuno specificare che alcune variabili presentano un numero di risposte inferiore in termini assoluti, in quanto i visitatori non avevano avuto modo di verificarne l'efficacia. Nello specifico, molti turisti giunti in pullman non hanno avuto bisogno di indicazioni per raggiungere il sito, e anche la voce "illuminazione" è stata spesso tralasciata, in quanto nelle ore diurne l'illuminazione naturale era più che sufficiente e i visitatori non hanno avuto modo di giudicarla in maniera adeguata.

*Figura 3.8. Gradimento delle caratteristiche del Santuario*



### 3.5. LA RELAZIONE CON VICENZA

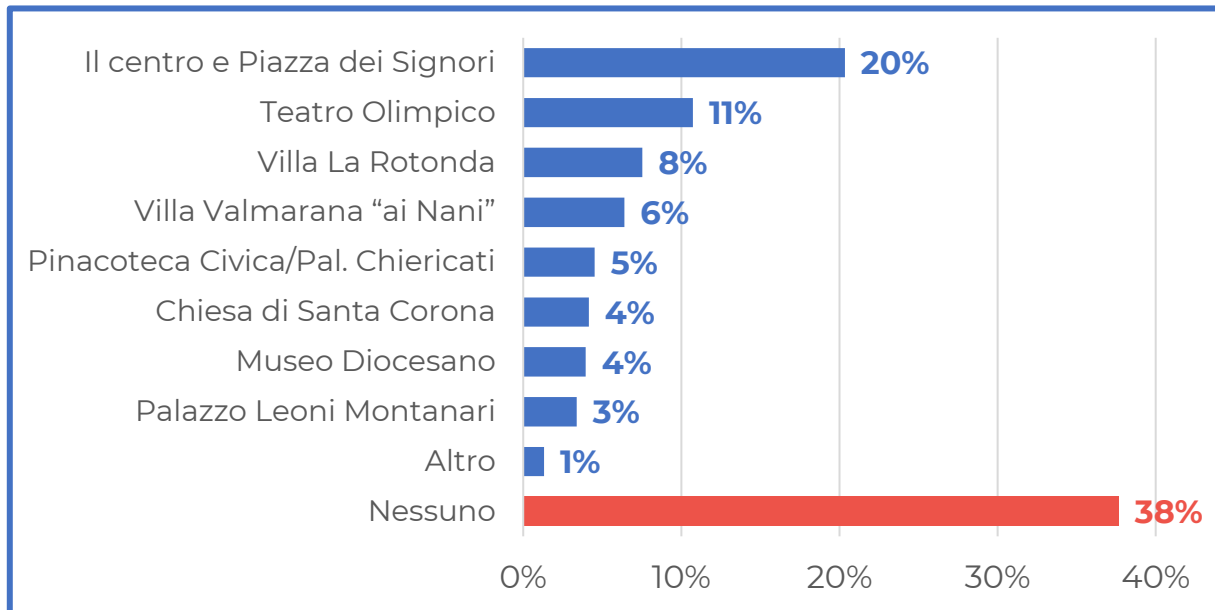
L'indagine sui visitatori del Santuario si poneva anche l'obiettivo di approfondire il grado di conoscenza della città di Vicenza e la propensione a visitarne alcuni dei luoghi più importanti. Pertanto, è stato chiesto ai visitatori se avessero visitato o avessero intenzione di visitare in giornata altri siti d'interesse turistico della Città.

Alla domanda "Hai visitato o intendi visitare alcuni di questi luoghi oggi?" - dove le possibilità di scelta riguardavano altri otto attrattori culturali di Vicenza - la maggior parte dei rispondenti ha indicato il centro storico e Piazza dei Signori, probabilmente anche in virtù della vicinanza con il Santuario - raggiungibile in circa un quarto d'ora a piedi. Seguono il Teatro Olimpico (visita in programma per l'11% dei rispondenti) e Villa La Rotonda (8%).

Il 38% dei rispondenti non prevedeva invece di recarsi in altri posti oltre al Santuario. Si tratta di un dato che però non deve stupire: data la forte componente locale dei

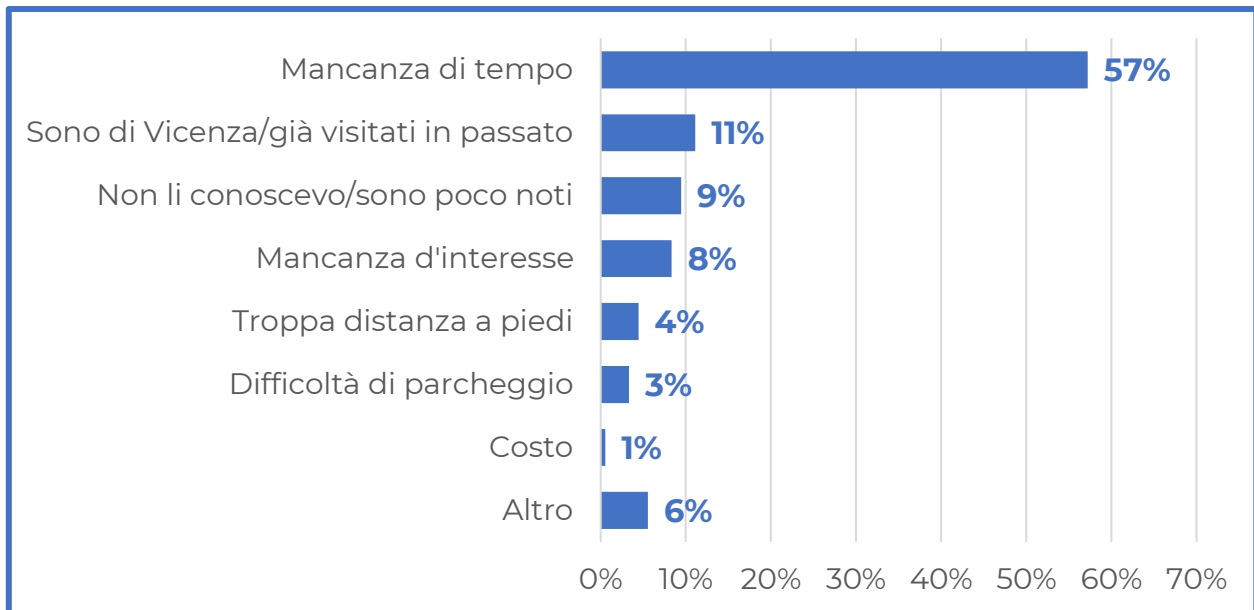
rispondenti molti di loro hanno probabilmente già avuto numerose occasioni di visitare i monumenti proposti nel questionario.

*Figura 3.9. Visita ad altri luoghi d'interesse*



A dimostrazione di questa tesi, nella domanda successiva – che chiedeva a chi non avrebbe visitato altri luoghi di spiegarne la motivazione –, oltre il 10% dei rispondenti ha utilizzato la casella libera scrivendo che era di Vicenza o che aveva già visitato i monumenti in passato. La motivazione principale, comunque, indicata nel 57% dei casi, attribuisce alla mancanza di tempo l'impossibilità di visitare altri monumenti in giornata mentre.

*Figura 3.10. Motivazione per la non-visita ad altri luoghi*



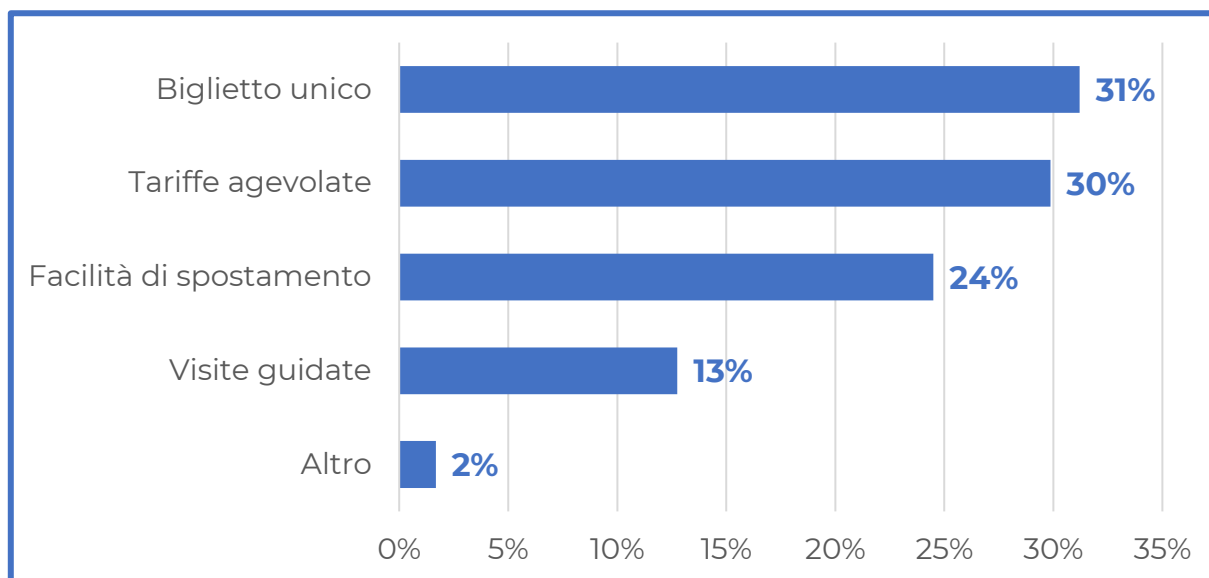
In chiusura al questionario, è stato chiesto poi ai rispondenti a quali condizioni sarebbero disposti a prolungare la loro permanenza a Vicenza per poter visitare anche gli altri luoghi di interesse storico e culturale che sono valsi a Vicenza il titolo di sito UNESCO.

Sebbene fosse una domanda prettamente di natura turistica, anche molte persone del luogo hanno voluto fornire la propria opinione.

Le opzioni proposte non presentano eccessive sproporzioni in termini percentuali, sebbene la possibilità di avere un biglietto unico per l'accesso a diversi monumenti sia stata la proposta preferita (31% delle risposte). È comunque opportuno segnalare come, in fase di compilazione, numerosi rispondenti abbiano chiesto la possibilità di indicare più di un'opzione tra quelle disponibili, a dimostrazione che tutte le idee proposte, se correttamente implementate, potrebbero positivamente influenzare la competitività turistica di Vicenza.



Figura 3.11. Condizioni per prolungare la permanenza al sito UNESCO “Vicenza e le Ville del Palladio nel Veneto”



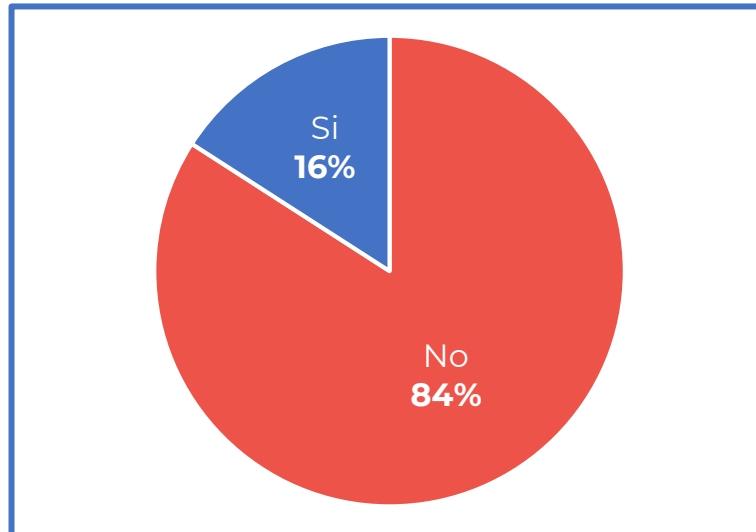
### 3.6. CONOSCENZA DEL VI CENTENARIO

Un'ultima domanda relativa al Santuario e a Vicenza ha voluto rilevare la conoscenza o meno, da parte dei visitatori delle celebrazioni di Giubileo della Rinascita.

Tali celebrazioni sono risultate non note ai più, con l'84% dei rispondenti non è a conoscenza che nel 2026 ricorrerà il VI centenario della prima apparizione della Madonna di Monte Berico.

Poiché, come già anticipato, oltre la metà dei visitatori che hanno partecipato al questionario vive a Vicenza, un numero così importante di risposte negative significa che sarà necessario nei prossimi mesi e anni aumentare gli sforzi di comunicazione e promozione della ricorrenza, e del connesso Giubileo della Rinascita.

Figura 3.12. Conoscenza del VI centenario



### 3.7. VIAGGI PER TURISMO RELIGIOSO

Sebbene l'indagine sia stata svolta nei pressi di un luogo di culto quasi due terzi dei rispondenti hanno dichiarato di non compiere viaggi motivati dalla fede.

Il restante terzo invece viaggia sia nella propria regione che in altre regioni con una discreta frequenza: il 62% si sposta per fede ogni tanto o spesso, pur restando all'interno dei confini regionali, mentre nel 42% in regioni diverse da quella in cui vive. Al contrario, i viaggi all'estero come a Lourdes o Medjugorje sono più rari, probabilmente anche per via di un maggiore costo.

Figura 3.13. Turisti religiosi

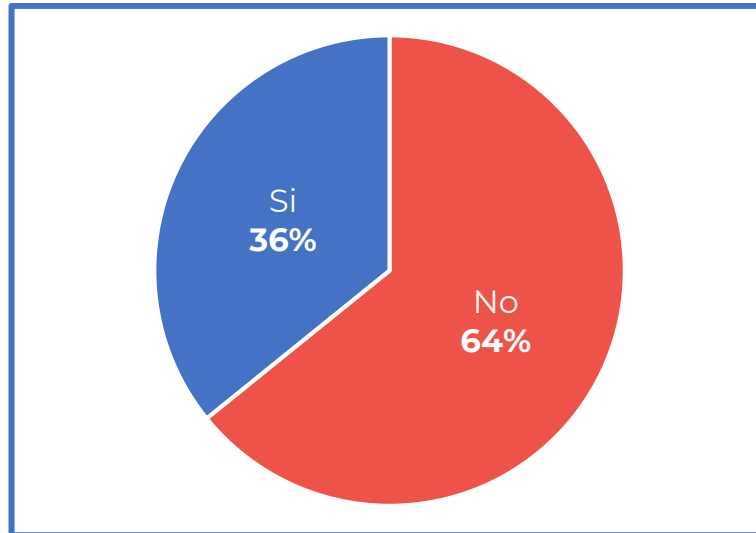
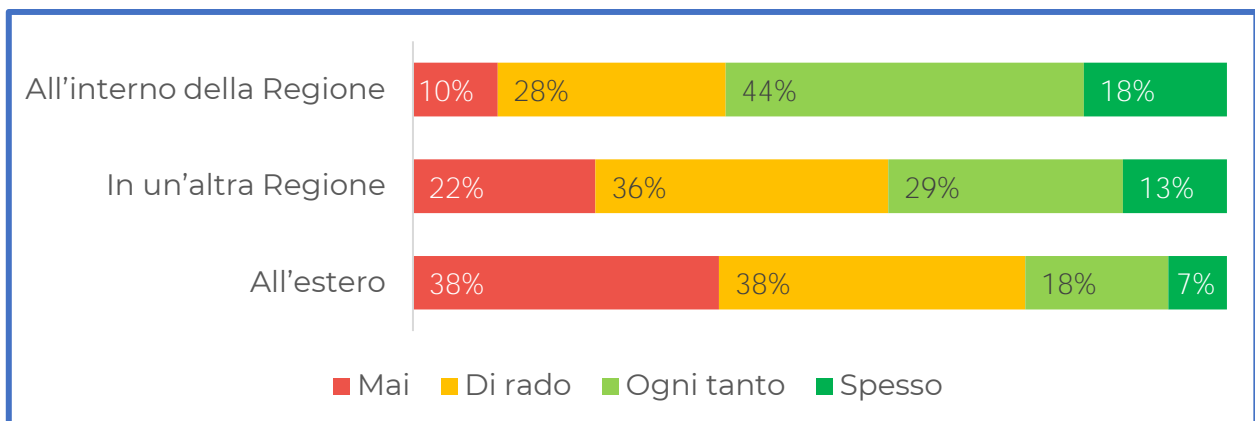


Figura 3.14. Destinazioni del turismo religioso



Che la destinazione si trovi vicino o lontano, i turisti religiosi intervistati viaggiano per motivazioni diverse: prima fra tutti è la visita ai luoghi di culto, come per l'appunto lo stesso Santuario di Monte Berico, indicata quale ragione principale del viaggio dal 36%

dei turisti religiosi. Seguono i pellegrinaggi (32%) e, con un maggior distacco, i cammini (17%).

La durata del viaggio, invece, è spesso collegata alla vicinanza della meta: poiché molti viaggiano prevalentemente restando dentro la propria regione, non stupisce che il 29% faccia escursioni in giornata e non pernotti fuori casa e che il 37% prediliga vacanza di soli 2-3 giorni. I viaggi più lunghi, invece, sono meno frequenti (solo il 15% tende a viaggiare per più di 5 giorni) e vengono effettuati soprattutto dalle persone che viaggiano fuori regione o all'estero.

*Figura 3.15. Attività svolte dai turisti religiosi durante la vacanza*

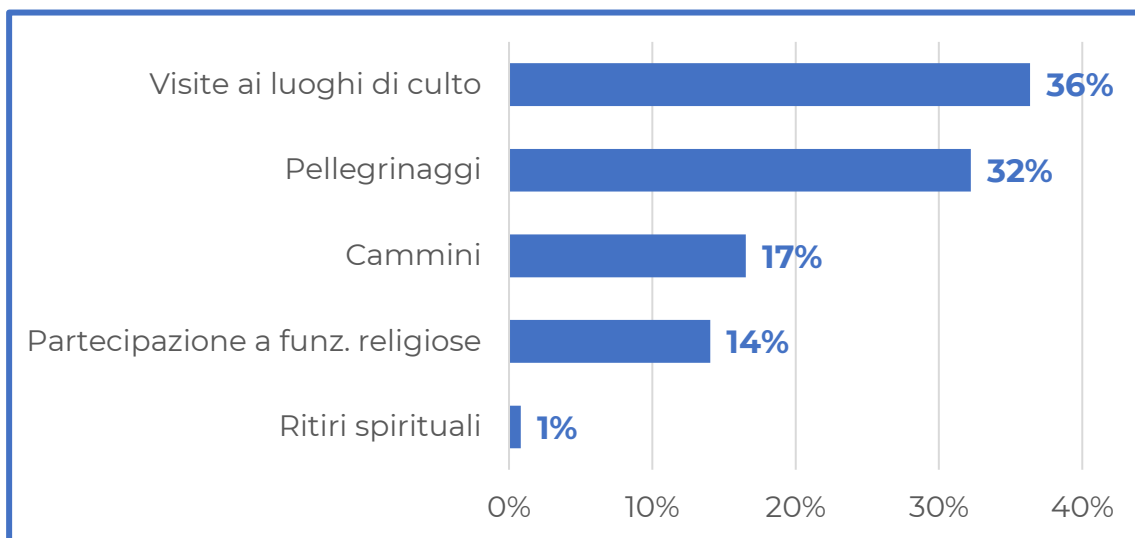
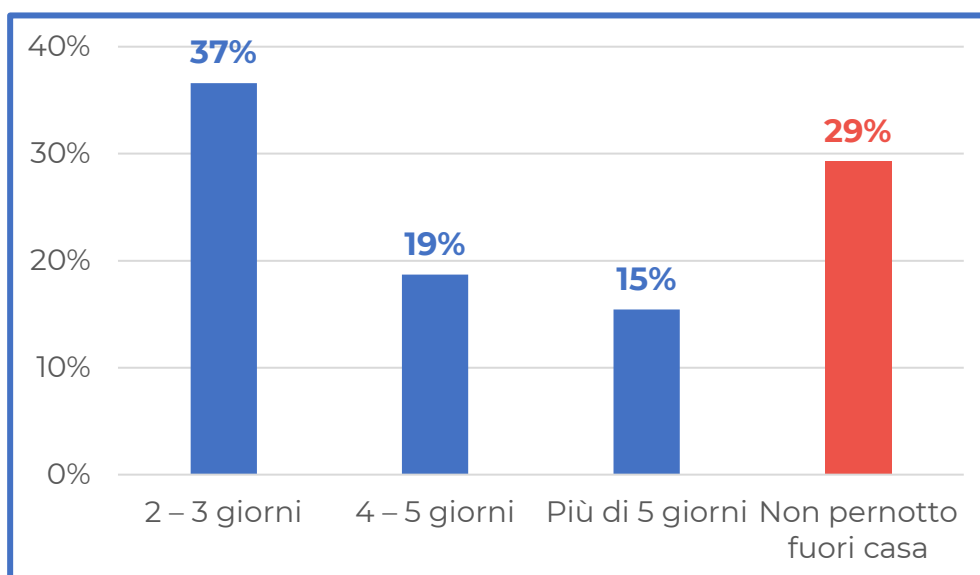
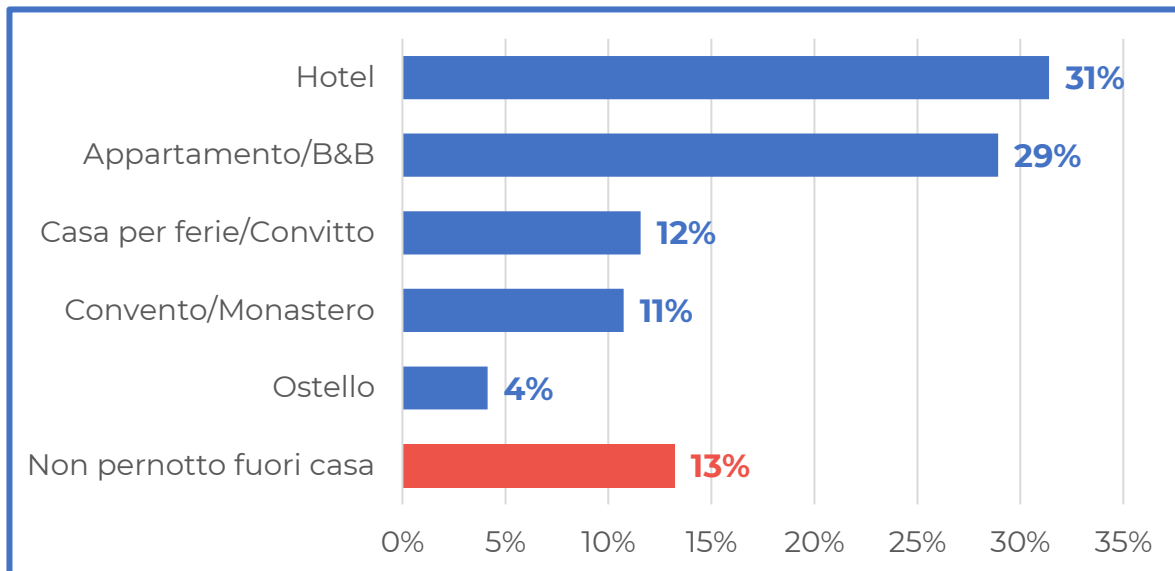


Figura 3.16. Pernottamenti dei turisti religiosi durante la vacanza



Come anticipato nelle precedenti fasi del presente report, un sempre crescente numero di viaggiatori della fede oggi giorno predilige vacanze strutture alberghiere di buon livello e in grado di garantire un certo standard qualitativo. Si tratta di un trend confermato anche dalle risposte del questionario: il 31% dei rispondenti, infatti, preferisce gli hotel, mentre il 29% soggiorna in appartamenti privati o Bed and Breakfast. Al contrario, le soluzioni di ospitalità religiosa, come convitti, monasteri o conventi sono una scelta meno frequente: solo l'11% ha dichiarato di prediligere conventi alle altre forme di ospitalità.

Figura 3.17. Tipologie di struttura ricettiva per il turismo religioso



Infine, per quanto riguarda l'accompagnamento e l'organizzazione del viaggio, il 43% dei rispondenti si sposta in gruppi organizzati, altri preferiscono viaggiare con i propri cari, siano essi il partner o amici e familiari (24% ciascuno) e solo una piccola parte si sposta da solo/a.

Nonostante questi dati, i questionari evidenziano che più della metà dei viaggiatori (53%) religiosi organizza autonomamente i propri viaggi, il 33% dei viaggi è organizzato dalla parrocchia e solo 1 turista su 10 si rivolge ad agenzie di viaggi.

Figura 3.18. Accompagnatori dei turisti religiosi

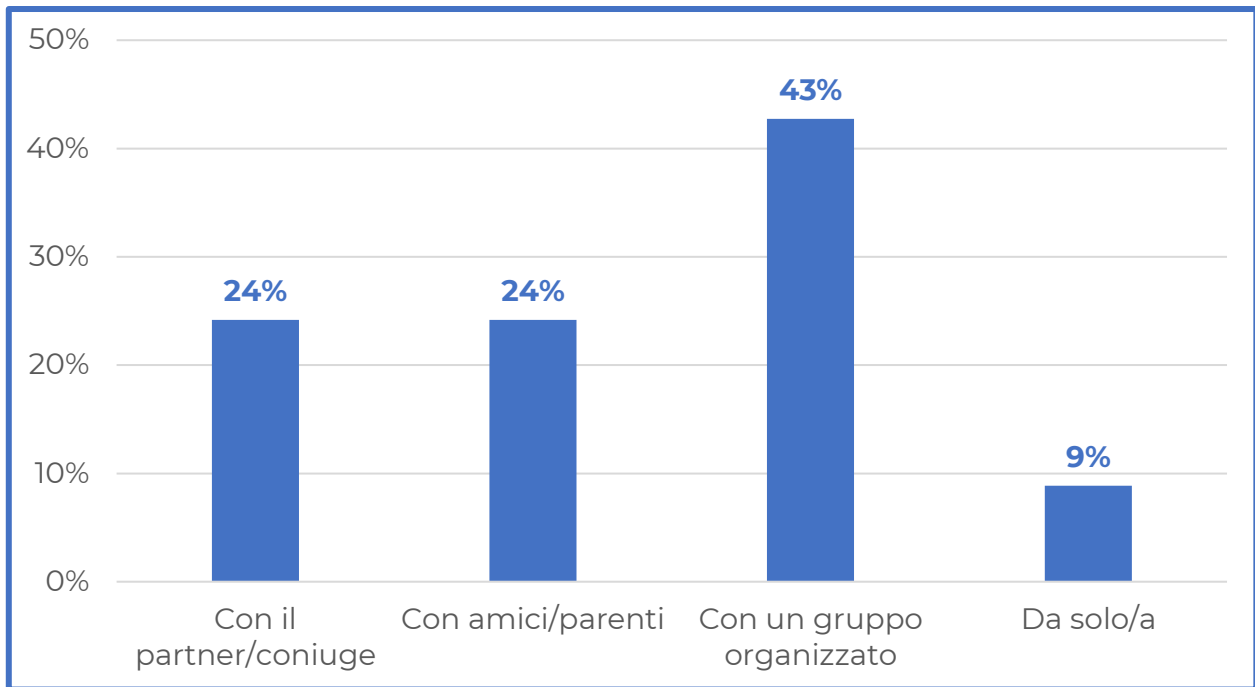
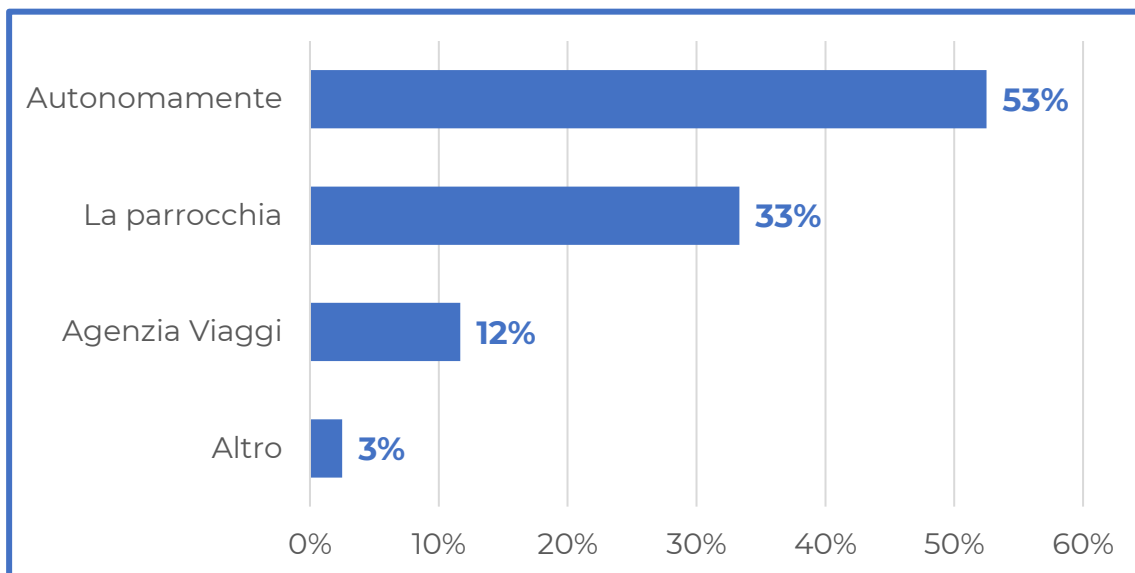


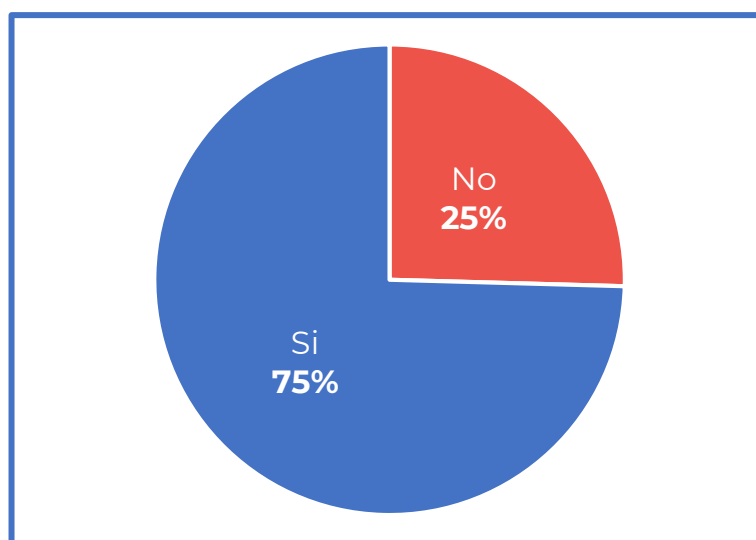
Figura 3.19. Organizzatori dei viaggi di turismo religioso



Se solamente il 36% degli intervistati compie viaggi primariamente motivati dalla fede, tuttavia il dato cambia considerevolmente se si fa riferimento ai viaggi di natura altra in

cui il turista visita anche luoghi legati alla religione. Il 75% dei rispondenti, infatti, ha dichiarato di visitare abitualmente luoghi d'interesse religioso/spirituale durante i propri viaggi non religiosi.

*Figura 3.20. Visita a luoghi della fede durante viaggi non religiosi*



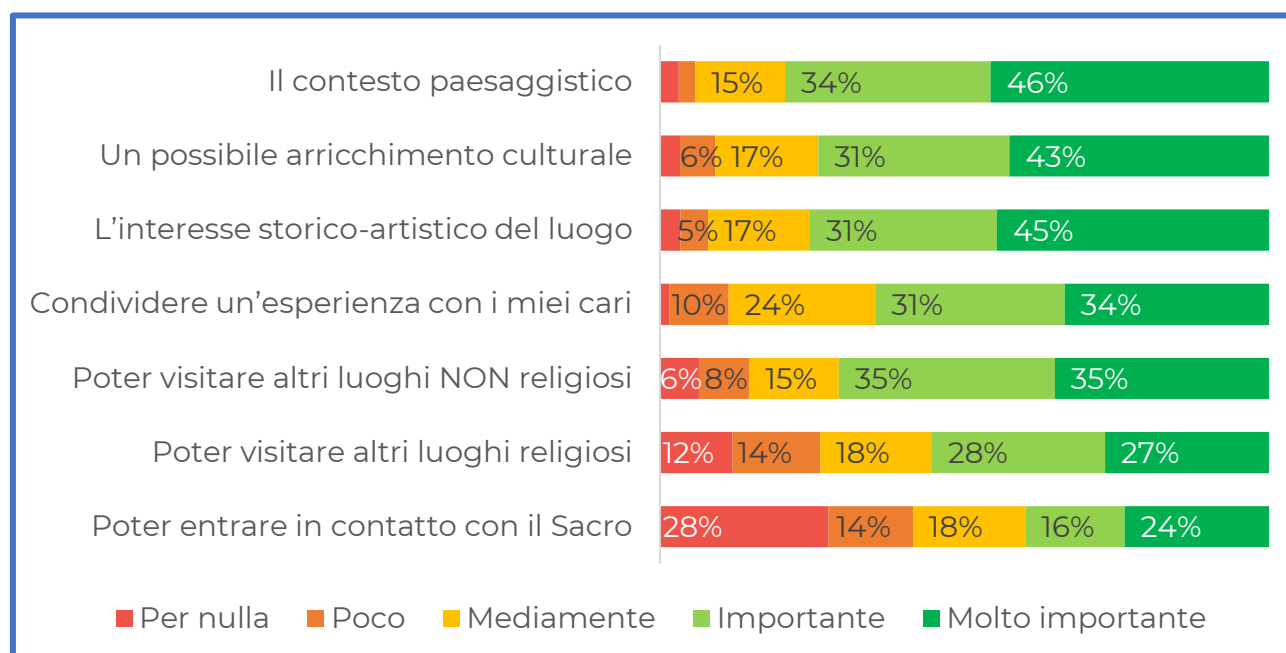
Infine, il questionario ha tentato di approfondire ulteriormente questo trend e altre abitudini di viaggio attraverso una seconda batteria di variabili con possibili risposte da 1 (per nulla importante) a 5 (molto importante). Dai questionari emerge un forte interesse per i turisti verso il contesto paesaggistico e la rilevanza storica artistica del luogo, strettamente collegata alla possibilità di un arricchimento culturale. Tutte queste voci, infatti, sono ritenute importanti o molto importanti (giudizi di 4 o 5 su 5) per più del 70% dei rispondenti.

All'interno della batteria, inoltre, è stato chiesto ai rispondenti quanto ritenessero importante la possibilità di visitare altri luoghi di interesse religioso e non durante i loro viaggi. I risultati hanno confermato la teoria secondo cui oggi sempre più spesso durante i loro viaggi i turisti tendano a combinare diverse attività e forme di turismo (ad esempio turismo culturale + turismo enogastronomico). Il 70% si dice interessato a visitare altri



luoghi non religiosi durante la propria vacanza, e il 55% dichiara importante la visita ad altri luoghi o siti legati alla Fede.

Figura 3.21. Importanza di diversi aspetti durante i viaggi non religiosi



### 3.8. CONSIDERAZIONI FINALI

Per quanto concerne il Santuario di Monte Berico, si è già avuto modo di anticipare che questo luogo di culto attragga ogni anno un elevato quanto diversificato numero di persone. La motivazione della visita, così come le caratteristiche socio-demografiche, sono particolarmente variegata: giovani e anziani si recano a Monte Berico per devozione, ma anche per la possibilità di un arricchimento culturale grazie alla visita del museo interno al santuario o, più semplicemente, per stare a contatto con la natura e ammirare un incredibile paesaggio.

Per quanto riguarda la provenienza, invece, la concentrazione della popolazione locale indica che il santuario è fortemente vissuto dagli abitanti del posto. Tuttavia, questo non ne esclude il potenziale turistico: verosimilmente, i risultati del questionario sono stati almeno parzialmente influenzati dalla minore propensione dei turisti a prendere parte alla ricerca, per via dei ritmi serrati che contraddistinguono le visite guidate dei gruppi. D'altro canto, la consapevolezza dell'imminente ricorrenza del Centenario è risultata piuttosto ridotta anche tra i vicentini, segno che sarà necessario aumentare gli sforzi di comunicazione e promozione dell'evento.

Per quanto riguarda invece le abitudini legate al turismo religioso, sebbene dal questionario emerga che per quasi i due terzi dei rispondenti la fede non sia un driver primario nella decisione di compiere un viaggio, è comunque un elemento importante nella scelta dei siti da visitare una volta a destinazione. Tra coloro che viaggiano per motivi legati alla religione, comunque, si ribadisce ancora una volta la crescente tendenza dei turisti a prediligere strutture di livello e a viaggiare in compagnia o in gruppi per condividere l'esperienza con persone care.

## 4. RILEVAZIONE DEL SENTIMENT SUL SANTUARIO MONTE BERICO DI VICENZA

### 4.1. NOTE DI METODO

Per effettuare l'analisi di sentiment sono state scaricate, attraverso il software Outscraper, 5.219 valutazioni sintetiche e recensioni da parte degli utenti su Google Maps e 756 recensioni su TripAdvisor riferite al Santuario di Monte Berico.

Circa il 40% di chi ha fornito un punteggio sintetico ha anche scritto una recensione. Le recensioni di Google e quelle di TripAdvisor sono state mappate e analizzate manualmente per dare risposta alle 4 seguenti aree di investigazione:

- 1. Valutazione del luogo con un focus sui punti di forza e di debolezza secondo la percezione degli utenti.** Come viene percepita l'esperienza di visita al Santuario? Quali sono i principali motivi di apprezzamento? Sono citate aree di miglioramento? Quali?
- 2. Identificazione, ove possibile, delle diverse tipologie di visitatori intesa come motivazione di visita al luogo di culto** e conseguente analisi del loro vissuto sulla base delle attese. Che profilo ha il tipico visitatore del Santuario? Da dove viene e per quale motivo? Ci sono dei visitatori laici?
- 3. Relazione con la città di Vicenza vale a dire identificazione di possibili aree di sinergia reciproca e bidirezionale tra la visita al Santuario e la visita alla Città.** In che misura la visita al santuario costituisce un possibile incentivo a visitare Vicenza ed altre attrazioni culturali? Quali altre opere e/o monumenti e/o esperienze vengono citati?
- 4. Relazione con gli aspetti naturalistici che si possono esperire nei dintorni.** In che misura la visita al santuario costituisce un possibile incentivo a visitare altri luoghi nei dintorni?

Sono state escluse le recensioni e i commenti su Facebook perché poco significativi visto che non c'è una pagina ufficiale del luogo di culto.

Per completare l'analisi è stato utilizzato SEO tool "answer the public" così da avere una panoramica delle principali domande degli utenti relative al Santuario, e sono state poi effettuate alcune analisi desk su TripAdvisor, su blog e forum online per vedere come il Santuario potesse essere un motore di visita alla città di Vicenza o all'offerta culturale dei dintorni.

#### **4.2. PRINCIPALI RISULTATI: AREE DI APPREZZAMENTO E OPPORTUNITÀ DI MIGLIORAMENTO**

Il santuario beneficia di quasi 6.000 recensioni se contiamo Google Maps e TripAdvisor, la stragrande maggioranza delle quali è nettamente positiva in entrambe le piattaforme: più di 9 persone su 10 si esprimono con un giudizio molto buono o eccellente.

In particolare, la visita del Santuario rappresenta una esperienza giudicata "eccellente" da 8 persone su 10 in Google e da 6 persone su 10 in TripAdvisor, e sono pochissime le valutazioni negative.

*Tabella 4.1. Valutazione Totale Basilica Santuario di Monte Berico da Google e Tripadvisor*

	<b>GOOGLE</b>	<b>TRIPADVISOR</b>
<b>VALUTAZIONE MEDIA</b>	<b>4,5</b>	<b>4,5</b>
<b>TOTALE</b>	<b>5219</b>	<b>756</b>
Eccellente	78%	59%
Molto Buono	17%	35%
Nella Media	3%	5%

Scarso	0%	1%
Pessimo	2%	1%

Circa il 40% di chi ha fatto una valutazione sulle piattaforme digitali ha poi scritto un commento per giustificare il proprio giudizio. Sono stati quindi analizzate manualmente circa 2.300 verbalizzazioni dalle piattaforme Google e TripAdvisor per identificare le aree di apprezzamento e quelle di scontento, e per cercare di determinare l'intento della visita e la l'interesse verso la città di Vicenza e le altre attrazioni culturali del territorio.

I punteggi arricchiti di commenti e quelli sintetici (tab.1) hanno la stessa distribuzione in termini di valutazione e questo può assicurare sul fatto che le valutazioni commentate non sono distorte né polarizzate verso il basso o verso l'alto.

*Tabella 4.2. GOOGLE: Valutazioni e valutazioni commentate*

	<b>TOTALI</b>	<b>COMMENTATE</b>
<b>TOTALE</b>	5.219	1.971
Eccellente	78%	80%
Molto Buono	17%	16%
Nella Media	3%	2%
Scarso	0%	0%
Pessimo	2%	1%

#### 4.2.1. Le aree di apprezzamento

**1) La vista panoramica dalla terrazza** – la stragrande maggioranza menziona come area di apprezzamento la vista panoramica sulla città di Vicenza, che è in assoluto l'aspetto più citato, segnalato e riconosciuto anche da coloro che hanno dato una valutazione negativa all'esperienza. Si riportano di seguito alcune delle citazioni più significative:

*"Santuario molto bello, piccolino e raccolto, diciamo particolare. Ma la vista che si ha da lassù sulla città di Vicenza è spettacolare!"*

*"Panorama mozzafiato! Bella vista su Vicenza...Vale la pena visitare anche l'interno"*

*"Spettacolare vista su Vicenza, bellissimo posto...da vedere sicuramente"*

*"È un luogo con un panorama magnifico"*

*"La splendida posizione collinare offre, a ciel sereno, uno spettacolare panorama sulla città di Vicenza e sulle montagne circostanti"*

Sono molte anche le citazioni legate al panorama durante la visita al tramonto o di notte.

*"Regala una vista magnifica sulla città e di giorno e al tramonto (spettacolare!) e di notte"*

*"Molto bello soprattutto di notte!"*

*"Vi consiglio di andare di sera, poco prima del tramonto e di goderne l'arrivo proprio da lì...le luci che scendono sulla città sottostante e le luci che illuminano la chiesa garantiscono uno spettacolo imperdibile...Buona visita"*

*"Don't miss this lovely location if visiting Vicenza. At night, it offers a beautiful view of the city"*

*"You have to visit during the day and at night... The view is amazing"*

**2) Il Santuario** – se pure al secondo posto in termini numerici, la maestosità e la bellezza del Santuario è presente in moltissime citazioni. Gli apprezzamenti riguardano sia gli aspetti architettonici e decorativi esterni ed interni, sia l'atmosfera di sacralità che vi si respira.

*“Santuario stupendo, architettonicamente e artisticamente parlando, ma è molto toccante e coinvolgente vedere le manifestazioni di Fede dei numerosi pellegrini che affollano la Basilica, anche per un non credente”*

*“Il santuario merita una visita indistintamente da quanto sia marcata la vostra fede religiosa perché i suoi interni incantano per quanto sono belli. Non deve mancare ovviamente una visita al dipinto della Cena di San Gregorio Magno di Paolo Veronese”*

*“È un santuario veramente spettacolare.”*

*“Santuario di stile barocco con degli affreschi che ti lasciano a bocca aperta...merita di essere visitata”.*

*“È un santuario mariano di eccellenza. Si respira la fede dei pellegrini che si sposa con lo spirito dei dipinti e reliquie che spuntano in modo artistico da ogni angolo del santuario.”*

Oltre al Santuario in sé, una cinquantina di persone cita con apprezzamento alcuni altri luoghi presenti nel complesso come ad esempio il chiostro, la Stanza dei voti, la Via Crucis, i fossili. Altri citano nelle immediate vicinanze, il Museo del Risorgimento (della Guerra) a Villa Guiccioli e il relativo parco e la Grotta di Lourdes.

*“Il chiostro dietro e la parte visitabile del convento sono molto belli e testimoniano la storia dei frati.”*

*“Bellissimo e maestoso santuario...vicino al museo del Risorgimento quindi una buona gita e una passeggiata che collega i due.”*

*“Dopo la forte salita continuando sulla stessa strada superando il santuario a circa 1km si può trovare sulla sinistra un museo della guerra”*

*“Dal piazzale si può fare una passeggiata (in salita ma non troppo impegnativa) e raggiungere il museo di villa Guiccioli e il suo bellissimo parco”*

*“All'interno oltre alla grande chiesa, si possono visitare varie stanze contenenti una sorta di museo.”*

*“Mi è piaciuto il santuario. Da non perdere il museo interno, a me è piaciuto molto”*

*“Ha un chiostro molto bello. E la stanza dei voti è commovente”*

*“Se si entra informati su quello che c'è da vedere, come il retro altare, il chiostro, la vista sulla città, il museo dei fossili ecct. allora vale la pena...”*

**3) Il contesto paesaggistico** – come terza area di apprezzamento troviamo il contesto paesaggistico e naturale in cui il luogo si trova e la passeggiata per salire al Santuario.

*“Bel posto per una tranquilla passeggiata.”*

*“In mezzo al verde guardando Vicenza...”*

*“L'ho raggiunto a piedi... Lì vicino ho trovato il paradiso: un piazzale da cui si ha una bellissima visuale panoramica e ancor di più uno spiazzo verde, un parchetto, di fianco al santuario, da raggiungere salendo delle scalette. Ottimo per potersi prendere un momento di relax, seduti su una panchina, a godere del panorama e della tranquillità. Consiglio di raggiungerlo a piedi, per rigenerarsi.”*

*“..con una vista mozzafiato sulla città e un quartiere pieno di ville e magnifiche piante secolari tra cui molti cedri del libano”*

*“Per chi non ha problemi di deambulazione in salita, andare al santuario è davvero una camminata "rasserenante". La chiesa poi, quasi sempre silenziosa, invita alla riflessione come poche altre ed è bellissima”*

*“Si arriva con una lunga salita ad L sotto portici spettacolari.”*

#### 4.2.2. Le opportunità di miglioramento

In termini numerici le valutazioni negative sono davvero irrisorie, pari a circa l'1% del totale e gli aspetti segnalati sono davvero marginali.

I pochissimi che si sono espressi per giustificare il punteggio negativo concentrano le critiche su quattro principali aspetti:

- **L'organizzazione e gli orari** (soprattutto nel periodo immediatamente post pandemia): le principali lamentele riguardano gli orari di chiusura e in particolare la chiusura di metà giornata. Vengono inoltre segnalate cose all'ingresso che, se fatte sotto il sole, risultano particolarmente faticose soprattutto per i visitatori e fedeli più anziani.
- **Il comportamento del personale di accoglienza:** alcune recensioni rilevano comportamenti poco garbati o scortesivi da parte del personale di accoglienza, soprattutto alla domenica.
- **La pulizia e i servizi:** alcuni visitatori lamentano una scarsa igiene del sito e dei servizi igienici.



- **I parcheggi:** nei commenti viene segnalata la difficoltà di parcheggio e la mancanza di un adeguato numero di parcheggi per disabili.

#### **4.3. L'IDENTIFICAZIONE DELLE PERSONAS E DELLE LORO ATTESE**

Per circa 600 verbalizzazioni è stato possibile dedurre, in modo abbastanza esplicito, le motivazioni di visita al Santuario che possiamo così esplicitare<sup>24</sup>:

- Motivazione religiosa (fede, preghiera, pellegrinaggio): circa 70%
- Interesse culturale: circa 20%
- Passeggiata o veloce gita di svago: circa 15%
- Parte di una escursione nella natura: circa il 5%

Dalla combinazione di queste motivazioni è stato possibile identificare 5 tipologie di personas, delle quali due con un profilo e un intento più religioso e altri con profilo meno interessato agli aspetti del culto.

1. Il fedele di Vicenza
2. Il fedele italiano o straniero in pellegrinaggio
3. Il vicentino in passeggiata
4. Il turista culturale in visita a Vicenza
5. Il turista/escursionista outdoor

Nelle tabelle successive sono descritte le principali caratteristiche di ciascuna tipologia di personas.

*Tabella 4.3. Personas 1*

<b>IL FEDELE DI VICENZA (O DELLE IMMEDIATE VICINANZE)</b>
---

<sup>24</sup> La somma supera 100 perché alcuni citano più di una motivazione di visita.

Profilo	<p>Persone che, da sole o in famiglia, si recano con una certa regolarità al Santuario per motivi di preghiera individuale o per partecipare alla messa.</p> <p>In questo gruppo è spesso citata la messa della prima domenica del mese come momento prediletto per la visita.</p>
Apprezzano	La spiritualità del luogo e la bellezza degli interni.
Vorrebbero migliorare	La situazione dei parcheggi, inclusi quelli per persone con disabilità. Gli orari e l'organizzazione. L'accoglienza e in particolare la cortesia del personale.
Verbalizzazioni	<p><i>"Abitando non molto lontano, mi reco spesso al Santuario per partecipare alla messa ed è molto suggestivo."</i></p> <p><i>"Ci vengo ogni prima Domenica del mese ... ci vengo sempre volentieri ... trovo la pace. 🙏"</i></p> <p><i>"Messa a Monte Berico, luogo di preghiera e di raccoglimento. La prima Domenica del mese ha un effetto positivo. Si ha la possibilità di prendere l'indulgenza plenaria."</i></p> <p><i>"Il mio Santuario da sempre. Trovo tanta fede e spiritualità"</i></p> <p><i>"Credo sia opportuno dare una regola dell'entrata delle persone all'interno della chiesa durante la messa...sono entrate persone persino ad 1 minuto dalla comunione...con gli steward che girano avanti e indietro che gesticolano per vedere se ci sono posti a sedere...ma a 1 minuto dalla comunione che messa è? [...] È una chiesa non è un centro commerciale."</i></p> <p><i>"È il regno Mariano per eccellenza, lo frequento da una vita, prima di me i miei genitori. Una cosa che trovo assurda e incongruente, i confessionali sono sempre privi di sacerdoti per la confessione, o al massimo 1 o due [...]".</i></p>

Tabella 4.4. Personas 2

Profilo	I fedeli per eccellenza, che hanno una devozione molto forte per Maria e che arrivano da diverse parti del mondo per omaggiare e ringraziare la Madonna.
Apprezzano	La sacralità e la bellezza del luogo ma anche il panorama e il contesto in cui è inserito il Santuario. Rarissime sono le citazioni su Vicenza e sugli altri attrattori della città.
Vorrebbero migliorare	Nulla in particolare
Verbalizzazioni	<p><i>“Una delle cattedrali più belle che ho visitato...un luogo di pace e serenità. Sono devota alla Madonna di Monte Berico perché ho ricevuto un miracolo. Consiglio a tutti quelli che hanno problemi a invocare il suo aiuto”</i></p> <p><i>“Io quando posso una volta all'anno faccio il percorso da casa al Santuario a piedi (30km) li facciamo di notte e arriviamo per la prima messa delle7.”</i></p> <p><i>“Wonderful place to visit for religious pilgrimage”</i></p> <p><i>“Un sitio sacro y milagroso. Hay que tener fe, x mi la Virgen me ha hecho un gran milagro”</i></p> <p><i>“Bel santuario, incontri di anime, per chi è religioso.”</i></p> <p><i>“Dedicato a Maria S.S. gioiello d'arte...pieno di ex voto quindi Madonna potentissima e miracolosa. Da vedere.”</i></p>

Tabella 4.5. Personas 3

**IL VICENTINO IN PASSEGGIATA**

Profilo	Cittadini di Vicenza e Provincia che sembrano disinteressati ad aspetti culturali e religiosi del luogo ma che si recano con una certa regolarità al Santuario per fare passeggiate all'aria aperta
Apprezzano	Il contesto, la leggera salita e la vista panoramica
Vorrebbero migliorare	Nulla in particolare
Verbalizzazioni	<p><i>"fuori dagli orari di messa è un ottimo posto di ritrovo per chiunque voglia godere di una vista panoramica sulla città di Vicenza e sui monumenti religiosi del luogo"</i></p> <p><i>"Consigliato tragitto a piedi dalla città fino in cima al santuario, una bella passeggiata per gli amanti delle camminate."</i></p> <p><i>"Camminata riflessiva"</i></p> <p><i>"Bella la camminata sotto i portici, dal parcheggio in cima di fronte al santuario è possibile avere una visione panoramica della città di Vicenza".</i></p> <p><i>Una passeggiata romantica a monte Berico di sera è sempre bello e si gode di un'ottima vista su Vicenza...anche solo per incontrare gli amici e stare in relax e va bene come luogo di incontro!</i></p>

Tabella 4.6. Personas 4

**IL TURISTA CULTURALE E IN VISITA A VICENZA**

Profilo	<p>Persone, generalmente in gruppo o in famiglia, che visitano il Santuario come tappa di una gita, un weekend o di un soggiorno più lungo a Vicenza.</p> <p>Citano infatti anche altri luoghi turistici e attrazioni della città o dei dintorni. Il motivo principale della loro visita al santuario non è religioso ma è culturale.</p>
Apprezzano	<p>Gli aspetti architettonici della chiesa, il panorama e alcuni altri attrattori che si trovano nei dintorni come ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La via Crucis adiacente</li> <li>• Museo della guerra</li> <li>• Villa Valmarana dei Nani</li> <li>• Villa La Rotonda</li> <li>• Museo di Villa Guiccioli e il suo parco.</li> </ul>
Vorrebbero migliorare	Nulla in particolare
Verbalizzazioni	<p><i>“Per concludere il nostro fine settimana a Vicenza prima di partire siamo saliti al Monte Berico soprattutto per vedere la balconata con i nomi di tutte le battaglie vicentine durante la Grande Guerra. Essendo lì abbiamo approfittato per una visita al Santuario e ai locali annessi. Erano decenni che non vedevo una Chiesa così gremita di gente durante una funzione sinonimo che questo Santuario sta a cuore ai Vicentini. Bellissimo il presepe nel cortiletto del piccolo chiostro adiacente. Merita sicuramente una visita”</i></p> <p><i>“Non si può dire di essere stati a Vicenza, senza essere andati a Monte Berico”</i></p> <p><i>“Gorgeous Church but the best part about it is the fantastic hike up to it and the views from the parking lot overlooking Vicenza. Mounte Berico and the surrounding area is a wonderful area to enjoy a morning or afternoon. There are plenty of ways to explore the surroundings and a couple of nice restaurants near the hotel to have a lunch or sunset dinner. All of the locals come up and sit on the panoramic balcony at the end of a long day. Enjoy!”</i></p>

Tabella 4.7. Personas 5

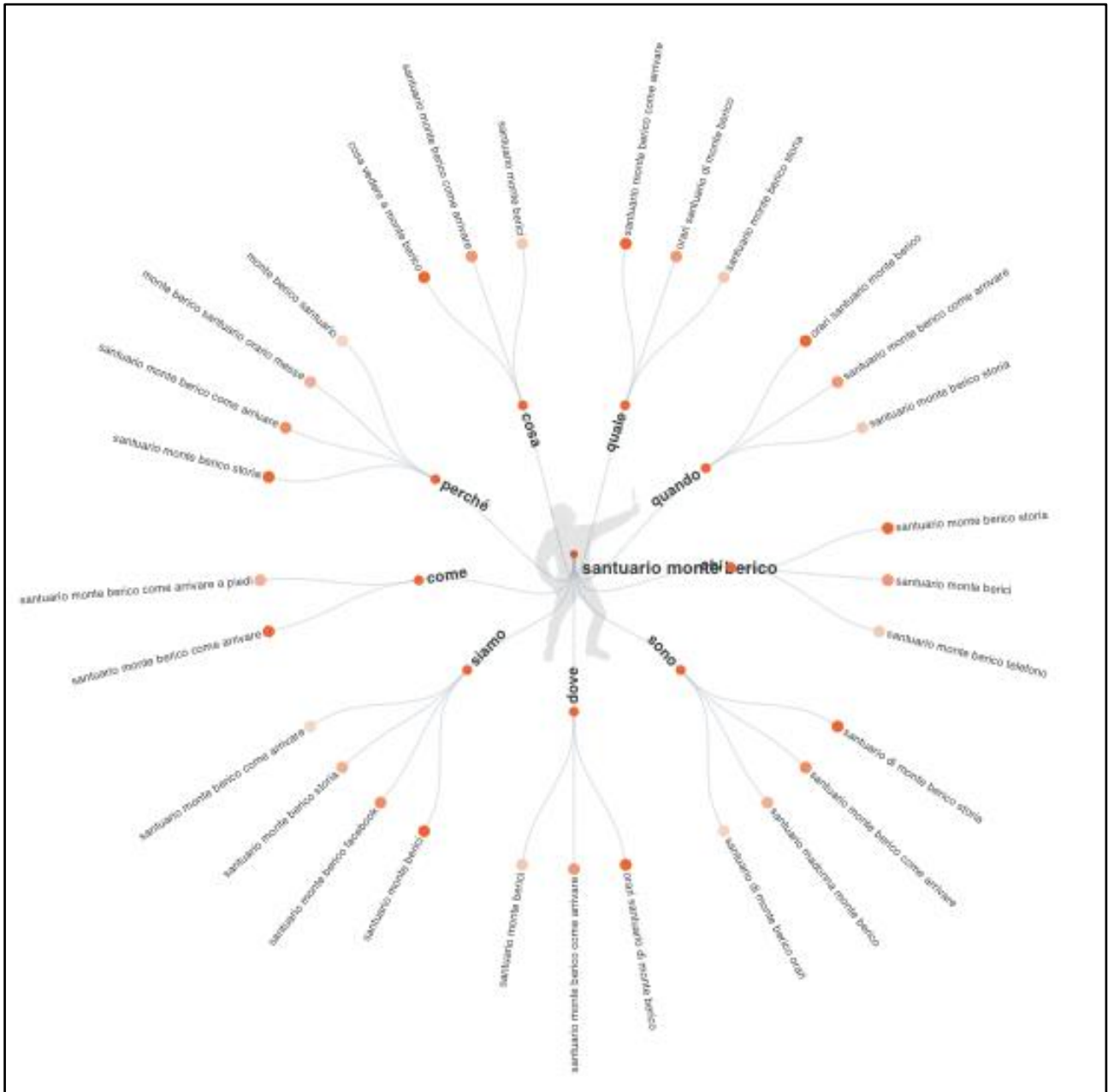
<b>IL TURISTA/ESCURSIONISTA OUTDOOR</b>	
Profilo	Visitatori che vivono nelle vicinanze di Vicenza e che fanno esperienza del Santuario come luogo per fare attività motoria o tappa delle loro gite in bicicletta o in moto. Vengono da soli o in compagnia di amici.
Apprezzano	La pace del luogo, il panorama della terrazza e la possibilità di fare delle escursioni sulle colline.
Vorrebbero migliorare	Nulla in particolare
Verbalizzazioni	<p><i>“Una meta molto suggestiva religiosa ma non solo, dove di solito faccio tappa nei miei giri in bicicletta.”</i></p> <p><i>“Un giro in moto sui colli Berici e visita al Santuario e alla veduta panoramica che regala la terrazza”</i></p> <p><i>“Posteggiata l'auto sul piazzale, visitata la Basilica che consiglio di farlo. Ho fatto un tour in bicicletta sulle colline intorno al sito. Bellissimi panorami. Provate. Ovviamente con la bici pieghevole al seguito.”</i></p> <p><i>“Siamo saliti fino a Monte Berico per la benedizione di inizio stagione ciclistica di MTB”</i></p> <p><i>“Punto di partenza di itinerari turistici sui colli Berici.”</i></p> <p><i>“Il Santuario è raggiungibile anche in bici, percorrendo la ciclabile che costeggia la Riviera Berica in una cornice che vede protagonisti i dolci pendii dei Colli Berici, le chiesette, i castelli e alcuni capolavori di Andrea Palladio.”</i></p> <p><i>“Ottimo anche per allenarsi considerando la pendenza...”</i></p>

#### **4.4. COSA SI ASPETTANO GLI UTENTI DEL SANTUARIO**

Dall'estrazione delle domande più frequenti su Google (answer the public) è stato possibile rintracciare alcune ricorrenze sulle domande che l'utente medio pone a Google in riferimento al Santuario. Tra queste si segnalano in particolare:

- Richiesta di informazioni su come arrivare o come arrivare a piedi
- Ricerca di contatti e il numero di telefono
- Richiesta di informazioni sugli orari
- Informazioni relative alla storia del luogo

Figura 4.1. Domande poste dagli utenti a Google relativamente al Santuario di Monte Berico



#### **4.5. IL CONFRONTO CON ALTRI DUE SANTUARI: LA BASILICA DEL SANTO E IL SACRO MONTE DI OROPA**

A completamento dell'analisi si è ritenuto utile condurre un breve approfondimento di confronto tra le valutazioni del Santuario di Monte Berico con altri due famosi santuari, la Basilica di Sant'Antonio di Padova e il Santuario Oropa nel biellese.

La scelta dei due siti, pur discrezionale, è stata motivata dalle seguenti motivazioni. La Basilica del Santo è stata scelta in quanto primo sito di turismo devozionale in Veneto, potenzialmente abbinabile al Santuario di Monte Berico in pacchetti o itinerari turistico-religiosi. Il Santuario di Oropa, santuario mariano e sito UNESCO nella rete dei Sacri Monti di Piemonte e Lombardia, è un sito che presenta alcune similitudini con Monte Berico per la capacità di attrarre visitatori motivati non solo dalla fede ma anche dal desiderio di stare nella natura e si fare passeggiate e altre attività all'aria aperta.

In generale, è possibile rilevare che i tre santuari, tutti con giudizi molto alti, si equivalgono dal punto di vista della valutazione dei visitatori, su entrambe le piattaforme, Google e TripAdvisor.

In termini numerici la Basilica di Sant'Antonio di Padova ha quasi 6 volte le valutazioni di Monte Berico e del Santuario di Oropa.

Relativamente alle parole più frequenti associate è interessante notare che:

- Per il Santuario di Monte Berico, le parole più frequentemente associate al sito sono relative agli aspetti devozionali e mistici. Tra gli elementi di interesse storico e artistico del Santuario vengono menzionati il chiostro, i fossili e Paolo Veronese, in relazione alla tela della Cena di San Gregorio Magno, oltre alla suggestività del luogo. Inoltre, si ritrovano anche menzioni ad Andrea Palladio relative a siti di interesse nelle zone circostanti il Santuario.



- Per la Basilica di Sant'Antonio di Padova le parole associate riguardano anche in questo caso prevalentemente gli aspetti devozionali e mistici oltre agli elementi di interesse storico-artistico come il chiostro e il San Francesco di Donatello. Altri riferimenti associati sono il 13 giugno, giorno in cui si venera Sant'Antonio, e Giotto.
- Per il Santuario di Oropa, coerentemente con le vocazioni sopra descritte, le parole più frequentemente associate combinano riferimenti alla sacralità del luogo e alla suggestività della natura oltre che del sito stesso – le cappelle, le statue e la basilica.

Tabella 4.8. Confronto delle valutazioni online dei tre siti: Santuario di Monte Berico, Santuario di Oropa, Basilica di Sant'Antonio

	<b>SANTUARIO DI MONTE BERICO</b>	<b>BASILICA DEL SANTO (PD)</b>	<b>SACRO MONTE DI OROPA</b>	<b>ANTICA BASILICA DI MT. OROPA</b>
Valutaz. media Google	4,5	4,8	4,6	4,6
N. valutaz. Google	5.219	37.721	722	5.849
Valutaz. media Tripadvisor	4,7	4,5	4,5	n.a.
N. valutaz. Tripadvisor	756	6.865	972	n.a.
Parole associate	Pellegrinaggi Devozione Mistico Suggestivo Apparizioni mariane Servi di Maria Fossili Paolo Veronese Andrea Palladio	Reliquie Tomba Chiostro Mistico Pellegrini Suggestiva Donatello Cristianità Giotto Tredici di giugno	Natura Basilica Fede Cappelle Escursioni Restauro Statue Mistico Fantastico Suggestivo	

#### **4.6. LA RELAZIONE CON LA CITTÀ DI VICENZA E LA SUA OFFERTA CULTURALE**

Infine, un'attenzione particolare, durante l'indagine, è stata rivolta a comprendere la relazione tra le visite al Santuario e le visite ad altri luoghi di Vicenza. Il particolare, si è cercato di rilevare quanto i visitatori del Santuario siano interessati o propensi a visitare anche altri attrattori di Vicenza.

La prima evidenza che emerge dall'analisi condotta è che sono pochissime le recensioni che citano anche la città di Vicenza. Quando Vicenza è citata, gli utenti lasciano intendere che il Santuario sia una delle tappe della visita alla Città, evidenza confermata soprattutto dalle citazioni del cluster "turisti".

Tale evidenza trova conferma quanto già rilevato nell'indagine quantitativa fatta sui visitatori del Santuario di Monte Berico.

Dalla lettura delle recensioni emerge come chi visita Vicenza sia più incentivato a visitare il Santuario a completamento del suo soggiorno in Città mentre meno frequente è che il Santuario sia motivazione principale di un soggiorno che si trasforma poi anche in un'occasione per scoprire Vicenza. In altre parole, si potrebbe dire che se l'attrattività della città di Vicenza si riflette anche sul numero di visite al Santuario ciò non avviene nella direzione opposta, ossia il Santuario genera poche visite alla Città. Questa evidenza, come verrà presentato in seguito, suggerisce interessanti implicazioni in termini di costruzione dell'offerta turistica.

*"Non hai visto Vicenza se non hai fatto Corso Palladio e il Santuario della Madonna di Monte Berico."*

*"Vicenza si ricorda per la basilica Palladiana, per le ville Palladiane, per il teatro romano e per il Santuario di Monteberico".*

Mentre sono trascurabili in termini numerici le citazioni di attività da fare consigliate in concomitanza con una visita o un pellegrinaggio al Santuario.

*"Per chi è credente.....belli i colli berici, con diversi agriturismi qua e là."*

*“Dal piazzale si può fare una passeggiata (in salita ma non troppo impegnativa) e raggiungere il museo di villa Guiccioli e il suo bellissimo parco.”*

*“La chiesa in alto è molto bella e imponente, attira molti turisti e pellegrini, troverete un museo della guerra, su una delle strade di accesso troverete Villa dei Nani e se avete tempo per visitare tutto zona troverete anche La Rotonda (una villa palladiana perfettamente simmetrica, non importa dall'angolo in cui la si guarda).”*

*“Vicino ci sono parchi da raggiungere a piedi, belli da visitare e si può fare anche pic nic.”*

Nell'ambito dell'analisi sono poi stati analizzati anche i blog/forum e altre discussioni online che citano il santuario per valutare se Vicenza e le altre attrazioni culturali venissero citate.

Il Santuario è menzionato in numerosi siti/blog/forum (i principali in Tabella 4.3) ma, ancora una volta, sui forum turistici il Santuario non sembra essere un propulsore delle visite in città.

Tabella 4.9. Blog e forum che menzionano il Santuario di Monte Berico

SITO (FORUM O BLOG)	TEMA	TIPO DI MENZIONE	ANNO
<a href="https://www.skiforum.it/board/index.php?threads/36345/">https://www.skiforum.it/board/index.php?threads/36345/</a>	Sport - Tempo libero	menzione sui post degli utenti	2009
<a href="https://forum.camperonline.it">https://forum.camperonline.it</a>	Sport - Tempo libero	menzione sui post degli utenti	2011
<a href="https://www.piste-ciclabili.com/">https://www.piste-ciclabili.com/</a>	Sport - Tempo libero	menzione sui post degli utenti	2018
<a href="https://www.ilnuovociclismo.com/forum">https://www.ilnuovociclismo.com/forum</a>	Sport - Tempo libero	menzione sui post degli utenti	2015
<a href="https://forum.cyclingnews.com/">https://forum.cyclingnews.com/</a>	Sport - Tempo libero	menzione sui post degli utenti (soprattutto i dintorni)	2015
<a href="https://www.venetoway.com/">https://www.venetoway.com/</a>	Turismo	Articolo sulla storia e architettura del santuario	2022
<a href="https://www.michelavignato.it/">https://www.michelavignato.it/</a>	Turismo	Itinerari su Vicenza	2020
<a href="https://www.ilmiraggio.com/">https://www.ilmiraggio.com/</a>	Turismo	Articolo su architettura e storia del santuario con info per i turisti	2020

#### **4.7. ALCUNE CONSIDERAZIONI STRATEGICHE**

L'analisi del sentiment e l'identificazione delle personas suggeriscono alcune prime strategie di sviluppo dell'accoglienza e della proposta turistica locale, che verranno poi più ampiamente sviluppate nelle conclusioni del rapporto, in particolare:

- Per il fedele di Vicenza emerge la necessità di un rafforzamento dei servizi presso il Santuario e un miglioramento dei servizi di accoglienza, anche prendendo eventualmente in considerazione una diversa articolazione degli orari di apertura del Santuario. Su questo specifico pubblico è difficile immaginare azioni di promozione dell'offerta culturale della Città mentre si tratta di un target potenzialmente interessante presso il quale valorizzare il patrimonio culturale e religioso e la storia stessa del Santuario, attraverso momenti di approfondimento culturale o con visite guidate presso il Museo.
- Per il fedele italiano o straniero in pellegrinaggio emerge invece l'opportunità di una valorizzazione dei luoghi e del patrimonio culturale di interesse religioso di Vicenza e quindi in un rafforzamento delle strategie di promozione della Città sui visitatori del Santuario. La motivazione principale di questi visitatori resta la fede, ma il loro interesse anche culturale per il sito di culto fa intravedere la possibilità di proporre loro itinerari alla scoperta dell'ampio e variegato patrimonio culturale di interesse religioso della Città, dalle chiese (Santa Corona in primis), al Museo Diocesano, alla collezione di icone russe conservata a Palazzo Leoni Montanari, solo per citarne alcune.
- Anche per il vicentino in passeggiata vale in parte quanto già riportato per il fedele di Vicenza poiché non si tratta di un pubblico di turisti. Tuttavia, si tratta di un target interessante di cui tenere conto e a cui rivolgersi per promuovere una migliore conoscenza del Santuario da un punto di vista storico-artistico e per promuovere la conoscenza del sito e delle sue collezioni. Trattandosi di visitatori interessati alla natura, all'aria aperta e al benessere, i concetti su cui far leva potrebbero riguardare il

binomio “benessere fisico/benessere spirituale” attraverso l'avvicinamento e migliore conoscenza di un luogo di culto e dei suoi tesori (Arte e Benessere).

- Il quarto target del turista culturale a Vicenza è un target particolarmente interessante. Spesso per questa tipologia di visitatore, il Santuario è già un punto fermo della visita in Città. Tuttavia, non necessariamente il recarsi al Santuario indica una buona conoscenza del sito e dei suoi tesori (museo, storia, collezione ex-voto ecc.). Si tratta quindi di un pubblico particolarmente interessante a cui rivolgersi e però necessità di strategie comunicative e di servizi ad hoc.
- Infine, per il turista/escursionista outdoor vale in parte quanto già proposto per l'escursionista vicentino ossia la necessità di legare i percorsi di scoperta culturale del territorio – compreso il Santuario – a modalità slow e outdoor attraverso la costruzione di proposte specifiche e itinerari in grado di valorizzare le due componenti natura/movimento all'aria aperta/cultura.

## 5. INDIVIDUAZIONE DELLE AREE STRATEGICHE E DEI PROGETTI PRIORITARI DI INTERVENTO

Alla luce di quanto analizzato nelle precedenti sezioni, emergono alcuni ambiti di azione prioritari nell'ottica di favorire una maggiore valorizzazione turistico-culturale del Santuario di Monte Berico e di mettere a sistema e promuovere un'offerta attrattiva di turismo spirituale a Vicenza in grado di intercettare anche gli interessi di un più ampio turismo culturale.

Un aspetto da sottolineare è quello che riguarda i potenziali mercati. Report e ricerche di settore, nonché le analisi condotte nell'ambito di questo studio, mettono in evidenza come oggi a flussi di turismo religioso più tradizionali, fatti prevalentemente di pellegrini in gruppi organizzati, si sia affiancato un turismo più ampiamente spirituale, interessato a viaggiare anche in piccoli gruppi e in solitaria, alla scoperta di beni culturali di interesse religioso e lungo i cammini, alla ricerca di spiritualità tra cultura e natura. Inoltre, emerge anche come, in seguito alla pandemia, ci siano ampie possibilità per destinazioni come Vicenza di intercettare sempre più flussi di turisti ed escursionisti di prossimità (Veneto, Lombardia, Emilia-Romagna, Piemonte in primis), interessati a scoprire destinazioni nel raggio di 200/250 km dalla propria residenza, investendo sull'esperienza e sul soggiorno - e dunque fermandosi 1 o 2 notti - riducendo le spese di viaggio.

Queste evidenze sul fronte della domanda implicano per le destinazioni un ripensamento dell'offerta in termini di costruzione di pacchetti coerenti con i bisogni del nuovo viaggiatore spirituale ma anche con quelli di un turismo culturale che può essere portato a riscoprire la storia e la bellezza dei luoghi di interesse religioso. In particolare, anche in riferimento alle personas individuate in questo studio, si pone l'opportunità di:

(i) rafforzare la promozione e la conoscenza del Santuario di Monte Berico e degli altri beni di interesse culturale e religioso presso il turista/visitatore culturale a Vicenza attraverso la costruzione di pacchetti ad hoc e con attività promozionali mirate online e

onsite in coordinamento con i soggetti che operano per la promozione turistica della Città, con gli operatori del turismo e con le guide.

(ii) Rafforzare la conoscenza e la promozione dei luoghi di interesse storico-artistico, anche di interesse religioso, oltre agli altri elementi di attrattività naturalistici, paesaggistici ed eno-gastronomici della città di Vicenza e dei suoi dintorni presso i potenziali visitatori del Santuario. Oltre alle azioni già citate al punto (i), ciò richiede anche un maggiore dialogo con gli operatori turistici (AdV e TO) che attualmente includono il Santuario di Monte Berico nelle proprie proposte di viaggio (si veda sezione 2 del presente studio).

(iii) Promuovere una maggiore conoscenza e messa a sistema dei cammini presenti sul territorio di Vicenza e della sua provincia, sostenendone la frequentazione con adeguate attività di promozione necessarie per generare quei flussi minimi che consentano anche agli operatori economici del turismo di sostenere l'erogazione continua dei propri servizi (ristorazione, ricettività ecc.).

(iv)Cogliere l'opportunità di due eventi, uno b2b e uno b2c, come Koinè e Festival Biblico per supportare la promozione di Vicenza come destinazione di turismo spirituale.

Tali indicazioni risultano confermate anche dai due focus group e dalle interviste condotte con stakeholder e operatori del territorio<sup>25</sup>. Le indicazioni emerse confermano queste linee di intervento e individuano ulteriori ambiti specifici di azione necessari a supportare quanto sopra. In particolare:

---

<sup>25</sup> I due focus group e le interviste sono state svolte nel mese di novembre 2022 e hanno coinvolto i seguenti interlocutori: Agata Keran - curatrice del museo di Monte Berico; Nazzareno Leonardi - OGD Pedemontana; Luca Matteazzi - Presidente guide Vicenza; Matteo Mozzo - OGD Terre Vicentine; Padre Gino Alberto Faccioli - Comitato scientifico Monte Berico 2026; Roberta Rocelli - Festival Biblico; Nicola Piccolo - CCIAA Vicenza; Valentina Fioramonti - IEG/Koinè; Marco Chiarello - IEG/Koinè; Alberto Zucchetta - Comitato tecnico Monte Berico 2026; don Raimondo Sinibaldi - Fondazione Homo Viator.

- Sfruttare il crescente interesse per Vicenza come destinazione culturale di prossimità per promuovere anche il tema della spiritualità con pacchetti ad hoc che prevedano uno o due pernottamenti. Per far ciò è fondamentale il coinvolgimento degli operatori turistici nel piano di lavoro e un rafforzamento delle strategie di promozione online, mirate ad hoc sugli specifici target individuati nella sezione 4.
- Rafforzare i servizi di accoglienza/informazione e di mobilità in modo da migliorare la connessione tra Vicenza-centro storico e Santuario di Monte Berico.
- Investire sulla costruzione di narrative interessanti e “adatte” alle diverse tipologie di visitatori che possano creare interesse e dare maggiore comprensione del Santuario come luogo di fede, di arte e cultura, e della sua connessione con Vicenza e il territorio. Questo implica anche investimenti sul fronte della formazione e un maggior raccordo/coordinamento con il mondo delle guide e con gli istituti di formazione turistica e con gli eventi (es. Festival Biblico).
- Lavorare su proposte in grado di intercettare i crescenti flussi legati al turismo slow e outdoor in raccordo tra le diverse OGD e con gli operatori del territorio. In particolare, si tratta di lavorare su una migliore promozione dei Cammini e di identificare strategie ad hoc per portare/trattenere più a lungo sul territorio coloro che hanno per Monte Berico un interesse prevalentemente sportivo/outdoor (ciclisti, camminatori ecc.).



## BIBLIOGRAFIA

- Armeni G. (2022). "Monte Berico celebra il Giubileo 2026: obiettivo cinque milioni di visitatori". *Il Giornale di Vicenza*.
- Associazione Ospitalità Religiosa Italiana (2022). "Rapporto 2022 sullo stato dell'ospitalità religiosa in Italia". *Associazione Ospitalità Religiosa Italiana*.
- Balkan Insight (2020). "Bosnia's Tourist Hotspots Count Losses from Pandemic 'Catastrophe'". *Disponibile online:*  
<https://balkaninsight.com/2020/07/24/bosnias-tourist-hotspots-count-losses-from-pandemic-catastrophe/>
- Banca dati ISTAT. "Viaggi in giornata (escursioni): motivo prevalente". *Disponibile online:* <http://dati.istat.it/index.aspx?queryid=33724>
- Città di Venezia (2020). "Annuario del turismo - dati 2019". *Assessorato del Turismo della Città di Venezia*.
- Città di Vicenza (2022). "Santuario di Monte Berico, verso il Giubileo della rinascita del 2026". *Disponibile online:*  
<https://www.comune.vicenza.it/albo/notizie.php/308640>
- ISNART (2019). "Turismo Spirituale Report 2019". *Disponibile online:*  
<https://www.isnart.it/report-sui-turismi/turismo-spirituale-2019/>
- ISTAT (2020). "19 - Turismo". *ISTAT*.
- Oficina De Acogida al Peregrino. Sezione statistiche. *Disponibile online:*  
<https://oficinadelperegrino.com/estadisticas2/>
- Olsen, D. (2015). "Definitions, Motivations and Sustainability: The Case of Spiritual Tourism". In *First UNWTO International Conference on Spiritual Tourism for*

*Sustainable Development, Ninh Binh Province, Viet Nam, 21–22 November 2013, World Tourism Organization, 35–46. Madrid: UNTWO.*

Reuters (2020). “Praying for a miracle? COVID curbs hit Portuguese shrine's tourist trade”. *Disponibile online: <https://www.reuters.com/article/uk-health-coronavirus-fatima-idUKKBN26YTW6>*

Séraphin, H., & Jarraud, N. (2022). “COVID-19: Impacts and perspectives for religious tourism events. The case of Lourdes Pilgrimages”. In *Journal of Convention & Event Tourism* (Vol. 23, No. 1, pp. 15-40). Routledge.

Tim Williamson/Responsible Travel, 2021.

TTG (2019). “Il pellegrino e il viaggiatore. I t.o. delineano l'identikit di un fedele individualista, ma attento”. *TTG Italia. Disponibile online: <https://www.ttgitalia.com/digitalpaper/?is=7&ed=2019-09-23&pa=14&st=92660>*

Unioncamere, ISNART (2022). “Dal tour al turismo attraverso i dati”. *Unioncamere Veneto.*