

ASSISI, LA BASILICA DI SAN FRANCESCO E ALTRI SITI FRANCESCANI (2000)

Esercizio Finanziario
2010

Capitolo
7305

Finanziamento
€ 18.000,00

Soggetto referente
Comune di Assisi

Soggetto beneficiario
Comune di Assisi

Sito web del referente
www.comune.assisi.pg.it

IL VALORE DEL MARCHIO UNESCO PER LA CITTÀ DI ASSISI

Il progetto, redatto dal Centro Italiano di Studi Superiori sul Turismo e sulla Promozione Turistica (CST), si è posto l'obiettivo di valutare l'immagine di Assisi percepita dai visitatori e l'efficacia del marchio UNESCO nel determinare la domanda turistica.

La ricerca si è articolata in due parti: nella prima è stata sviluppata un'indagine desk di tipo quantitativo volta a evidenziare l'andamento dei flussi turistici nel periodo 2000-2011 attraverso l'analisi dei dati statistici. È stata analizzata anche l'offerta ricettiva, cogliendo le principali trasformazioni dalle quali è stata interessata nell'arco temporale di analisi. Nella seconda parte è stata realizzata un'indagine diretta sulla domanda (campione di 400 visitatori italiani e stranieri, a cui è stato sottoposto un questionario face to face) nel periodo maggio-luglio, con la finalità di indagare l'efficacia e l'efficienza del marchio UNESCO, oltre che conoscere motivazioni, comportamenti, valutazioni e giudizi sulla qualità dell'esperienza di visita.

Le informazioni raccolte sono state integrate con i risultati delle interviste a esponenti del settore pubblico e privato chiamati a esprimersi in merito all'impatto del marchio UNESCO sulla domanda e agli effetti del prestigioso riconoscimento sulla qualità del turismo ad Assisi. Si è inteso, altresì, indagare la consapevolezza e il grado di coinvolgimento della comunità locale nei confronti delle tematiche inerenti il Patrimonio. I risultati consentono di delineare un quadro della realtà turistica ad Assisi, evidenziandone i punti di forza e le criticità in merito alla capacità comunicativa e di attrazione del marchio, alle aspettative di visita veicolate dal marchio stesso, alla consapevolezza dei residenti e degli stakeholder locali di essere all'interno di un Sito del Patrimonio Mondiale. Sulla base dei risultati, vengono fornite alcune indicazioni per impostare un'adeguata strategia di sviluppo e di gestione del Sito di Assisi.



Assisi, veduta parziale



Copertina dello studio *Il valore del marchio UNESCO per la città di Assisi*

