



Consult@zione pubblica

10 giugno – 10 agosto 2015



Report finale

Valore Paese – DIMORE®

“Valore Paese – DIMORE” è un progetto orientato al rafforzamento dell’offerta culturale e della competitività del Paese, attraverso la leva del turismo sostenibile, secondo una strategia di valorizzazione del patrimonio pubblico dismesso mirata al rafforzamento dell’integrazione tra i settori del turismo, dell’arte e della cultura, dello sviluppo economico e della coesione territoriale.

Il progetto, in linea con la programmazione comunitaria 2014-2020, è promosso dall’Agenzia del Demanio, Invitalia e ANCI-FPC, con la partecipazione di MiBACT, MiSE, Ministero della Difesa e di altri soggetti pubblici interessati – CDP, Istituto per il Credito Sportivo, Confindustria, AICA, ANCE, Assoimmobiliare.

Sul modello dei “Paradores” in Spagna e delle “Pousadas” in Portogallo, DIMORE vuole essere una rete di strutture ricettivo-culturali diffuso a scala nazionale, da realizzare in edifici di grande valore storico-artistico e in siti di pregio ambientale e paesistico, allo scopo di promuovere l’eccellenza italiana – paesaggio, arte, storia, musica, moda, design, industria creativa, artigianato, enogastronomia – e potenziare lo sviluppo dei territori.

L’interazione tra turismo e cultura permette di rafforzare la capacità di proporre le tradizioni delle diverse realtà locali, promuovendo, così, anche paesaggi fino ad oggi poco noti. Il tratto distintivo del progetto consiste, infatti, nella specifica forma di ospitalità che intende affiancare alle tradizionali attività turistiche un’ampia offerta di servizi socio-culturali.

Il portafoglio DIMORE, che conta oggi più di 200 immobili, è composto da beni per metà di proprietà dello Stato e per metà di altri Enti pubblici che hanno risposto all’invito a manifestare interesse pubblicato dall’Agenzia del Demanio.

Turismo

Cultura

Valore Paese – FARI

Nell'ambito di DIMORE è stato definito il circuito FARI, secondo un modello di **lighthouse accommodation**, rispettoso del paesaggio e in linea con le identità territoriali e con la salvaguardia dell'ecosistema ambientale, che nei contesti prescelti emerge per assoluta bellezza e massima fragilità, coinvolgendo infatti alcuni dei più straordinari territori costieri italiani.

Il progetto FARI interessa attualmente 11 beni di proprietà dello Stato, oggetto della Consultazione pubblica, di cui 4 proposti dal Ministero della Difesa che partecipa all'iniziativa con "Difesa Servizi S.p.A.".

4 in Sicilia

Faro di Punta Cavazzi ad Ustica (PA)
Faro di Capo Grosso nell'Isola di Levanzo a Favignana (TP)
Faro di Brucoli ad Augusta (SR)
Faro di Murro di Porco a Siracusa (SR)

2 in Campania

Faro di Punta Imperatore a Forio d'Ischia (NA)
Faro di Capo D'Orso a Maiori (SA)

1 in Puglia

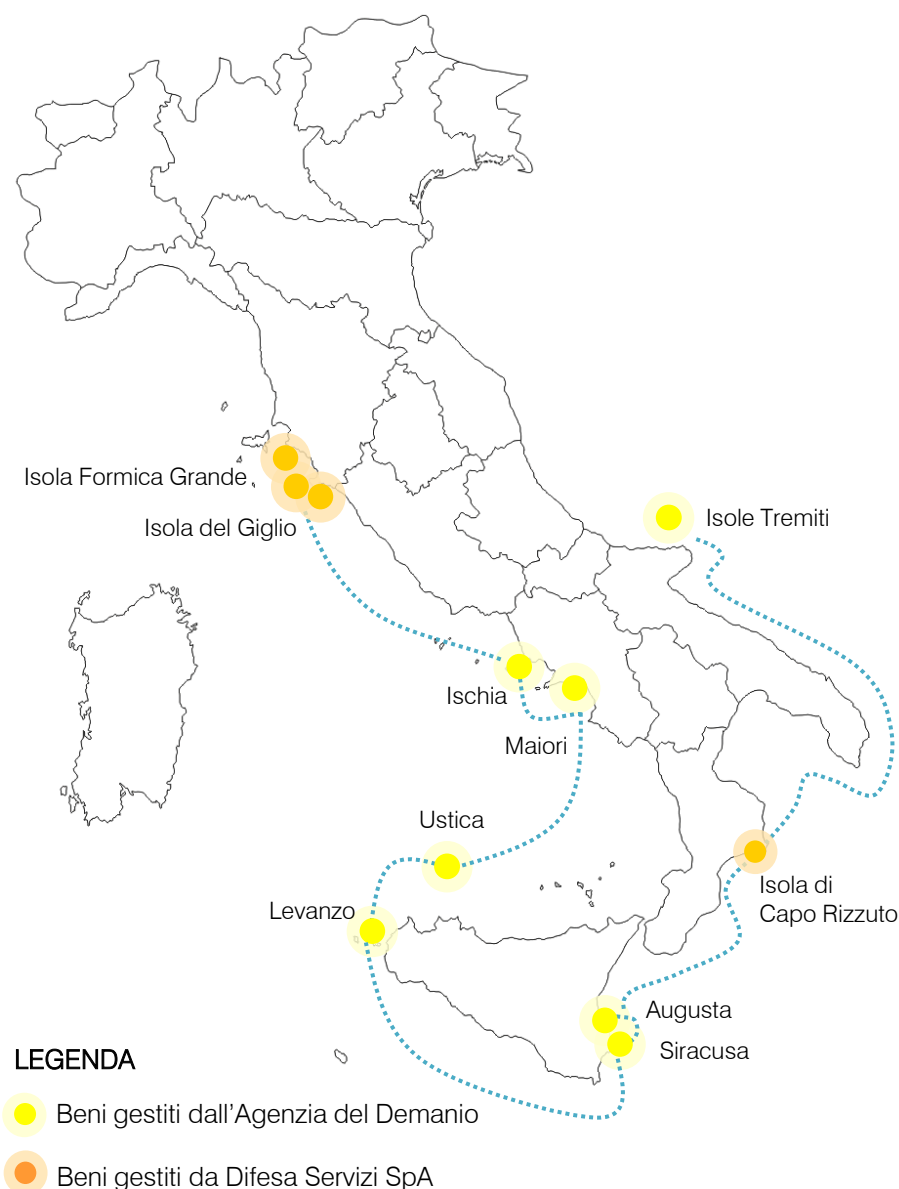
Faro di San Domino alle Isole Tremiti (FG)

3 in Toscana

Faro di Punta del Fenaio nell'Isola del Giglio (GR)
Faro di Capel Rosso nell'Isola del Giglio (GR)
Faro delle Formiche nell'Isolotto di Formica Grande a Grosseto (GR)

1 in Calabria

Faro di Capo Rizzuto ad Isola di Capo Rizzuto (KR)



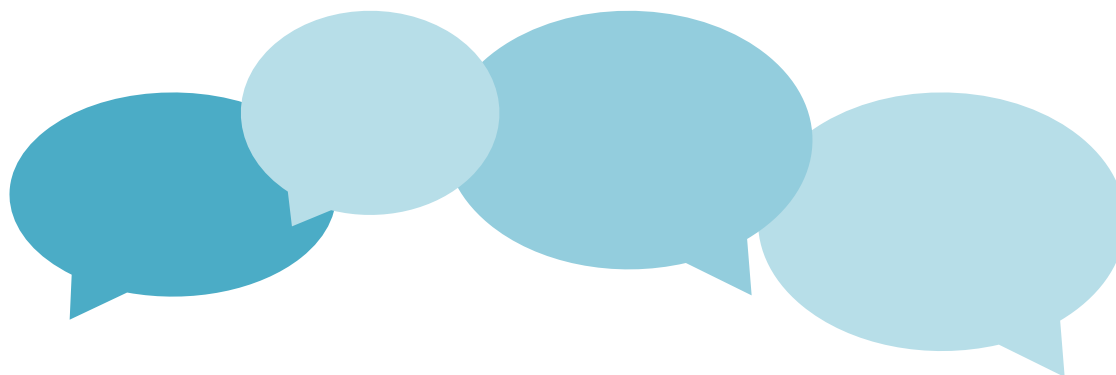
Consult@zione pubblica

Con l'obiettivo di informare sul progetto, raccogliere idee, proposte e suggerimenti, verificare l'interesse da parte dei territori e del mercato rispetto agli immobili individuati e alle idee sviluppate, è stata aperta dal 10 giugno al 10 agosto 2015 una consultazione pubblica online sul sito web dell'Agenzia del Demanio, al fine di ottimizzare l'idea progetto e gli scenari di valorizzazione, nonché di costruire in maniera più mirata le procedure ad evidenza pubblica da attivare ai sensi di legge in relazione agli strumenti attuativi prescelti.

La consultazione si è rivolta a chiunque fosse interessato ad offrire il proprio contributo e desiderasse instaurare un dialogo diretto sul progetto: (pubbliche amministrazioni, cittadini, associazioni, operatori di mercato, imprenditori interessati e possibili futuri concessionari) ed ha avuto ad oggetto 11 immobili della rete, rispetto ai quali è stato possibile prendere visione del materiale illustrativo e attraverso appositi format:

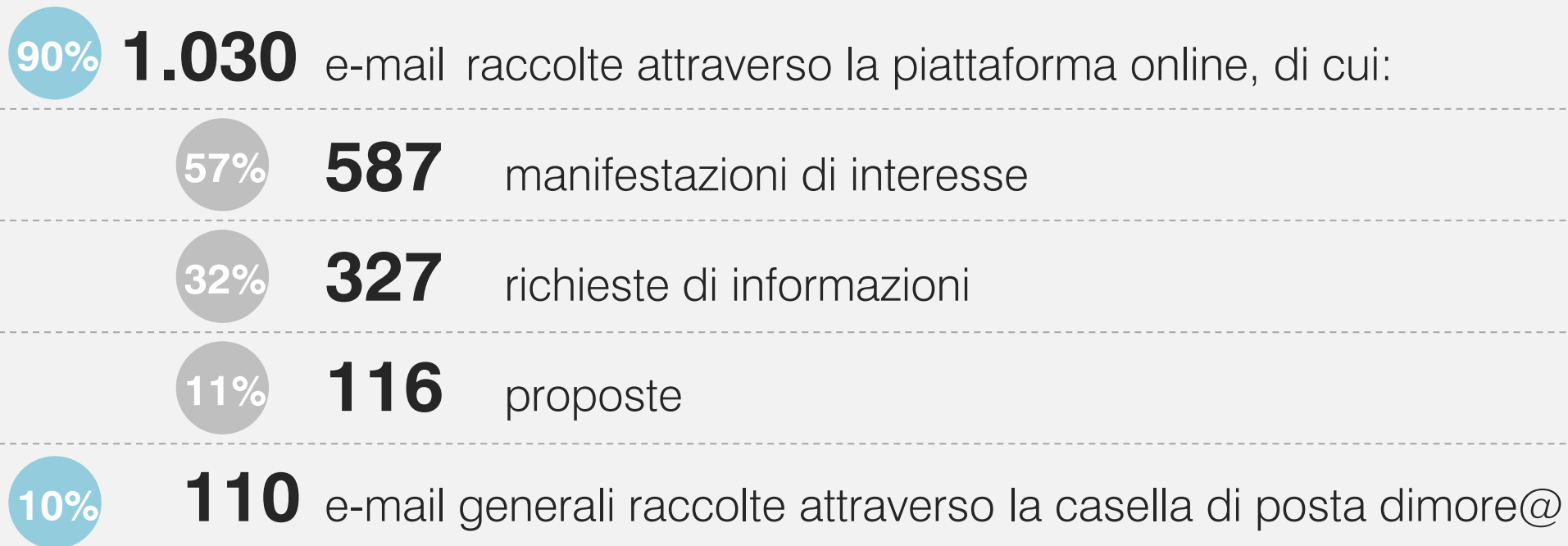
- **manifestare il proprio interesse per uno o più fari;**
- **richiedere informazioni;**
- **avanzare proposte rispetto alle ipotesi di valorizzazione, al brand e alla rete, alle procedure di gara.**

Di seguito sono riportati gli esiti dell'attività di consultazione appena conclusa.



Consult@zione pubblica: numeri chiave

1.140 e-mail ricevute



Consult@zione pubblica: numeri chiave

1.030 partecipanti alla consult@zione

86% **883** persone fisiche

14% **147** enti /società

37 società di capitali

82 società di persone

20 associazioni

1 fondazione

6 onlus

1 ente pubblico



- PERSONE FISICHE
- SOCIETÀ DI PERSONE
- SOCIETÀ DI CAPITALI
- ASSOCIAZIONI
- FONDAZIONI
- ONLUS
- ENTI PUBBLICI

Consult@zione pubblica: numeri chiave



I numeri

rilevati dalla consultazione mostrano grande partecipazione e interesse del pubblico all'iniziativa.

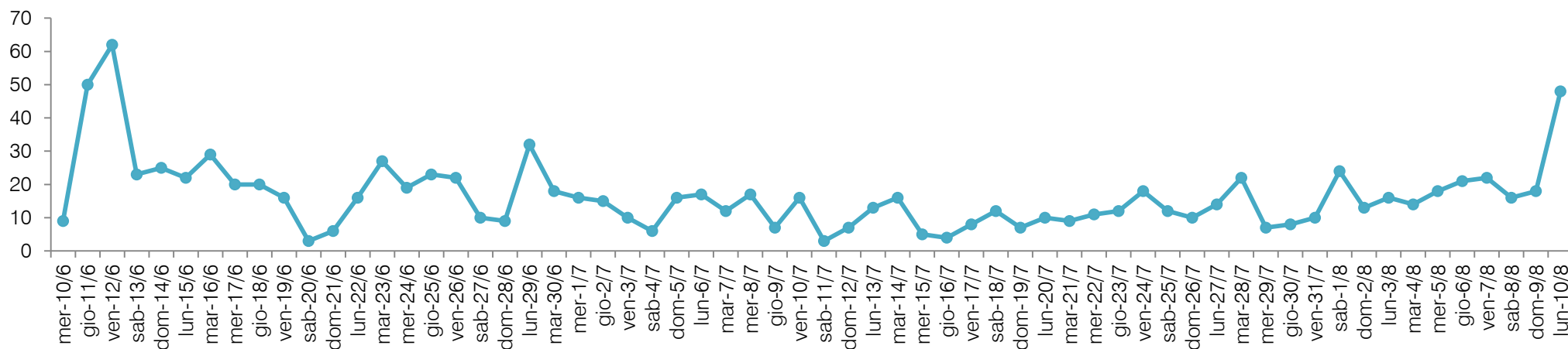
Il progetto FARI sembra aver attivato un processo di adesione da parte dei **cittadini**, sul totale dei partecipanti l' **86%** si è infatti iscritto in qualità di persona fisica. La consultazione pubblica ha comunque movimentato anche il **mercato**, coinvolgendo e incuriosendo i privati, le società orientate al business e il terzo settore, visto che il **14%** dei partecipanti è costituito da **enti/società**.

Questa percentuale è rappresentata per oltre **2/3 da società di capitali e di persone** e **1/3 dal mondo associativo**, di cui è interessante notare l'attenzione rivolta al progetto.

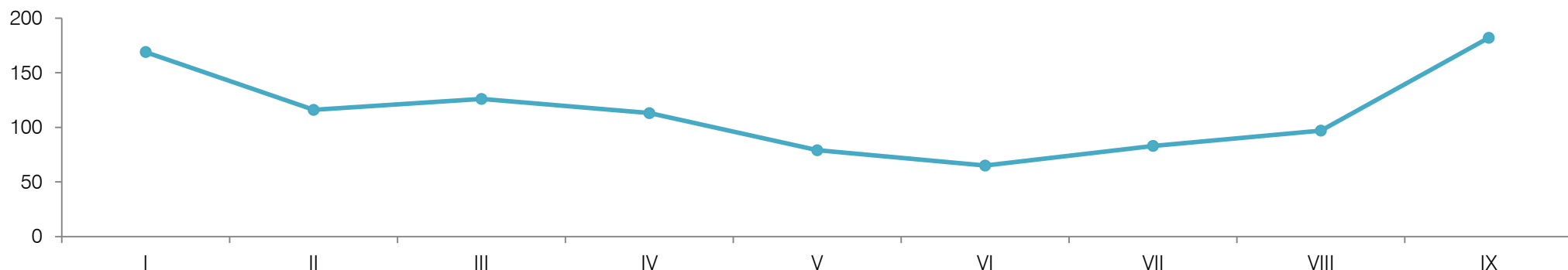
La compartecipazione del mondo imprenditoriale insieme a quello socio-culturale, fa intravedere la possibilità di adesione al bando di raggruppamenti di impresa che tengano insieme queste due componenti caratterizzanti l'iniziativa.

Consult@zione pubblica: statistiche

Flusso giornaliero delle e-mail pervenute



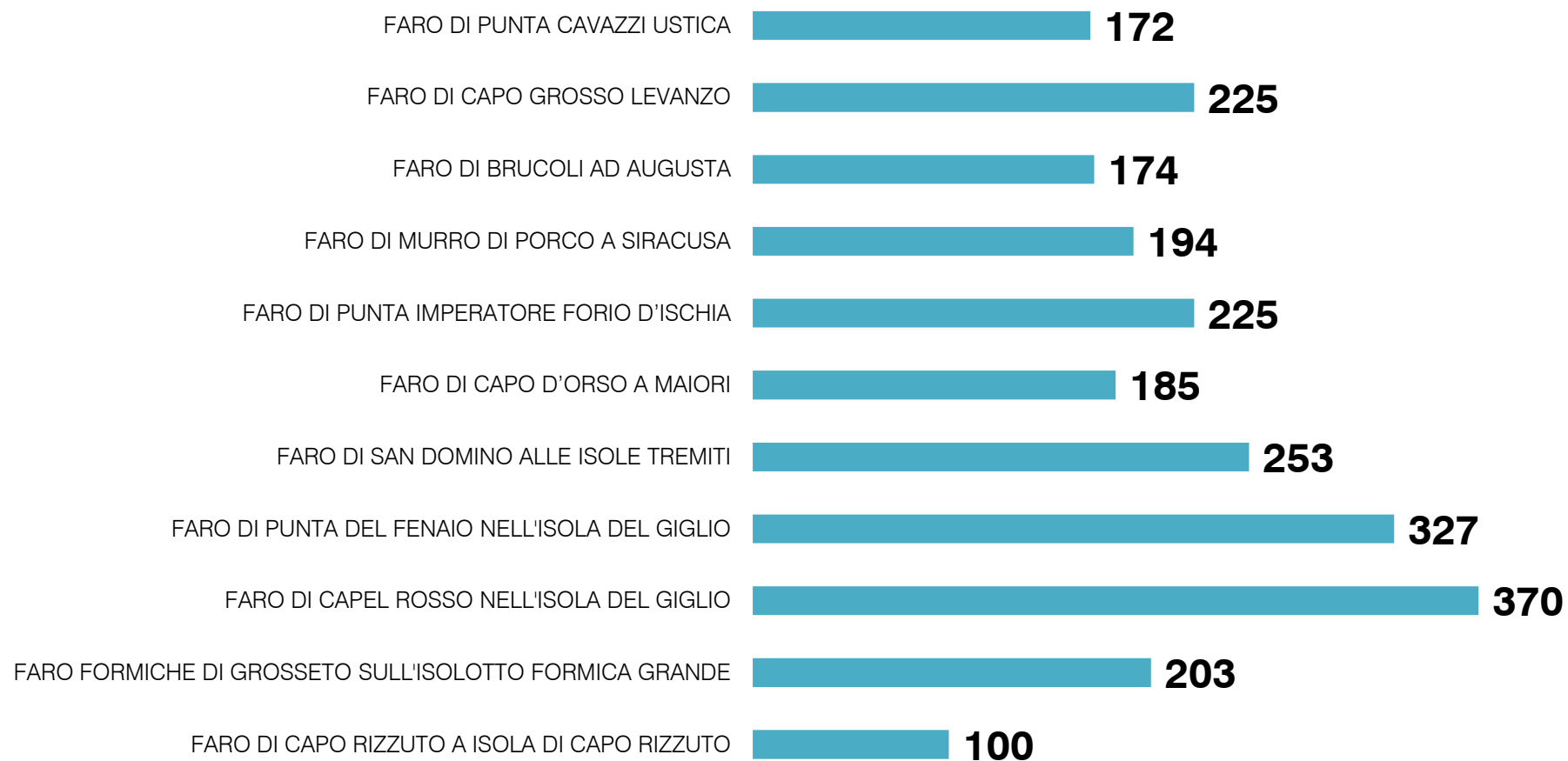
Flusso settimanale delle e-mail pervenute



Le statistiche riferite al trend della consultazione evidenziano un andamento più o meno costante della partecipazione, registrando dei picchi nella prima e nell'ultima settimana.

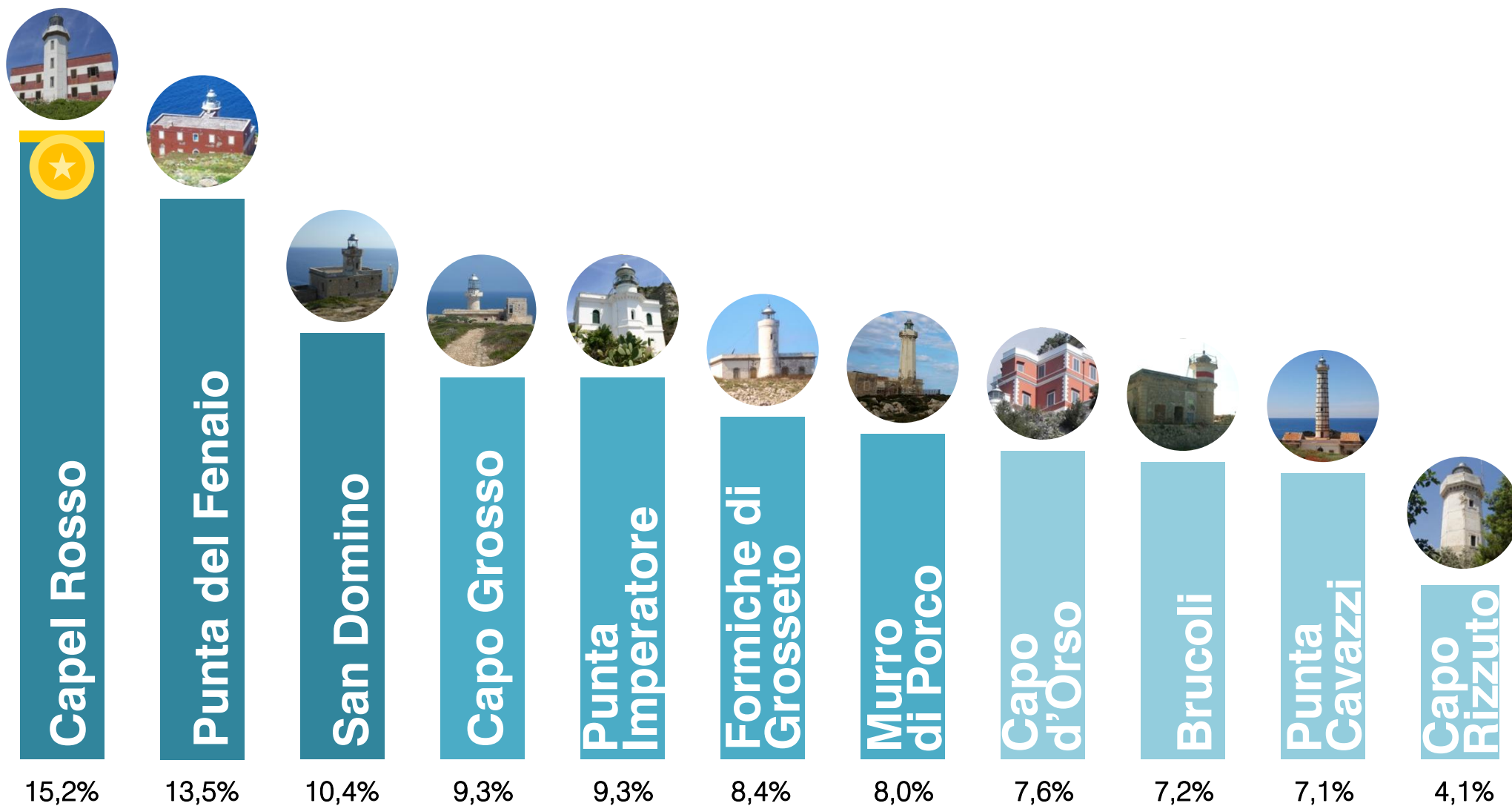
Consult@zione pubblica: statistiche

Interesse complessivo per ciascun faro



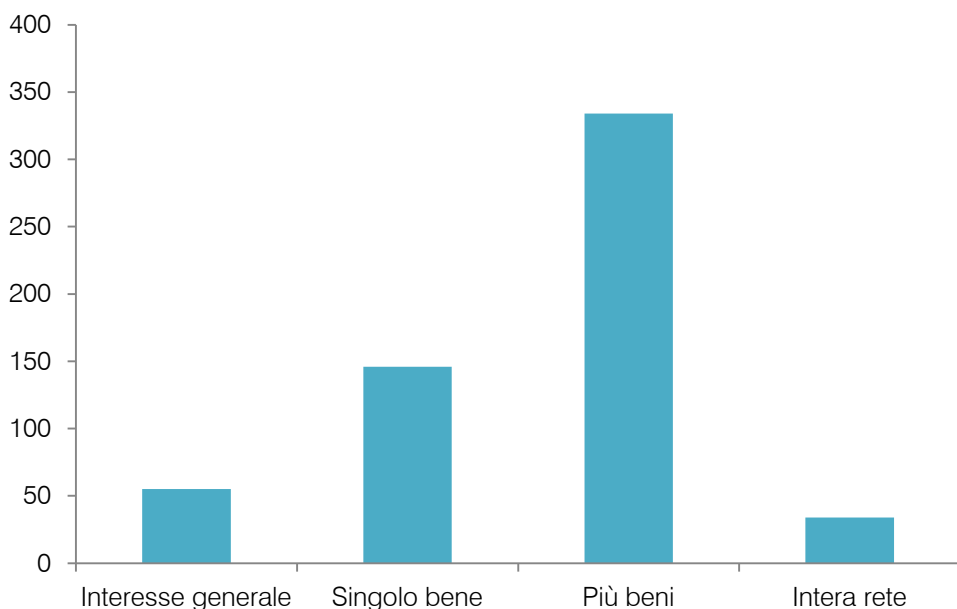
Consultazione pubblica: statistiche

Interesse complessivo per ciascun faro



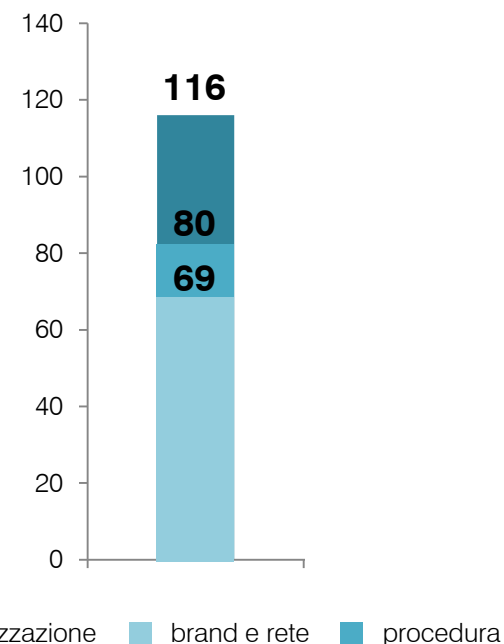
Consult@zione pubblica: statistiche

Articolazione delle manifestazioni di interesse



Oltre la metà delle manifestazioni di interesse riguardano più fari contemporaneamente (da 2 a 7), un quarto sono rivolte invece a singoli beni e in misura minore all'intera rete oppure al progetto in generale.

Articolazione delle proposte

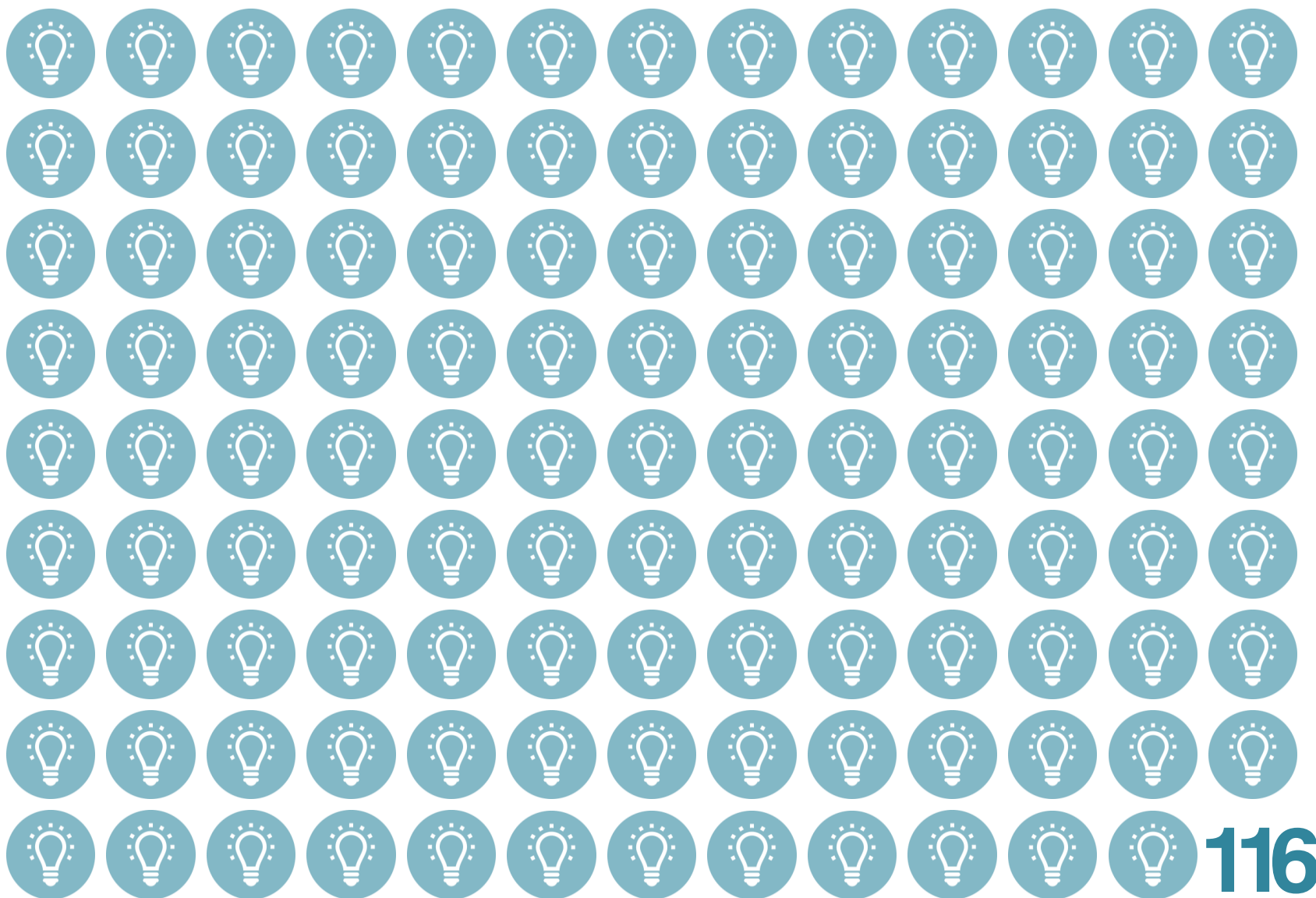


■ valorizzazione ■ brand e rete ■ procedura



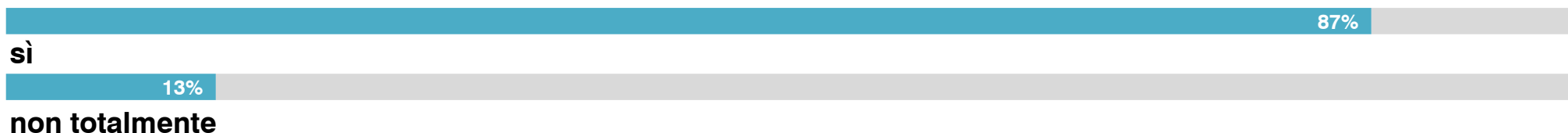
Tutte le proposte ricevute riguardano l'ipotesi di valorizzazione dei fari, circa il 70% ha affrontato anche gli aspetti procedurali, mentre il 60% i temi del brand e della rete.

Consultazione pubblica: proposte



Proposte: lighthouse accommodation

- ! La quasi totalità dei partecipanti si è espressa a favore di: una valorizzazione dei fari secondo un **modello di lighthouse accommodation**



Dalla consultazione pubblica si evidenzia che l'idea di lighthouse accommodation è ritenuta la scelta più idonea per la valorizzazione dei fari. L'87% dei partecipanti sottolinea che l' **accoglienza turistica** (ricettiva, ristorativa, promozionale, etc.), come già avviene all'estero – in Europa, America ed Australia – appare la formula migliore per consentire il recupero e il mantenimento del faro e, al tempo stesso, la salvaguardia e lo sviluppo del contesto ambientale in cui è inserito. In riferimento a queste buone pratiche - in particolare è citato il caso scozzese – è sottolineato infatti che le attività all'interno del faro possono essere associate spesso ad altre che coinvolgono anche l'ambiente esterno. Viene sottolineato, inoltre, che la bellezza di questi luoghi attualmente in Italia non è fruibile dal pubblico, mentre una soluzione di pernottamento consentirebbe di scoprire, vivere e animare questi siti.

Si ribadisce, però, che tale scelta debba essere **complementare ad altre attività e servizi** di tipo ricreativo, sociale, culturale, per lo sport, la promozione dei prodotti tipici e la scoperta del territorio, da definire e declinare **in funzione del contesto locale**.

Si ritiene, pertanto, che il recupero e il riuso del faro debbano essere fortemente innestati su un progetto di valorizzazione culturale, sociale, ambientale, rendendo il faro un **luogo da vivere a 360 gradi**. Le proposte evidenziano la possibilità di sviluppare strutture turistico-ricettive di gamme diverse, anche caratterizzate da vari tematismi, oppure come PIT STOP per viaggiatori ed escursionisti. Le attività da sviluppare all'interno del faro possono essere occasione di lancio anche di un' **impresa "sociale"**, altamente innovativa e sostenibile a livello economico, culturale e ambientale, green, ad impatto e km 0.

Proposte: tipologia di struttura turistico-ricettiva



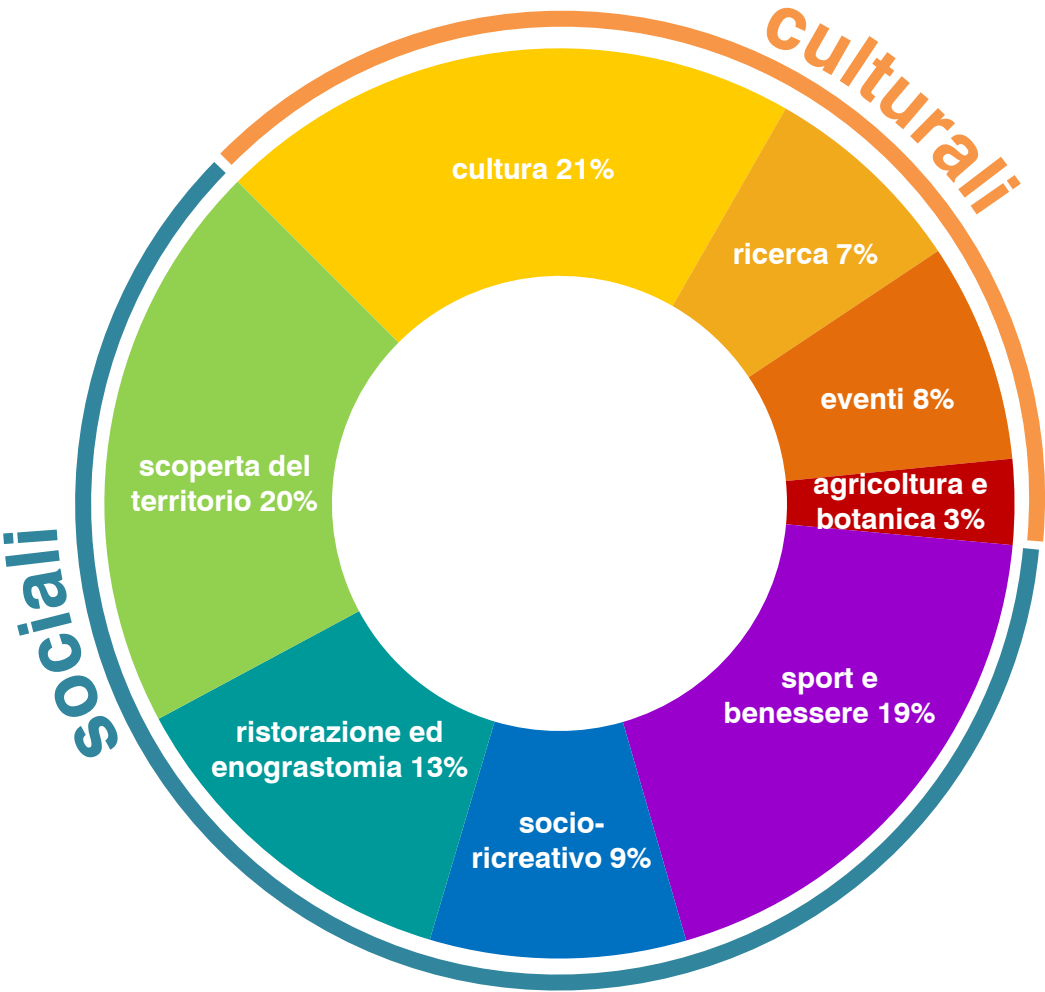
- **luxury rooms and apartments** dal comfort elevato con premium price rispetto alla accoglienza alberghiera
- **ospitalità familiare e low cost** per dare a tutti l'opportunità di trascorrere un'esperienza insolita – **bed and breakfast, rifugio, guesthouse, casa vacanze**
- **ostello, “ostello confortevole”** che ponga al centro il concetto di “condivisione dell'esclusività”
- **“albergo eremo”, turismo religioso, meditativo e sensoriale**, luogo per ritiri meditativi e olistici
- **boutique hotel, bike hotel, resort di vino, agriturismo, ittiturismo, cicloturismo, slow and religious travel**
- **tutte** le tipologie turistico-alberghiere **purché eco-sostenibili**
- **a seconda del sito** adeguamento delle soluzioni turistico-alberghiere
- **piccoli bar ristoro, punti vendita di prodotti enogastronomici locali, settore alimentare-biologico, slow food**
- **PIT STOP** per viaggiatori ed escursionisti
- **a favore di piccoli e giovani imprenditori e di una clientela il più possibile “ampia”, del km 0**
- **struttura per giovani, per persone down, per fruitori sportivi, per chi si sa adeguare a luoghi spartani** e con confort limitati, per chi **ha bisogno di raccoglimento** e di stare **a contatto diretto con la natura**, per una **clientela attenta ai valori ambientali** e paesaggistici, in generale per **un turismo non di massa**

Proposte: attività socio-culturali



- **cultura** – esposizioni, mostre, museo, biblioteca, didattica e formazione (musica, arte, letteratura, teatro etc.), educazione ambientale, attività legate all'arte marinara, visite guidate
- **socio-ricreative** – tempo libero, attività ludiche, attività a favore di persone diversamente abili, associazioni
- **sport e benessere** – diving, snorkeling, vela, kayak, canoa, surf, windsurf, pesca, ciclismo, trekking, arrampicata, birdwatching, parapendio, yoga e meditazione, ritiri meditativi e olistici, discipline per il benessere psico-fisico, affitto di attrezzatura sportiva, attività sportive nel rispetto dell'ambiente
- **eventi** – intrattenimento, meeting, eventi culturali ed enogastronomici, moda, matrimoni, festival, concerti, teatro, conferenze, spettacoli, seminari, produzioni, team building
- **ricerca** anche in collaborazione con l'università – centro di studi bio-marini, osservazione della flora, della fauna e delle stelle
- **ristorazione ed enogastronomia**
- **agricoltura e botanica**
- **scoperta del territorio**, escursioni terrestri e marittime, utilizzo di mezzi a emissioni 0, e-bike e-boat, servizi accessori e funzionali alla scoperta del paesaggio, tutela ambientale, laboratori per lo studio della natura, visite guidate, vigilanza marittima/balneare e antincendio, coinvolgimento degli ospiti in attività e progetti di salvaguardia e studio della natura per tutto ciò che concerne l'habitat naturale e costiero, percorsi olfattivi
- **... semplicemente relax!**

Proposte: attività socio-culturali



culturali 39%

sociali 61%

Proposte: modalità di recupero

- ! Circa la metà dei partecipanti ha manifestato la necessità di intervenire sui fari attraverso un **restauro conservativo ed eco-sostenibile**

46%

sì



Per quanto riguarda le modalità di intervento sui fari e sui contesti in cui sono situati, è rilevante che circa la metà dei partecipanti abbia spontaneamente espresso l'importanza di procedere attraverso un restauro conservativo ed ecosostenibile, rispettoso al massimo della struttura originaria e dell'area circostante, che mantenga inalterati i caratteri peculiari del luogo e quelli storico-tipologici del bene.

Le ipotesi di recupero proposte fanno riferimento, quindi, ai principi del **minimo intervento**, del **“box in the box”** (mantenimento dell'involucro originario e ridotte interazioni con esso) e della conservazione e manutenzione nel tempo, da realizzare tramite l'utilizzo di materiali locali, tecniche innovative ed ecocompatibili, senza aggiungere elementi che possano alterare l'ambiente e avviando attività il più possibile ad impatto zero, al fine di valorizzare non solo gli immobili ma anche i territori, ciascuno secondo le proprie specificità e unicità.

Emerge, infatti, in maniera particolare la necessità di garantire una **connessione costante tra struttura e contesto**, da un lato coinvolgendo le comunità, le associazioni, gli operatori e le imprese locali e privilegiando i prodotti e le risorse del territorio; dall'altro assicurando la **fruibilità pubblica** degli immobili e la loro accessibilità, soprattutto attraverso mezzi di trasporto “slow” e anch'essi ecocompatibili.

Alcuni partecipanti hanno suggerito che per la tutela e la valorizzazione di questa tipologia particolare di beni ci si potrebbe avvalere anche del coinvolgimento degli stessi utenti: il **“turista-guardiano”** che alimenta le iniziative e l'economia della struttura e allo stesso tempo si preoccupa del suo mantenimento.

Proposte: brand e rete



Attività di networking suggerite

- sito web, social network, blog, forum, app, newsletter
- videoconferenze
- percorsi turistici via terra e via mare di scoperta dei fari
- offerte coordinate, possibilità di integrare soggiorni in più strutture
- club di prodotto
- nome e/o logo comune
- marketing e promozione comune
- standard di qualità condivisi, perseguimento di valori comuni
- cabina di regia



Attività di marketing suggerite

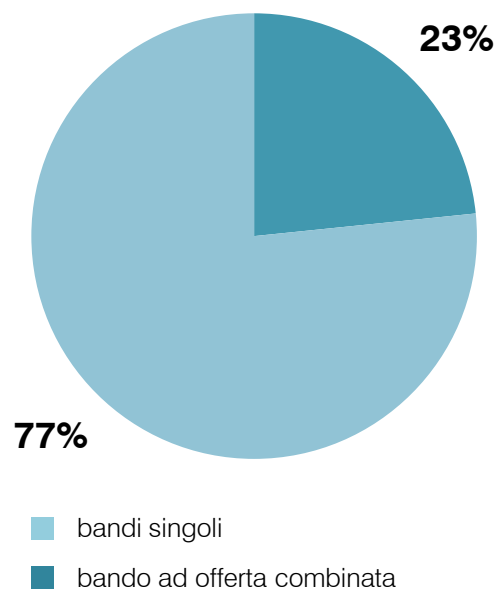
- video promozionale
- internet, agenzie, amministrazioni locali
- Tour Operator e Grande Distribuzione Organizzata
- guide turistiche, riviste di viaggi, riviste e fiere di settore
- passaparola, canali di distribuzione non automatizzati
- divulgazione nel circuito delle regate e dello yachting, organizzazioni di competizioni sportive
- sponsorship e patrocinio da privati, enti pubblici e di associazioni
- eventi a tappe, meeting eccellenze locali, industria creativa, festival



Grande importanza è stata attribuita ai temi del networking e del marketing, come strumenti fondamentali per il sostegno e la valorizzazione del progetto nel suo insieme. Pur mantenendo, infatti, le peculiarità e le diverse possibilità di sviluppo di ciascuna iniziativa in relazione al proprio contesto di riferimento, emerge la necessità di una **“cabina di regia”**, costituita da soggetti sia pubblici sia privati, con funzioni di coordinamento e di indirizzo, affinché i singoli progetti possano essere ricondotti ad un unico brand, con specifici **standard di riferimento** condivisi, sia rispetto alla valorizzazione dei beni e alla gestione delle attività, che alla comunicazione del progetto.

Proposte: iter procedurale

Tipologia di bando



Criteri valutativi suggeriti

- offerta economicamente più vantaggiosa con elementi di natura qualitativa e quantitativa
- esperienza maturata dall'offerente nel settore turistico e nella gestione del turismo
- capacità di fare rete
- validità dei progetti sulla base di parametri di sostenibilità, ottimizzazione energetica, conservazione e tutela del luogo e dell'edificio
- qualità, durabilità, innovazione, potenziale economico
- rispetto del territorio, ecosostenibilità, "km 0"
- fruibilità pubblica dei fari
- integrazione della proposta con gli altri fari e con l'offerta naturalistica, culturale e gastronomica dei luoghi
- valore didattico, culturale, sociale
- vendibilità del soggiorno e attenzione all'ambiente



Dalla consultazione è emersa una preferenza per l'immissione sul mercato dei fari attraverso **singoli bandi di gara** per ciascuno degli immobili, anziché tramite bando ad offerta combinata. La possibilità di presentare un'offerta singola per ogni bene, infatti, sembra favorire una più ampia partecipazione dei diversi soggetti interessati, anche di quelli con risorse minori. I partecipanti evidenziano che offerte singole risponderebbero maggiormente alle esigenze dei diversi contesti socio-culturali e ambientali di riferimento. Continua ad essere sottolineata però l'importanza di ricondurre le singole iniziative alla rete, affinché possano avere uno sviluppo omogeneo, attraverso **procedure e tempi comuni** e il controllo di una "cabina di regia" sull'intero iter.

Proposte: tipologie di finanziamento



- cofinanziamento pubblico – privato
- finanziamenti a fondo perduto
- fondi strutturali, nazionali ed europei, diretti e indiretti
- finanziamento a giovani, disoccupati e a persone colpite direttamente dalla crisi tra quelli con esperienza significativa nel settore alberghiero
- credito d'imposta
- finanziamento privato
- mutui a tassi agevolati e convenzioni con banche
- canone concessorio e fee periodica, annuale o sul fatturato come risorse da dedicare alle iniziative comuni
- contributo da parte dei partners Dimore
- venture capital
- sponsorizzazioni
- premi all'innovazione
- business angels
- “adotta un faro”
- 5 x 1000



L'analisi condotta sulla finanziabilità del progetto e sul modo attraverso cui canalizzare risorse finanziarie pubbliche e private a supporto dello sviluppo del progetto ha fatto emergere diverse soluzioni.

In particolare, la consultazione ha evidenziato la capacità finanziaria di alcuni investitori nel mettere a disposizione **risorse private**, anche senza l'accesso a linee di credito bancarie. Parallelamente si sono registrate proposte che hanno, invece, sottolineato l'importanza di una compresenza di **finanziamenti sia pubblici che privati** e la necessità di una adeguata **leva finanziaria**, tramite l'accesso al credito con tassi agevolati o finanziamenti a fondo perduto.

Alcune proposte hanno indicato la possibilità di reperire risorse finanziarie attraverso **società di venture capital**, soggetti che investono su start up ed idee innovative, **business angels**, **sponsorizzazioni**, 5 per mille etc.

Richieste informazioni



327 Richieste sulla piattaforma online

- generiche
- carattere tecnico-specialistico
- costi di recupero ed investimenti attesi
- bandi di gara: tempi e modalità
- concessione: durata e canone annuo
- possibilità di sopralluoghi
- beni non in consultazione



110 Richieste alla casella dimore@

- attività insediabili ed ipotesi di interventi
- costi di recupero ed investimenti attesi
- forme di finanziamento pubbliche attive e/o attivabili sul progetto
- bandi di gara: uscita e modalità
- possibilità di incontri e sopralluoghi
- beni non in consultazione
- proposte per nuove *call*, concorsi di progettazione, iniziative promozionali etc sul tema fari
- altro (curiosità, idee e suggerimenti di carattere generale)



Le richieste di informazioni – sia mediante la piattaforma online, sia attraverso la casella di posta dimore@ – a parte quelle più generiche che hanno riguardato le caratteristiche dei fari e i riferimenti normativi, si sono maggiormente concentrate su aspetti di tipo procedurale come: **costi** di recupero ed investimenti attesi, **tempi** e **modalità** della **gara**, **durata** e **canone** annuo della **concessione**.

Richieste informazioni

Beni extra consultazione

A testimonianza del grande interesse nei confronti dei progetti di valorizzazione del patrimonio pubblico, sono pervenute ulteriori richieste di informazioni riguardanti ulteriori beni non in consultazione pubblica, gran parte dei quali inseriti nel progetto “Valore Paese – DIMORE”.



VENETO

- Forte di Rivoli a Verona
- Rocca di Nogarole a Verona
- Palazzo Erizzo a Venezia

LOMBARDIA

- Villa Crivelli Pusterla a Monza

LIGURIA

- Forte Pianelloni a Lerici

TOSCANA

- Faro di Livorno a Livorno
- Faro di Pratesi all'Isola d'Elba

MARCHE

- Faro Colle dei Cappuccini ad Ancona
- Forte Garibaldi Pietralacroce ad Ancona
- Ex Colonia Marina a Senigallia

SARDEGNA

- Faro di Capo Comino a Siniscola

CAMPANIA

- Stazione Segnali a Lacco Ameno – Ischia
- Osservatorio Geodinamico a Casamicciola Terme – Ischia

PUGLIA

- Torre San Felice a Vieste
- Faro di Punta Palascia ad Otranto

SICILIA

- Faro di Punta Milazzo a Milazzo
- Faro di Vulcano a Lipari
- Faro di Capo Faro a Malfa
- Faro di Punta Marsala a Marsala
- Faro di Marina di Ragusa a Ragusa
- Faro di Capo Peloro a Messina
- Castello Nelson e Borgo Caracciolo a Bronte

*Grazie a tutti i partecipanti alla consultazione
per l'attenzione rivolta al progetto e per il prezioso contributo!*



Partner Promotori

Agenzia del Demanio
Invitalia
ANCI – Fondazione Patrimonio Comune

Con la partecipazione di

Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo
Ministero dello Sviluppo Economico
Ministero della Difesa

Con il coinvolgimento di

Difesa Servizi SpA
Cassa Depositi e Prestiti
ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane
Istituto del Credito Sportivo
Confindustria
Associazione Italiana Confindustria Alberghi
Ance
Assoimmobiliare

Con il sostegno di

Touring Club Italia
WWF
Cittadinanza Attiva
Italiacamp
CONI
Federazione Italiana Vela

