

Attualità

Il turismo nei cimiteri

Il fenomeno della “seconda vita dei cimiteri”

di Massimo Feruzzi (*)

Se è vero che le basiliche, i duomi, le chiese e le abbazie, ma anche le catacombe ed i mausolei sono da sempre attrattori turistici, è d'altra parte evidente come, a fianco di queste visite culturali legate ai percorsi di fede e religione vi sia, negli ultimi anni, l'esplosione di un altro fenomeno, più particolare: il turismo nei cimiteri.

“Si tratta di un segmento turistico decisamente unico – afferma Massimo Feruzzi, Amministratore Unico di JFC e responsabile della Ricerca – che agisce sul mix possibile, esistente solo in questi luoghi, tra cultura ed architettura, visite a personaggi storici e ricerca interiore. Il turismo dei cimiteri può coinvolgere, in pochi anni, 90 siti nazionali ed interessare 400.000 Italiani e 7 milioni di residenti nei Paesi di origine anglosassone, contro i soli 45.000 visitatori dell'anno 2013”.

L'ultimo luogo di riposo dei morti, il cimitero, sta quindi diventando anch'esso un'attrazione turistica: sono infatti sempre di più le destinazioni al mondo che stanno cominciando a promuovere tour e visite ai cimiteri per attrarre questo nuovo segmento di visitatori.

Potrebbe, questa, essere considerata una forma assai bizzarra di turismo, oppure un macabro viaggio nei luoghi della sepoltura: in realtà il “turismo dei cimiteri” è una forma di scoperta legata al valore storico, architettonico e culturale dei cimiteri, ma anche ad una “visita” a personaggi famosi che lì, in quel particolare sepolcro, sono stati tumulati.

Sono infatti queste le due tematiche principali che spingono le persone a visitare i cimiteri al di fuori della visita più tradizionale legata alla Commemorazione dei Defunti del 2 novembre di ogni anno, vale a dire:

▪ L'ASPETTO CULTURALE E MUSEALE: soprattutto i cimiteri Monumentali sono veri e propri musei a cielo aperto per la quantità e qualità dei beni artistici ed architettonici che racchiudono al proprio interno. Dalle necropoli romane alle tombe dai richiami classici, dalle statue ai fregi bizantini, gotici e rinascimentali, sino ai portici, ai giardini all'italiana ed ai monumenti alla memoria. I cimiteri sono sempre di più in grado di attrarre turisti interessati a scoprire il legame esistente tra la cultura del luogo e la sua espressione artistica, attraverso la visione di un patrimonio culturale non consueto, manifestato in luoghi non comuni;

▪ L'ASPETTO DI AFFINITÀ *con personaggi famosi*: sono molti i cimiteri che “ospitano” le spoglie di personaggi famosi, e proprio per questo motivo vengono “sacralizzati” da coloro che hanno sviluppato un legame di vario tipo con questi personaggi. Cantanti ed artisti, scrittori e statisti, ma anche sportivi e politici generano, da sempre, interesse e visite, con flussi anche consistenti in occasione di commemorazioni e date particolari, legate ad una canzone, alla nascita, etc. del personaggio stesso.

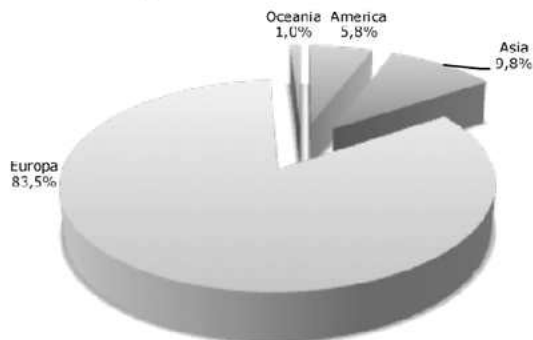
Emerge quindi che i cimiteri, nel mondo, possono davvero rappresentare una fonte di interesse turistico e, se ciò è valido per i Paesi esteri, ancora di più lo è per l'Italia. È infatti palese come i valori architettonici, storici e monumentali siano, in Italia, un fattore predominante del “sistema cultura”, e ciò si riverbera anche nei cimiteri.

Si calcola siano 417 A LIVELLO MONDIALE I CIMITERI DI POTENZIALE INTERESSE TURISTICO ⁽²⁾, la maggior

⁽²⁾ I criteri di selezione sono riportati nella metodologia.

parte dei quali si trova in Europa: ben l'83,5% del totale, pari a 348 cimiteri. La restante quota è suddivisa tra Asia (9,8%), America (5,8%) e Oceania (1%).

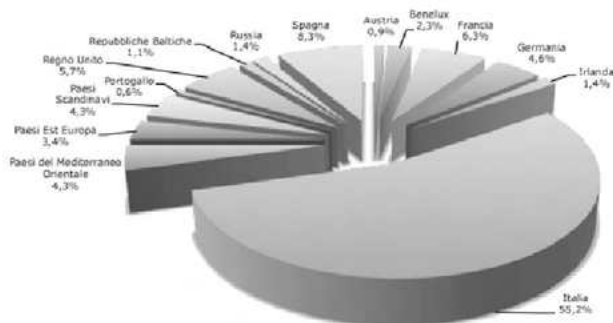
Cimiteri di potenziale interesse turistico - Mondo



Analizzando nello specifico i cimiteri a livello europeo, risulta come sia assolutamente primaria la posizione dell'Italia: I CIMITERI ITALIANI DI POTENZIALE INTERESSE TURISTICO SONO IL 55,2% DEL TOTALE EUROPEO, pari a 192 cimiteri dislocati nelle varie regioni. A seguire, la Spagna con 29 cimiteri (8,3%), la Francia con 22 (pari al 6,3%) ed il Regno Unito con 20 cimiteri (5,7%).

Leggermente inferiori le quote della Germania (che ha 16 cimiteri di potenziale interesse turistico, pari al 4,6%), dei Paesi Scandinavi e dei Paesi del Mediterraneo Orientale (Albania, Croazia, Grecia, etc.), ambedue con 15 cimiteri ed una quota pari al 4,3% sul totale europeo. Poi, ancora, i Paesi dell'Est Europa (Polonia, Repubblica Ceca, Ungheria, etc.) con una quota del 3,4% (pari a 12 cimiteri).

Cimiteri di potenziale interesse turistico - Europa

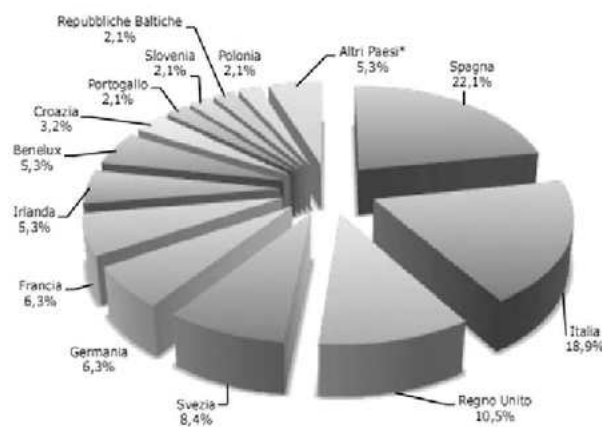


Ma queste sono le potenzialità e non i dati reali ⁽³⁾, che divergono in maniera consistente. Ed anche in questo settore si evidenzia come l'Italia non sia in grado di sfruttare le proprie risorse turistiche, anche "innovative". Si nota infatti come la maggiore quota di cimiteri che già oggi offrono servizi e circuiti, propongono visite e SI PROMUOVONO A FINI TURISTICI

⁽³⁾ Elaborazioni su dati ASCE.

NON SIA IN ITALIA MA IN SPAGNA, CHE OCCUPA L'ATTUALE LEADERSHIP "COPRENDO" IL 22,1% di questa particolare offerta turistica, pari a 21 cimiteri.

Cimiteri di reale interesse turistico - Europa

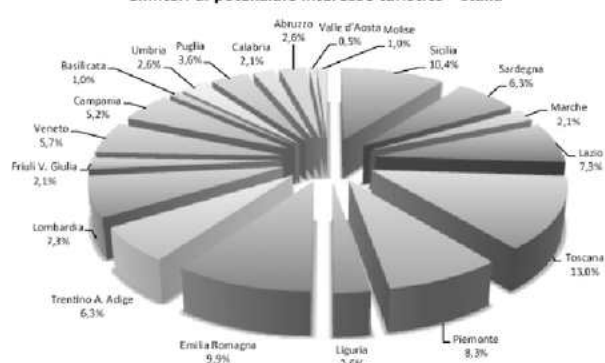


L'Italia segue, in seconda posizione, con 18 cimiteri ed il 18,9% dell'offerta su base europea; poi viene il Regno Unito con il 10,5% (pari a 10 cimiteri), la Svezia con (8 cimiteri, pari all'8,4%) e la Germania e la Francia con le stesse quote: 6 cimiteri ognuna, che rappresentano il 6,3% dell'offerta.

Non tutti i cimiteri, però, possono avere una finalità turistica: scendendo infatti nello specifico dei cimiteri in Italia, emerge come I CIMITERI DI POTENZIALE INTERESSE TURISTICO (192 in totale) SIANO LOCALIZZATI IN PREVALENZA IN TOSCANA (13% del totale nazionale), in Sicilia (10,4%) ed in Emilia Romagna (9,9%). Poi, ancora, in Piemonte (8,3%), Lazio e Lombardia (rispettivamente con il 7,3% del totale nazionale).

Minore, invece, il numero dei cimiteri di potenziale interesse turistico dislocati nelle altre regioni italiane: Valle d'Aosta, Molise e Basilicata sono le regioni con il minor numero di cimiteri di valore turistico.

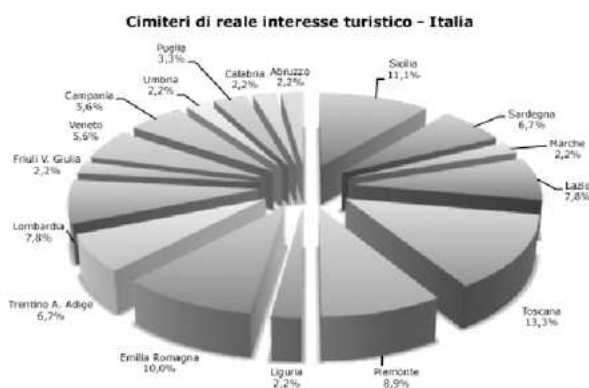
Cimiteri di potenziale interesse turistico - Italia



In Italia i dati potenziali non si differenziano dai dati reali, sebbene i cimiteri che già oggi o si stanno posizionando sulla tematica turistica, offrendo anche servizi e circuiti per i visitatori, o posseggono le caratte-

ristiche per avviare immediatamente questo “percorso” sono meno della metà (90 contro 192): di questi solo una minima parte (18) fanno parte dell’ASCE⁽⁴⁾.

Risulta quindi che LA REGIONE CON LE MAGGIORI ATTUALI CAPACITÀ di attrarre flussi turistici legati al “turismo ai cimiteri” sia la Toscana (13,3%), seguita dalla Sicilia (11,1%) e dall’Emilia Romagna (10%), sul totale nazionale.



A questo punto è importante scendere nello specifico di questa forma di turismo, per capire quali sono le MOTIVAZIONI che spingono gli Italiani a visitare un cimitero. Come già accennato in apertura, le visite si suddividono sulla base di due motivazioni principali: quella “culturale” e quella legata ai “personaggi” che riposano in quello specifico cimitero.

Per quanto riguarda L’ASPETTO CULTURALE E MUSEALE, la motivazione primaria è quella legata alla “partecipazione ad un evento”, valida per il 17,2% degli Italiani.

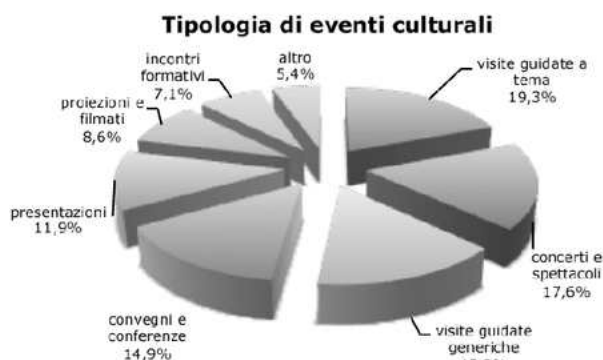


Si nota quindi come sia un elemento attrattivo esogeno al cimitero (appunto un evento, uno spettacolo, una manifestazione, etc.) il fattore primario che spinge gli Italiani a frequentare un cimitero per motivi per così dire “non canonici”. Seguono poi altre motivazioni, quali: un “interesse generico e la curiosità”, valido nel 15,3% dei casi; l’“esclusività della visita”, indicato dal 13,5% degli Italiani, la “scoperta di aspetti architettonici non comuni”, motivo valido nel 9,6% dei casi.

Seguono poi altre motivazioni, come il fattore “studio e lezione” (9,2% dei casi), “arricchimento dell’esperienza individuale” (8,3%), il “fascino dell’ambiente nel suo complesso”, indicato dal 7,9% degli Italiani.

Entrando nello specifico della tematica primaria, vale a dire la “partecipazione ad un evento”, è interessante notare come IL FATTORE PIÙ ATTRATTIVO sia quello legato all’organizzazione di “visite guidate, a tema”, che raccoglie il 19,3% delle preferenze. Seguono i “concerti e spettacoli” (17,6%), le “visite generiche” (15,2%), i “convegni e le conferenze” (14,9%), le “presentazioni” (11,9%), le “proiezioni ed i filmati” (8,6%), gli “incontri formativi” (7,1%), etc..

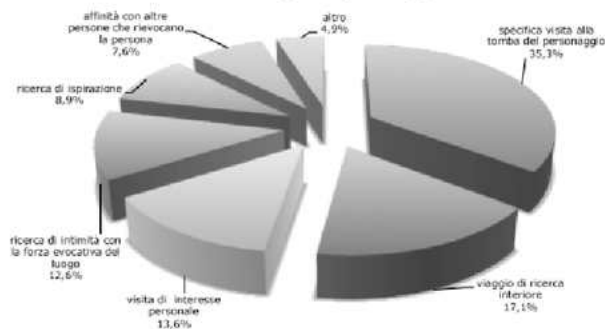
Eventi che vengono realizzati in sinergia con gli enti del territorio: dagli uffici Iat alle Pro Loco, sino a specifiche Istituzioni (ad esempio, a Bologna la valorizzazione culturale della Certosa è affidata a Bologna Musei), Fondazioni e Comitati. A Roma il cimitero Verano, unico esempio in Italia, ha dato vita ad una società di Esperti per la valorizzazione del patrimonio culturale. A questi appuntamenti partecipano in media 33 persone (media nazionale).



Esaminando invece le motivazioni che spingono gli Italiani a visitare i cimiteri per questioni legate alla presenza di tombe di PERSONAGGI FAMOSI, emerge che il fattore primario sia quello relativo alla “specifica visita alla tomba del personaggio”, indicata nel 35,3% dei casi. Segue poi la visita intesa come “viaggio di ricerca interiore”, che è la motivazione primaria del 17,1% degli italiani e, ancora, la “visita di interesse personale”, motivazione primaria, sebbene generica, indicata dal 13,6%.

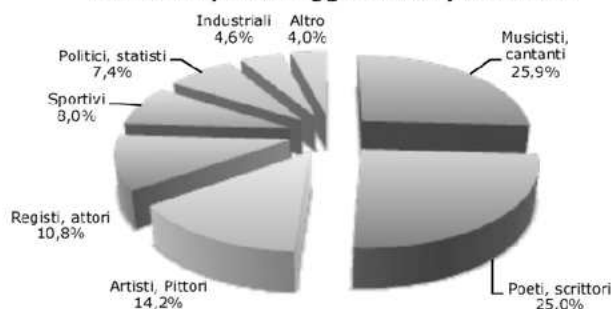
(4) Association of Significant Cemeteries in Europe.

Motivazioni legate a personaggi famosi



In questo caso si è voluto comprendere quali siano I PERSONAGGI CHE, PIÙ DI ALTRI, CREANO INTERESSE PER UNA VISITA anche dopo la loro morte. Si rileva che *“musicisti e cantanti”* e *“poeti e scrittori”* rappresentino le due categorie di personaggi più “ricercati”, coprendo rispettivamente il 25,9% ed il 25% dell’interesse degli Italiani. Seguono poi *“artisti e pittori”* con il 14,2%, *“registi ed attori”* con il 10,8% e, ancora, gli *“sportivi”* con l’8%, i *“politici e statisti”* con il 7,4%, gli *“industriali”* con il 4,6%, etc..

Tombe di personaggi famosi più visitate



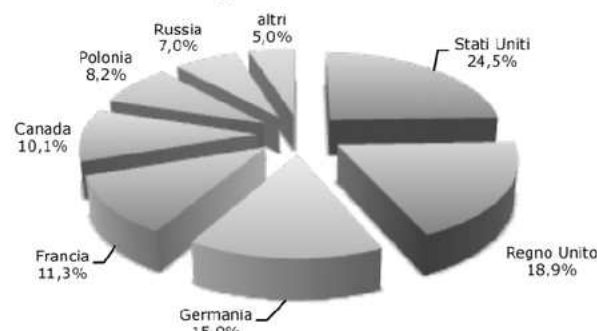
Sono i cimiteri che ospitano personaggi storici, poeti e letterati, filosofi stranieri – soprattutto di origine anglosassone – ad attirare invece la maggior quota di visitatori dall’estero.

Da Livorno a Roma, da Firenze a Bagni di Lucca o Sanremo, sono molti i cimiteri acattolici in Italia, e sono infatti questi quelli PIÙ VISITATI DAGLI STRANIERI: americani ed inglesi, canadesi e francesi, ma anche tedeschi, polacchi e russi frequentano questi cimiteri per un fattore culturale legato, però, sempre ai personaggi che riposano in questi luoghi. Per loro, una visita sulle cripte dei personaggi che studiano o hanno studiato sui libri diventa un valore unico, legato anche alla scoperta di un’epoca, quella ottocentesca, che si esprime in maniera autentica in questi cimiteri. Basti pensare che il solo cimitero degli Inglesi di Firenze ospita ben 1409 tombe di personaggi ed autorità di 16 diverse nazioni, soprattutto inglesi. Gruppi di studenti universitari americani, coppie di giovani inglesi che per motivi romantici visitano le tombe dei poeti, famiglie di russi che cercano i propri discendenti, etc. sono

alcuni dei sempre più numerosi visitatori di questo piccolo angolo di cultura.

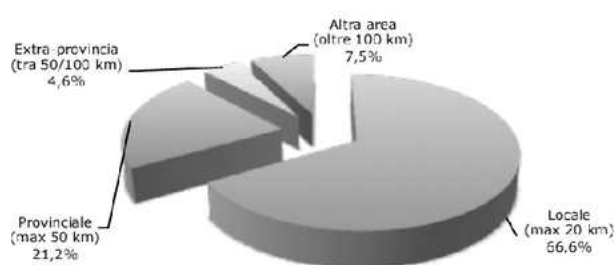
Rimane comunque bassa la quota di VISITATORI STRANIERI ai cimiteri Italiani, ed è pari al 13,2% sul totale dei visitatori (il restante 86,7% è la quota dei visitatori residenti in Italia). Se invece si considerano i soli cimiteri acattolici, la quota di visite straniere “esplode” sino a toccare il 68% del totale. Nel complesso, si tratta di visitatori provenienti soprattutto dagli Stati Uniti (24,5%) e dal Regno Unito (18,9%). Buona la quota dei tedeschi (15%); a seguire francesi (11,3%), canadesi (10,1%), polacchi (8,2%) e russi (7%).

Aree di provenienza - Estero



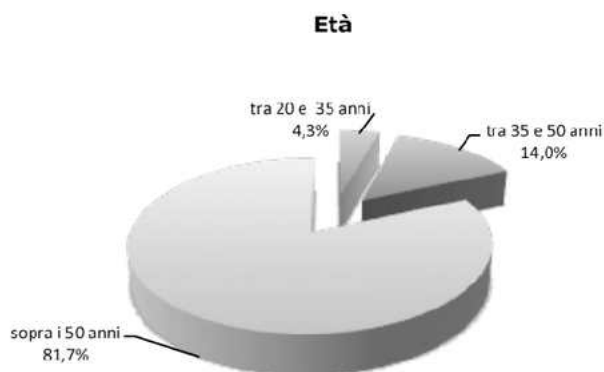
Per quanto riguarda gli ITALIANI, coloro che visitano i cimiteri a fini turistici provengono in prevalenza dal territorio (66,6%) e dall’area provinciale (21,2%), da una distanza massima di 50 km. Diminuisce la quota di coloro che giungono dall’area extra-provinciale (indicata in un *range* tra i 50 ed i 100 km), che rappresentano il 4,6% del totale dei visitatori, mentre è più interessante la percentuale di coloro che provengono da oltre 100 km (7,5%). Solo per questi ultimi si può quindi parlare di turismo, perché negli altri casi trattasi di escursionismo.

Aree di provenienza - Italia

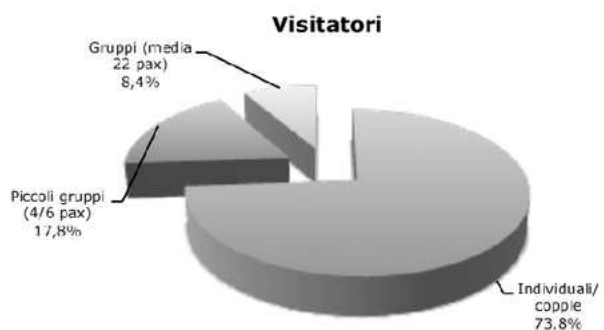


Sempre con riferimento agli Italiani, emerge che la quota dei frequentatori dei cimiteri a fini turistici sia rappresentato, PER L’81,7% DEI CASI, DA PERSONE CON UN’ETÀ SUPERIORE AI 50 ANNI. La restante quota è suddivisa tra coloro che hanno tra i 35 ed i 50 anni (14%) e quelli con un’età compresa tra i 20 ed i 35 anni (4,3%). Queste due ultime fasce di età sono quel-

le che frequentano i cimiteri, in maniera prevalente, per partecipare ad appuntamenti, eventi, spettacoli, etc., generalmente serali.



Infine, sempre con riferimento agli Italiani, LA TIPOLOGIA DI VISITATORI: si tratta in prevalenza di “visitatori individuali o in coppia” (73,8%), poi di “piccoli gruppi” (17,8%) ed, infine, di “gruppi più numerosi” per l’8,4%. Per quanto riguarda questi ultimi, vale a dire i gruppi composti in media da circa 22 persone, trattati in prevalenza di senior in gite organizzate da cral ed associazioni. Mancano, tra i target interessati alla visita ai cimiteri, le famiglie con bambini.



Si stima che i visitatori interessati a questa tematica, se ben integrata con i suoi valori culturali ed architettonici in percorsi che prevedano anche la visita a tombe di personaggi famosi, possa interessare un numero variabile tra i 350MILA ED I 400MILA ITALIANI, ma ben più interessante è l’interesse potenziale di residenti all’estero. Per loro, infatti, la visita ai cimiteri italiani è cultura, legame con i propri avi, storia della propria civiltà, etc. ed interessa oltre 7 MILIONI DI PERSONE, SE CONSIDERIAMO I SOLI PAESI DI ORIGINE ANGLOSASSONE. Nel 2013 si stima siano stati 38.000 i visitatori complessivi nei 90 cimiteri italiani di reale interesse turistico: visitatori che hanno superato, nel 2013, quota 45.000.

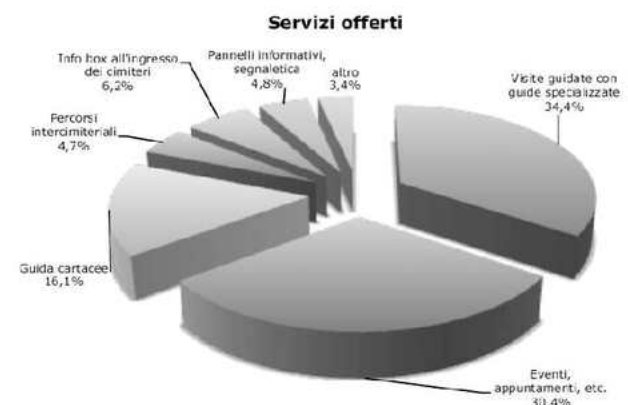
Ma i cimiteri Italiani sono pronti ad accogliere questi flussi turistici? I “gestori” di questi veri e propri musei all’aperto hanno consapevolezza delle potenzialità

offerte dal mercato? E soprattutto, offrono servizi di tipo turistico?

Dalla ricerca emerge che sono ancora pochissimi, in Italia ma anche all’estero, le “gestioni” che credono in questa opportunità, che si sono strutturate con servizi di tipo turistico e che sono in grado di monitorarne i flussi.

La difficoltà della maggior parte dei cimiteri è proprio questa: essendo aperti al pubblico, i gestori non riescono a distinguere tra coloro che frequentano il cimitero per visitare le tombe dei propri cari e coloro che, invece, hanno interessi di altro tipo (architettonico, culturale, di visita a tombe di personaggi famosi, etc.).

Tuttavia i cimiteri che si sono approcciati alla tematica turistica hanno messo a disposizione dei visitatori una serie di SERVIZI, soprattutto “visite guidate con guide specializzate” (34,4%) e “eventi, appuntamenti, incontri, etc.” (30,4%). A seguire, “guide cartacee” (16,1%), per permettere ai visitatori di prendere visione dei luoghi da non perdere. Sono stati inoltre sperimentati “percorsi di visita tra più cimiteri” (4,7%). Vi sono poi altri servizi, come ad esempio gli “info box all’ingresso dei cimiteri” (6,2%) ma anche “pannelli informativi e segnaletica” (4,8%).



In termini promozionali emerge il cimitero Staglieno di Genova, che sta predisponendo un servizio di visite con l’utilizzo di codici QR o la realizzazione di App per gli smartphone.

A margine di queste tematiche di servizio, aumentano anche ALTRE TIPOLOGIE DI RICHIESTE, quali:

- fotografi, professionisti e non, che chiedono permessi per poter eseguire *foto* all’interno dei cimiteri. In questo caso la maggior richiesta proviene dai turisti stranieri;
- regie televisive per l’utilizzo dei cimiteri quale *set cinematografico* (da Zeffirelli a Salvatores, sino a Pupi Avati) o *televisivo*, sia emittenti italiane (ad esempio la Rai) che estere (da National Geographic a Russia 1);

- organizzare *cene e barbecue*, per creare momenti davvero unici che facciano da sfondo all'addio al nubilito/celibato, in una sorta di "addio per sempre alla libertà";
- poter effettuare *matrimoni* nelle chiese interne ai cimiteri, soprattutto in quelle di grande valore architettonico (come avviene al Cimitero Santo Spirito di Palermo, dove è alta la richiesta, non esaudita, di celebrazioni di matrimoni nella Chiesa dei Vespri risalente al 1400).

Anche all'estero i cimiteri diventano veri e propri LUOGHI DI AGGREGAZIONE. Basti pensare che al cimitero Green-Wood di Brooklyn sono stati programmati dei concerti di pianoforte, mentre in altri cimiteri vengono organizzati corsi di fotografia, proiezioni di film, etc.. Il cimitero nazionale di Arlington offre ai visitatori un'app per permettere ai turisti di gestire personalmente il proprio tour tramite smartphone. Anche un matrimonio è stato celebrato al cimitero di Sleepy Hollow di New York nella notte di Halloween.

Al cimitero più "turistico" di Francia, il Père-Lachaise di Parigi, è possibile essere guidati nella visita anche da pensionati che si sono inventati questa NUOVA PROFESSIONE: guide per tour cimiteriali, accompagnando appunto gli interessati non solo a vedere l'aspetto architettonico ma anche a scoprire le tombe di Oscar Wilde, Maria Callas, Jim Morrison, Balzac, Marcel Proust, Chopin, Rossini e tanti altri personaggi.

E, come tutte le forme di turismo, anche questa SEGUE I NORMALI CANALI DI PROMOZIONE: dai siti ai comunicati stampa, dalle brochure promozionali alla promozione sui circuiti video, etc.. Vi sono alcuni cimiteri che hanno una propria programmazione turistica: ad esempio, il cimitero Staglieno di Genova ha elaborato un piano di comunicazione e promozione, in collaborazione con l'Università.

Ma oggi anche sui siti di recensione, accanto a quelli degli hotel e dei ristoranti, compaiono i giudizi e le recensioni sui servizi e sui luoghi da visitare nelle località turistiche: basta quindi cercare "cemetery" ed emergono delle recensioni per molti versi inaspettate, che vanno dal cimitero di St. Peter's di Salisburgo al cimitero Monumentale di Milano, dal Key West Cemetery in Florida allo Staglieno di Genova.

Anche i siti web di GRUPPI DI ACQUISTO inseriscono, all'interno delle loro offerte di coupon scontatissime ed accanto all'abbonamento a riviste o al cellulare di ultima generazione, le visite guidate ai cimiteri. E poi i cral e le associazioni, ma anche i Tour Operator che, sempre di più, si stanno organizzando per proporre, all'interno dei propri tour, visite guidate ai cimiteri.

Metodologia

Per la Ricerca "La seconda vita dei cimiteri – il fenomeno del turismo nei cimiteri" l'analisi è stata condotta nei periodi 1/22 ottobre 2013 e 10/19 marzo 2014 attraverso elaborazioni e stime di JFC in base alle seguenti fonti:

- Interviste telefoniche CATI (Computer Assisted Telephone Interviews) precedute da una fase di pre-testing:
 - 11 Cimiteri Europei facenti parte dell'ASCE⁽⁵⁾;
 - 6 Cimiteri Italiani facenti parte dell'ASCE;
 - 12 Cimiteri Italiani non facenti parte di alcuna associazione ma valutati come di reale interesse turistico;
 - 23 Cimiteri Italiani non facenti parte di alcuna associazione ma valutati come di potenziale interesse turistico;
 - 4 associazioni/cral italiani che organizzano viaggi, all'interno dei quali sono programmate anche visite ai cimiteri;
- Interviste on line CAWI (Computer Assisted Web Interviews) precedute da una fase di pre-testing:
 - 8 Cimiteri Europei facenti parte dell'ASCE;
 - 2 Cimiteri Italiani facenti parte dell'ASCE;
 - 11 Cimiteri Italiani non facenti parte di alcuna associazione ma valutati come di reale interesse turistico;
 - 9 Cimiteri Italiani non facenti parte di alcuna associazione ma valutati come di potenziale interesse turistico;
- Interviste dirette PAPI (Paper and Pencil Interview) precedute da una fase di pre-testing:
 - 174 visitatori italiani che hanno frequentato i 5 cimiteri italiani considerati i più rilevanti a fini turistici. Interviste esterne al cimitero, prima della partenza dei visitatori;
 - 121 visitatori stranieri che hanno frequentato i 5 cimiteri italiani considerati i più rilevanti a fini turistici. Interviste esterne al cimitero, prima della partenza dei visitatori;
- Questionario compilato dai visitatori, realizzato dall'Istituto Bologna Musei, e somministrato ai visitatori del cimitero monumentale della Certosa;
- Ricerca on line dei siti e delle informazioni sul turismo nei cimiteri;
- Rilevazione su sito dell'ASCE;
- Elaborazioni fonti varie (dichiarazioni, comunicati stampa, articoli, etc.);
- Banca dati JFC.

La selezione dei cimiteri a livello mondiale è stata effettuata considerando quelli Monumentali e quelli che, pur non essendo tali, hanno al proprio interno valori architettonici e storici tali da poter generare una visita. Sono stati anche considerati i cimiteri che ospitano personaggi famosi, mentre sono stati esclusi tutti quei cimiteri che non hanno nessuna delle due caratteristiche indicate. Per la selezione dei cimiteri considerati di "potenziale interesse turistico" in Italia è stato definito un apposito sistema di analisi basato su 14 criteri strutturali e 12 criteri immateriali.

La Ricerca "La seconda vita dei cimiteri – il fenomeno del turismo nei cimiteri" è stata realizzata da:

JFC srl – Palazzo Bandini – Via XX Settembre, 29 – Faenza (RA) – tel. 0546 668557 – info@jfc.it – www.jfc.it

Diritti di traduzione, memorizzazione elettronica, riproduzione e adattamento, totale o parziale con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi. Per informazioni: info@jfc.it

(* Amministratore unico JFC Tourism & Management s.r.l., Faenza (RA)

⁽⁵⁾ Association of Significant Cemeteries in Europe.