



Consult@zione Pubblica
Progetto Cammini e Percorsi
SINTESI DEI RISULTATI

Sommario

La Consult@zione pubblica: prime evidenze sugli utenti

Analisi dei dati utenti italiani

- La profilazione degli utenti
- Le abitudini e la partecipazione al progetto
- Il turismo lento
- La filosofia del progetto “Cammini e percorsi”
- Le manifestazioni di interesse ai beni

Analisi dei dati utenti stranieri

... Alcune riflessioni conclusive

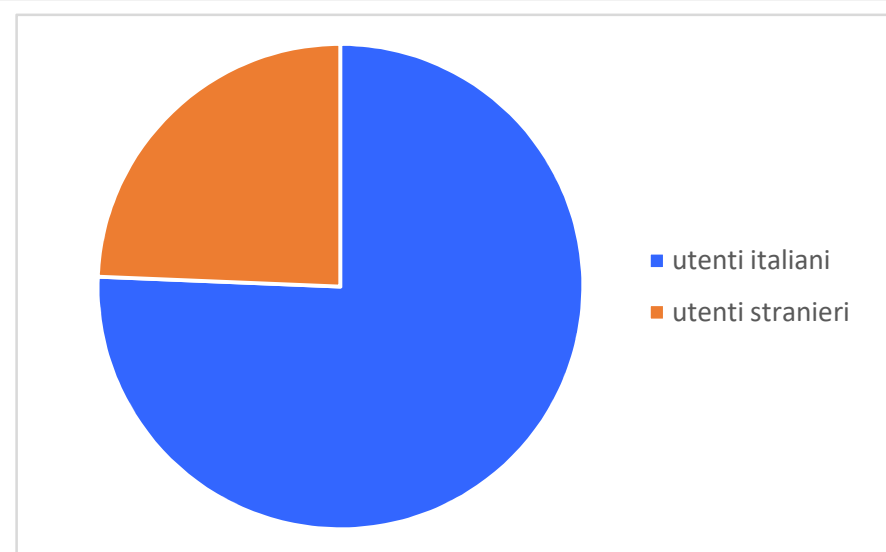
La consult@zione pubblica: prime evidenze sugli utenti

Numero totale di questionari inviati (italiani + stranieri): 24.632 !

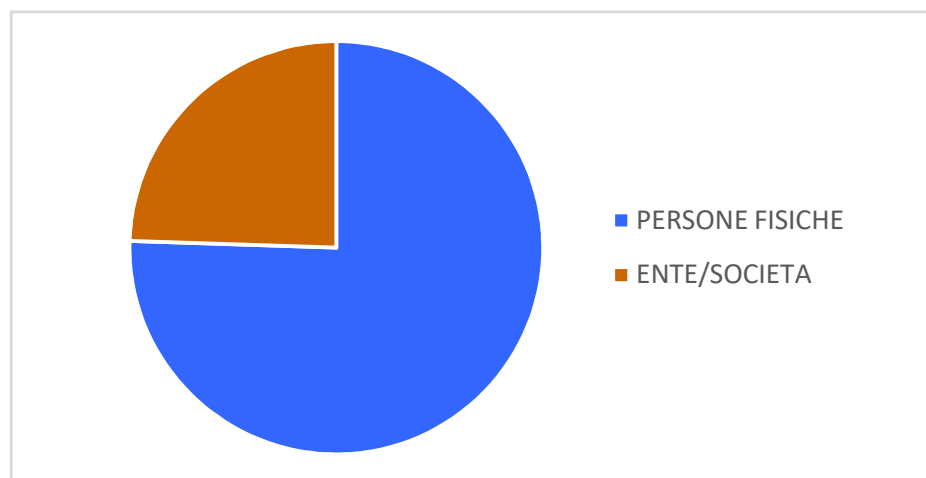
→ utenti italiani: **18.634**(76%)

→ utenti stranieri: **5.998**(24%)

Numero di e-mail raccolte attraverso la casella postale info@camminiepercorsi.it: **2.128**



Partecipanti in qualità di persona fisica o ente / società (*italiani + stranieri*):



→ Numero e % persone fisiche: **18.601** (76%)

→ Numero e % di enti / società: **6.031** (24%)

Partecipanti in qualità di persone fisica o ente / società (*solo italiani*):

→ Numero e % di persone fisiche: **14.739** (79%)

→ Numero e % di enti / società: **3.895** (21%)

Partecipanti in qualità di persone fisica o ente / società (*solo stranieri*):

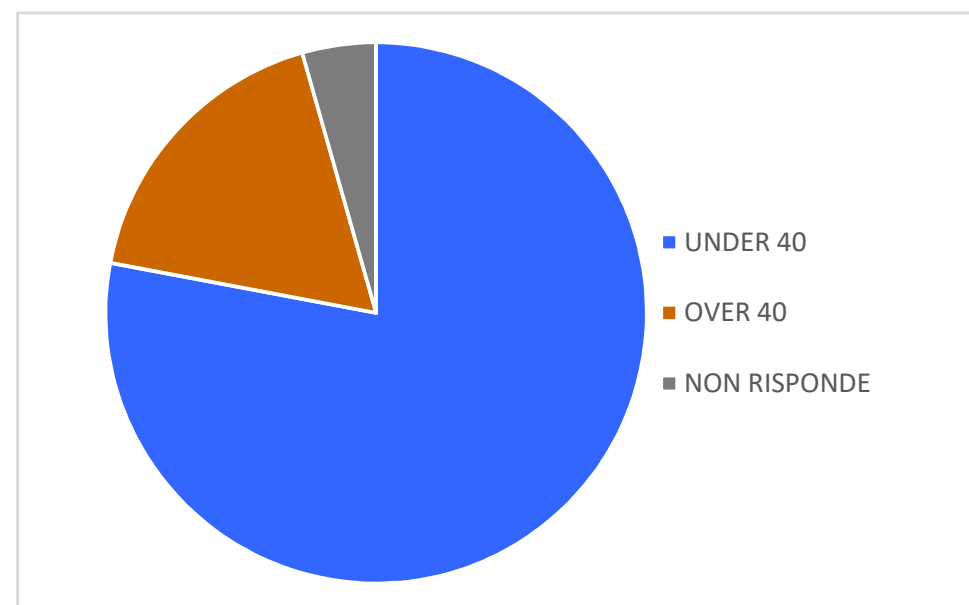
→ Numero e % di persone fisiche: **3.862** (64%)

→ Numero e % di enti / società: **2.136** (36%)

Le classi di età (*italiani + stranieri, solo persone fisiche*)

Età (*italiani + stranieri*):

- Under 40: **19.205** (78%)
- Over 40: **4.341** (18%)
- Non risponde: **1.086** (4%)



Età (*solo italiani*):

- Under 40: **11.378** (77%)
- Over 40: **2.266** (15%)
- Non risponde: **1.095** (8%)

Età (*solo stranieri*):

- Under 40: **4.740** (79%)
- Over 40: **1.158** (19%)
- Non risponde: **100** (2%)

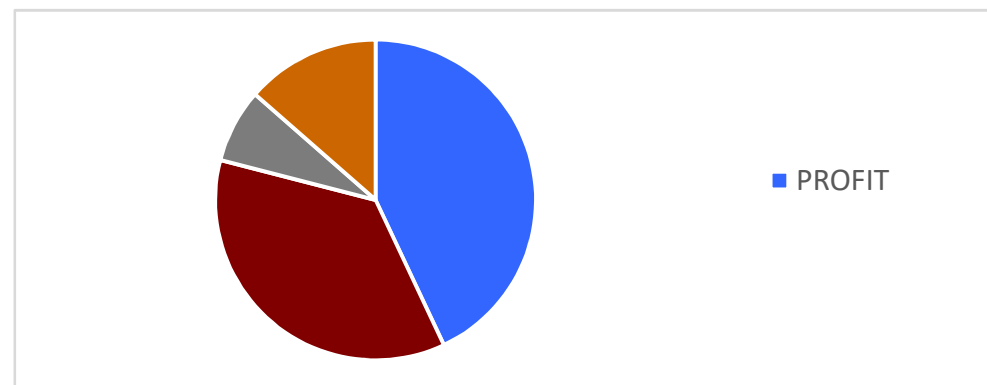
Analisi dei dati - utenti italiani -



La profilazione degli utenti

Se partecipante in qualità di ente / organizzazione, indicare tipo di organizzazione:

- Profit: **1.673** (43%)
- No profit: **1.401** (36%)
- Altro: **289** (7%)
- Non risponde: **532** (14%)



Se partecipante in qualità di organizzazione profit: → Società di capitali: **686** (41%); → Società di persone: **930** (56%); → Non risponde: **57** (3%)

Se partecipante in qualità di organizzazione no profit: → Associazione: **984** (70%); → Cooperativa Sociale: **163** (12%); Org. di volontariato: **65** (5%); ...

Partecipazione al questionario, residenza utenti:
→ Lombardia: **2.966**; → Lazio: **2.754**; Puglia: **1.927**

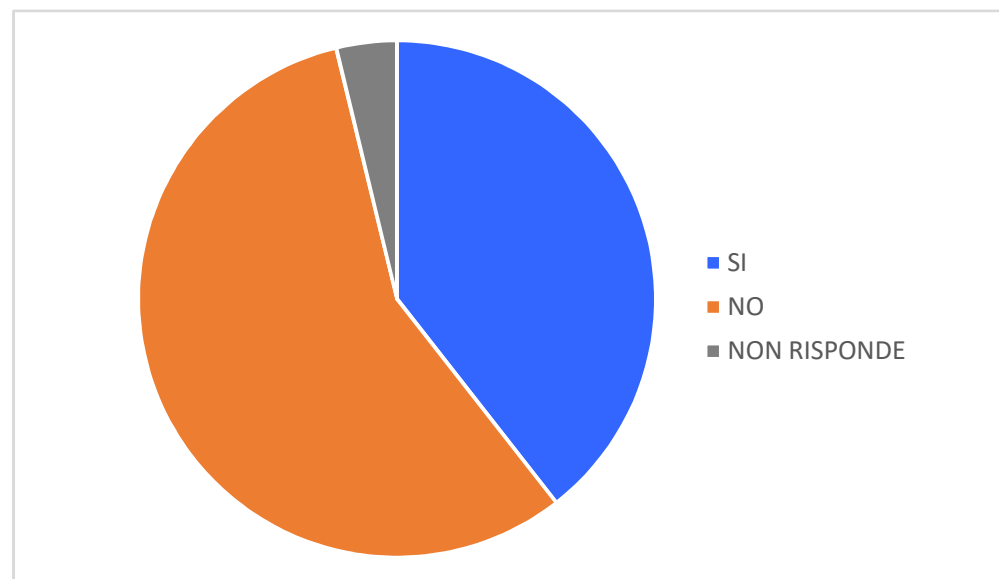
Le abitudini e la partecipazione al progetto: l'analisi dei dati

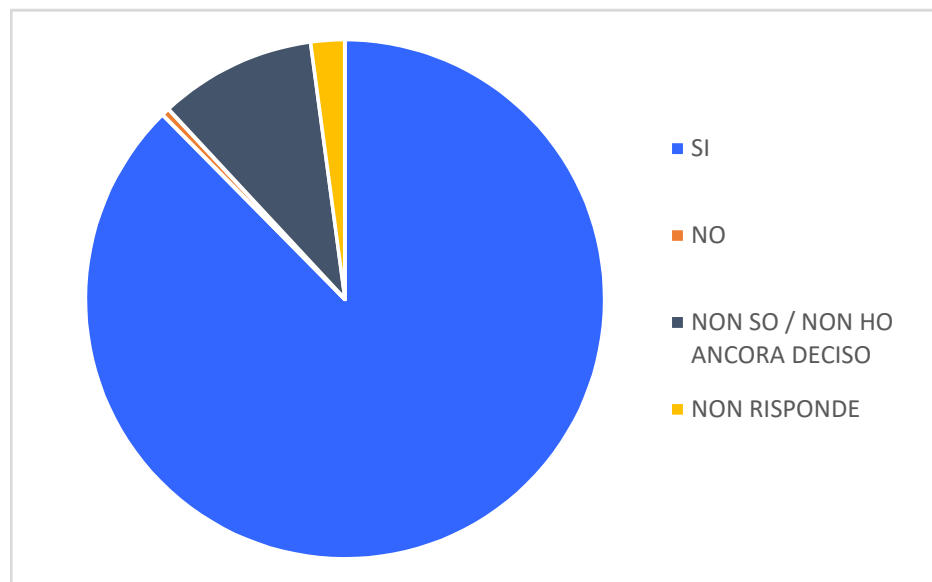
Svolgi già attività (profit o no-profit) negli ambiti del turismo, cultura, ambiente?

→ SI: **7.347** (39%)

→ NO: **10.582** (57%)

→ Non risponde: **705** (4%)





Sei interessato a partecipare a uno dei bandi previsti prossimamente nell'ambito del progetto CAMMINI E PERCORSI per la concessione degli immobili pubblici?

→ SI: **16.321** (88%)

→ NO: **95** (0%)

→ Non so / non ho ancora deciso: **1.822** (10%)

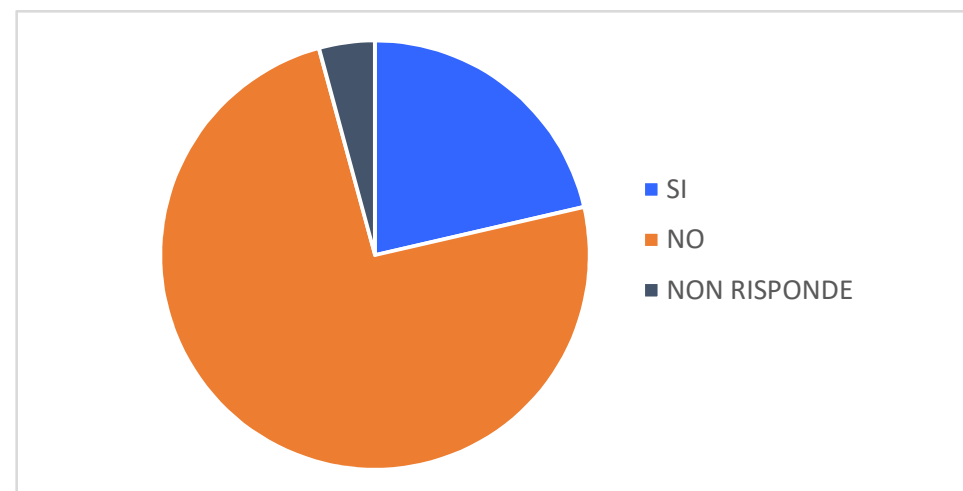
→ Non risponde: **396** (2%)

Hai già partecipato a bandi di concessione nei quali fosse necessaria la redazione di un Business Plan?

→ SI: **3.988** (22%)

→ NO: **13.862** (74%)

→ Non risponde: **784** (4%)

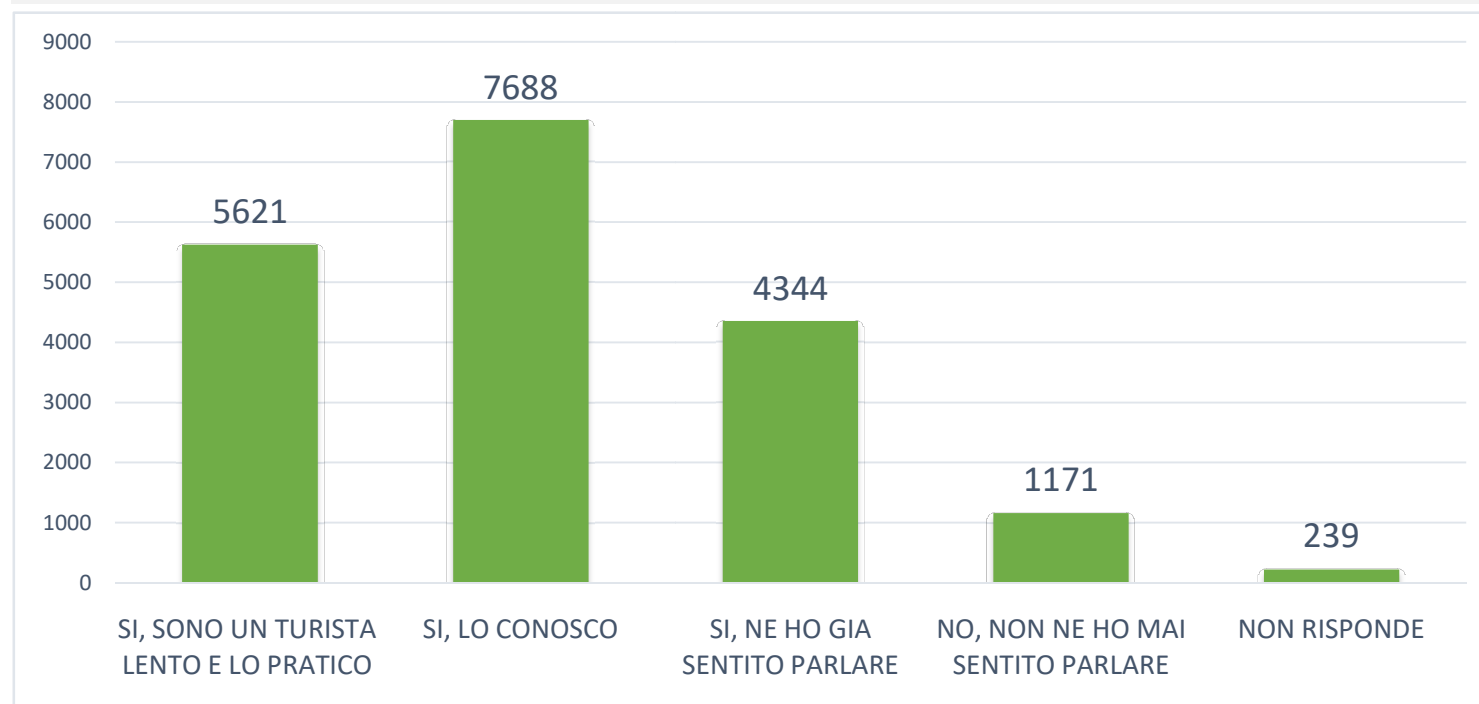


... APPASSIONATI MA NON ESPERTI?

- ❖ *Forte interesse strumenti di **concessione gratuita e di valorizzazione** (92% e 83%)*
- ❖ *Forte interesse nel **partecipare ai bandi** previsti dal progetto “Cammini e percorsi” (88%)*
- ❖ *Elevata percentuale di utenti che dichiara di **non svolgere attività nel turismo, cultura e ambiente** (57%)*
- ❖ *Preponderante percentuale di **utenti under 40** (77%)*
- ❖ *Preponderante percentuale di utenti che non **hanno mai partecipato a bandi di concessione con redazione di un **Business Plan**** (74%)*

Il turismo lento

Conosci il mondo del turismo lento?



→ Sì, sono un turista lento e lo pratico:
5.621

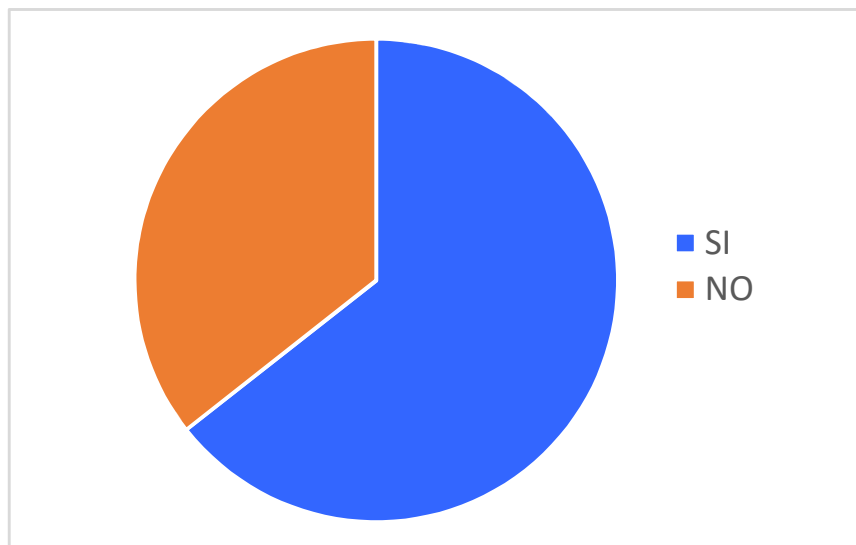
→ Sì, lo conosco:
7.688

→ Sì, ne ho già sentito parlare: **4.344**

→ No, non ne ho mai sentito parlare: **1.171**

→ Non risponde: **239**

Il confronto tra questa domanda (**5.621 utenti** affermano “*Sì, sono un turista lento e lo pratico*”) e la successiva (**11.999 utenti** dichiarano di *aver già frequentato itinerari storico-religiosi e/o pedonali*) dimostra come la **percezione generale del mondo del turismo lento sia a tratti piuttosto sfocata**. Infatti, a riprova, circa 6.000 utenti hanno frequentato itinerari ma NON si considerano “turisti lenti”, vi è quindi una **consapevolezza parziale** del tema.



Hai già frequentato itinerari storico-religiosi e/o ciclopedonali? (domanda obbligatoria)

→ **SI: 11.999 (64%)**

→ **NO: 6.635 (36%)**

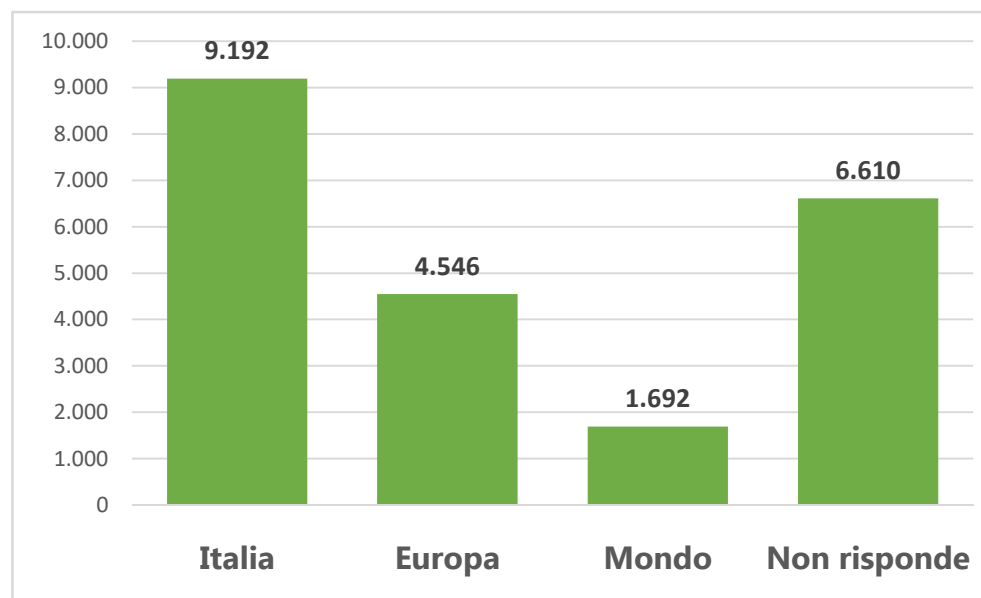
Se hai frequentato itinerari storico-religiosi e/o ciclopedonali, dove? (Possibili più risposte)

→ Italia: **9.192**

→ Europa: **4.546**

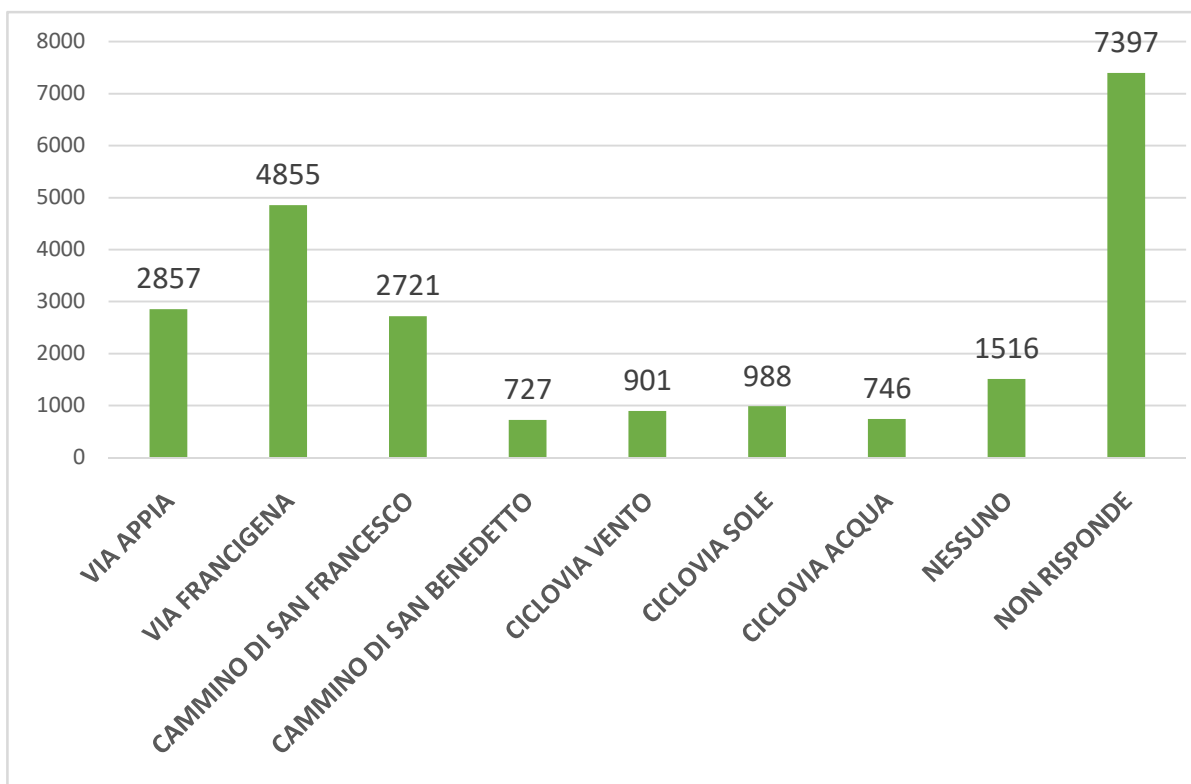
→ Mondo: **1.692**

→ Non risponde: **6.610**



Se in Italia, quali itinerari storico-religiosi e/o ciclovie hai percorso? *(Possibili più risposte)*

→ Via Appia:**2.857**
 → Via Francigena:**4.855**
 → Cammino di San Francesco:**2.721**
 → Cammino di San Benedetto:**727**
 → Ciclovie VEnTO:**901**
 → Ciclovie SOLE:**988**
 → Ciclovie ACQUA:**746**
 → Nessuno:**1.516**
 → Non risponde:**7.397**

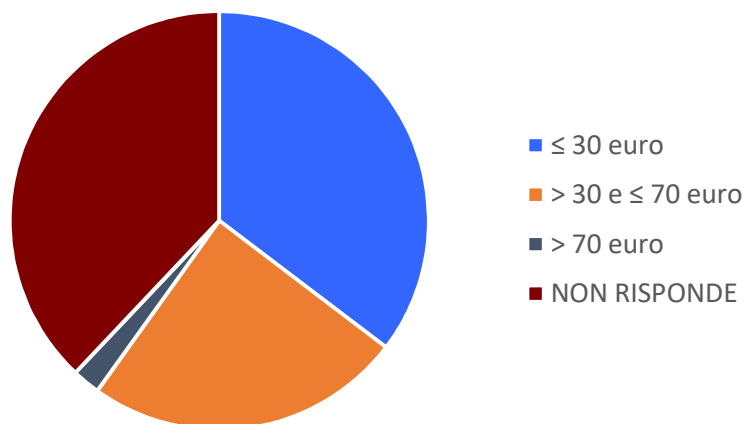
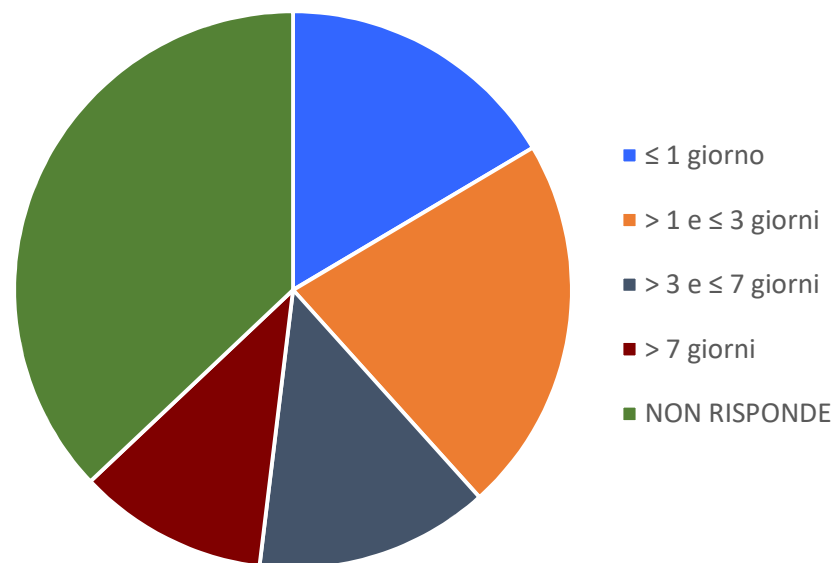


Categoria “Altro”: Via Romea; Sentiero degli dei; Cammino di Santiago (... non in Italia!); Cammino dei briganti.

...in quali modalità li hai percorsi? *(Possibili più risposte)*: → A piedi:**8.851**
 → In bicicletta:**5.265**

Se hai frequentato itinerari storico-religiosi e/o ciclopedonali, in media quanto sono durate le tue esperienze?(max 1 risposta)

≤ 1 giorno: **3.070** (16%)
 > 1 e ≤ 3 giorni: **4.075** (22%)
 > 3 e ≤ 7 giorni: **2.530** (14%)
 > 7 giorni: **2.057** (11%)
 Non risponde: **6.902** (37%)



Se hai frequentato itinerari storico-religiosi e/o ciclopedonali, quanto hai speso in media al giorno?(max 1 risposta)

≤ 30 euro: **6.585** (35%)
 > 30 e ≤ 70 euro: **4.578** (25%)
 > 70 euro: **403** (2%)
 Non risponde: **7.068** (38%)

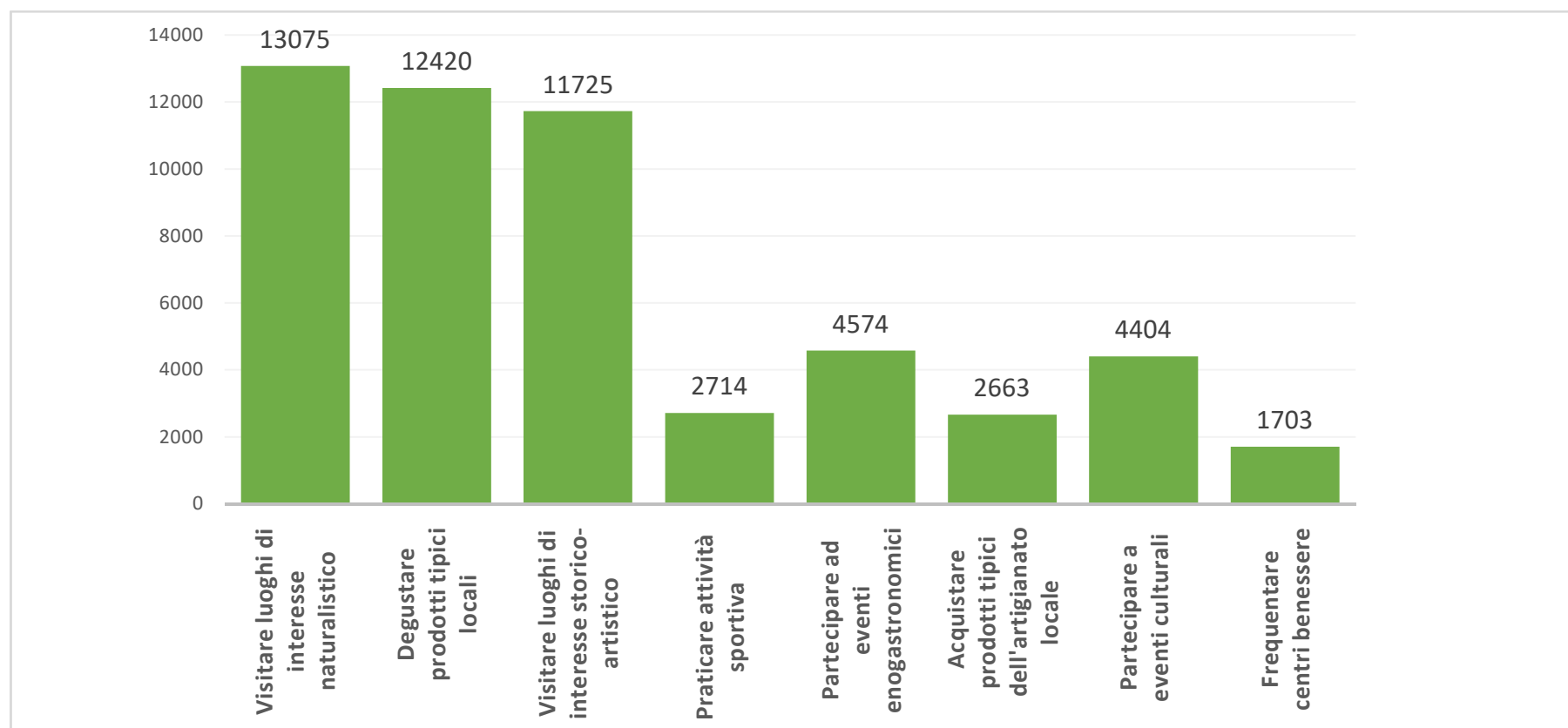
... saresti comunque interessato a percorrerlo in futuro? → SI: 11.001 (59%)

... **UNA DOMANDA INNOVATIVA?**

- Conoscenza un po' sfocata, **comunque 64% ha seguito un percorso \ cammino**
- **Fare turismo lento non significa fare esperienze di lunga durata** (38% < 3 gg), si fanno **più esperienze in diversi momenti**
- Spesa **limitata**, preponderanza **piedi + bicicletta**
- **Centralità della qualità** (qualità attesa \ erogata \ percepita \ vissuta) **dei servizi**
- Si confermano tendenze note (CFR anche Programma Bandiere Arancioni TCI),
 - **vacanze attive** e dinamiche
 - con **esperienza diretta con luoghi e persone** (viaggiatori e/o comunità locali).
 - con ricerca del **locale e del tipico**, ricerca di **ambiti decentrati e minori**.
- **Motivazioni** maggiori sono **cultura + esperienza alternativa + staccare dalla routine**,
- **Si viaggia poco come famiglia e coi bambini**, sono più viaggiatori **individuali**, raramente intermediati anzi **autonomi nell'organizzazione**,
- ... tra i **servizi aggiuntivi** (oltre pernottamento + vitto) potenzialmente disponibili nelle strutture (dagli orari flessibili al trasporto bagagli), ne userebbero pochi e molto concreti: **lavanderia e wi fi** sono i più richiesti (Centro Studi TCI 2015, Survey sulla via Francigena).

La filosofia del progetto “CAMMINI E PERCORSI”

Quali **attività ti piace o ti piacerebbe praticare lungo il tuo itinerario storico-religioso o ciclo-pedonale?** **(max 3 risposte)*

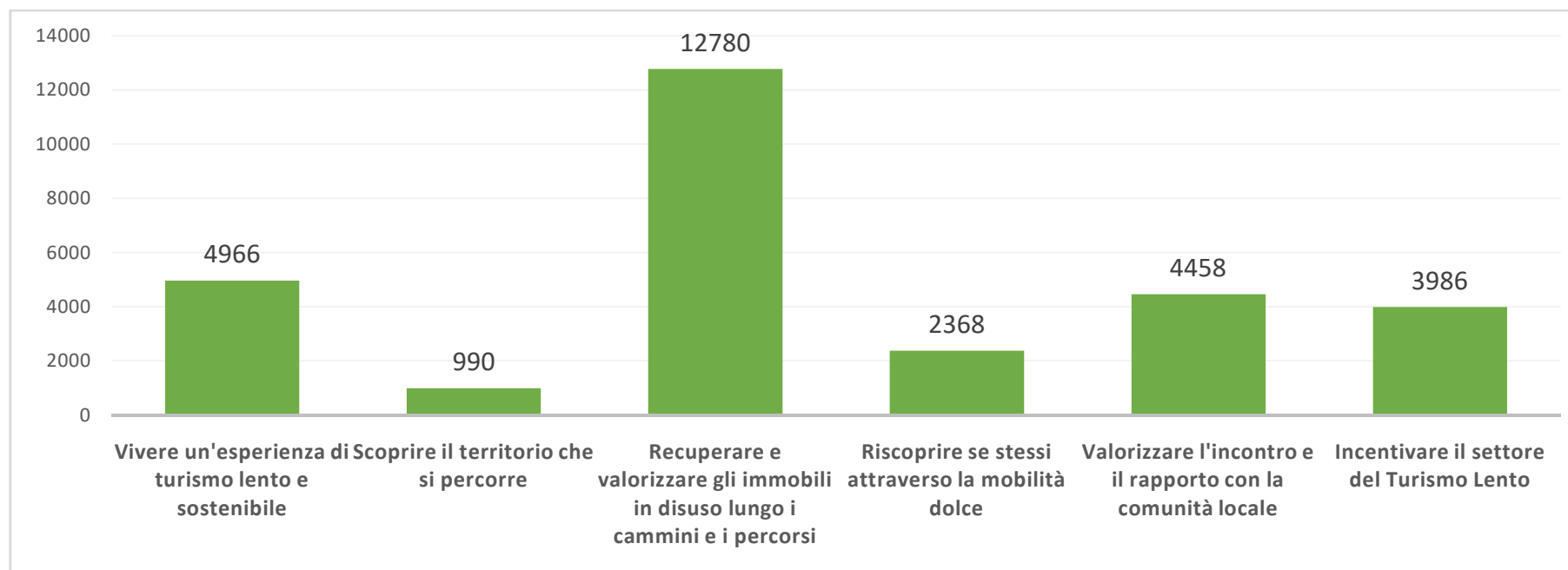


* La categoria “Altro” è analizzata nella pagina seguente

Attività più ricorrenti che agli utenti piacerebbe svolgere

- ❖ CONOSCENZA E CONTATTO CON LA GENTE DEL LUOGO
 - **storie del posto** attraverso le testimonianze della gente locale
 - relazioni interpersonali con gente locale e conoscere i "**genius loci**" dei luoghi che sto attraversando
 - ... tutti i nostri sensi per esaltare il **valore esperienziale, vita quotidiana delle comunità ospitanti**
- ❖ SPIRITUALITÀ (meditazione, yoga)
 - Partecipare ad attività per elevazione spirituale e **momenti di spiritualità**
 - Percorrere itinerari spirituali, visitare luoghi di interesse spirituale / olistici
 - Attività ad hoc per vivere il Cammino fisico anche come **Cammino spirituale**
- ❖ SEGMENTI PARTICOLARI DELLA DOMANDA (bambini, famiglie, anziani, diversamente abili)
 - Attività per i bambini ludico-conoscitive e aree disabili attrezzate
 - Visitare realtà del posto, dove i più "piccoli" (bambini, disabili, anziani) hanno la parola
 - Partecipare a visite guidate specifiche per bambini
- ❖ EDUCAZIONE AMBIENTALE
 - Proporre corsi di educazione e sensibilizzazione ambientale
 - Gite per scolaresche per sensibilizzare al rispetto dell'ambiente e degli animali
- ❖ LABORATORI (artigianali, artistici, culinari)
 - laboratori e momenti di confronto sul modo di vivere consapevole in sintonia con l'ambiente
 - Laboratori con le persone del luogo

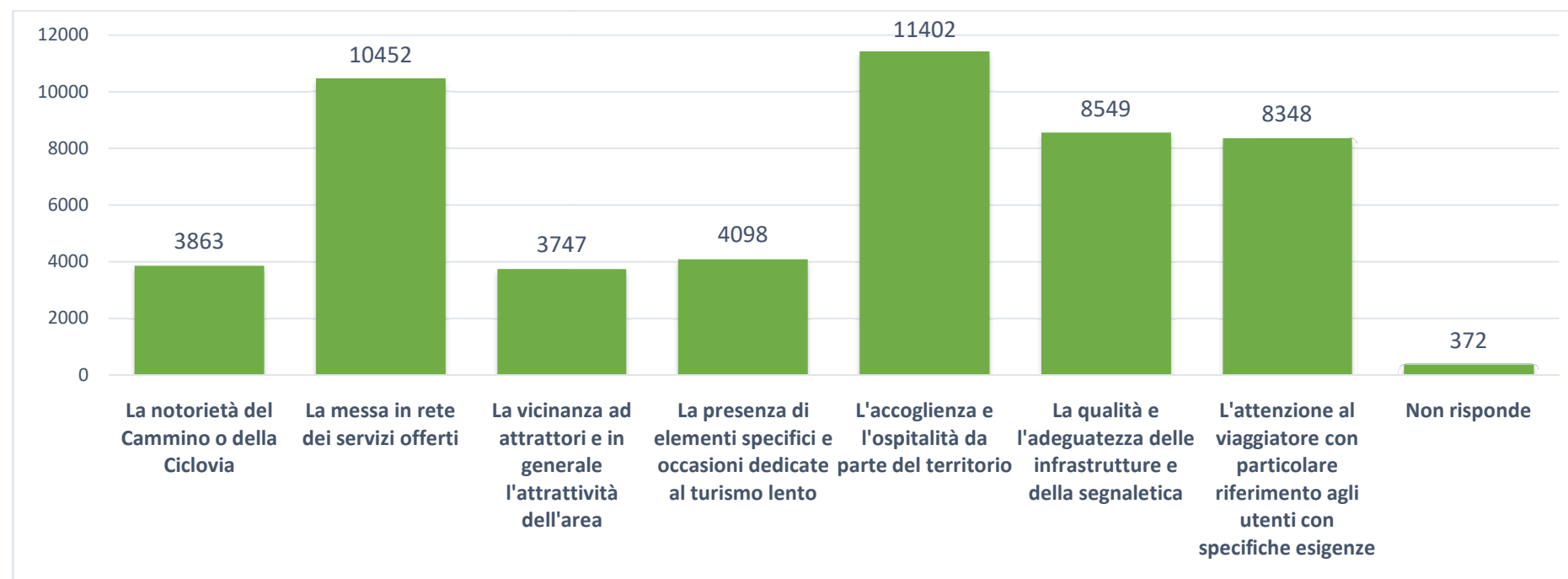
Che cosa condividi degli **obiettivi legati alla filosofia** del progetto CAMMINI E PERCORSI? (domanda obbligatoria, max 3 risposte)



Indica altri obiettivi legati alla filosofia del progetto “CAMMINI E PERCORSI” che ritieni importanti:

- ❖ Sentirsi a contatto con se stessi e con la propria terra e trovare spiritualità, la comunità locale
- ❖ Rivalutare vecchie abitudini come il muoversi a piedi e riscoprire il **valore del tempo**
- ❖ Il recupero di vecchi immobili è un gesto **d'amore verso il territorio**. La valorizzazione di aree ancora difficilmente note fa sì che ci sia una distribuzione maggiore di risorse e ricchezze.
- ❖ Riscoprire il **senso delle cose** attraverso il camminare

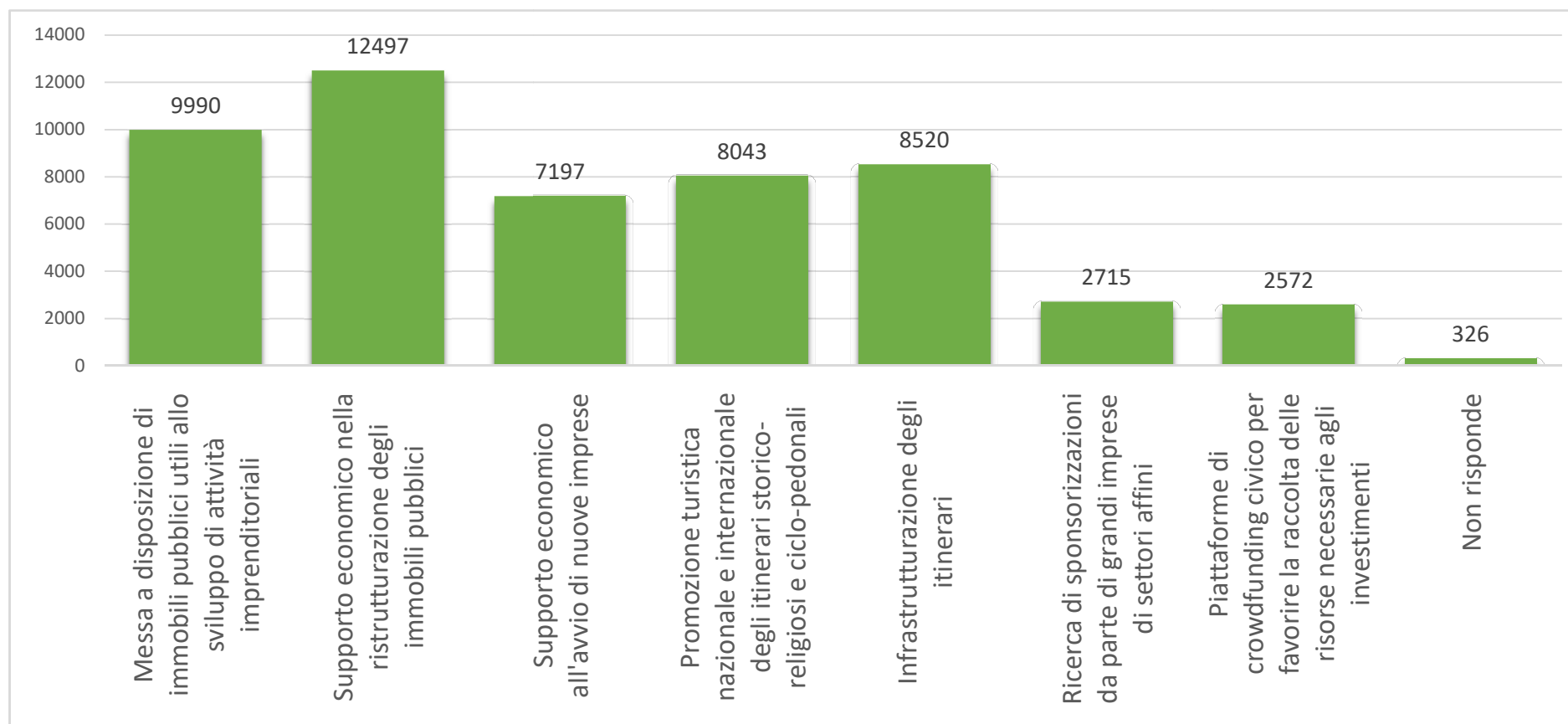
Quali ritieni siano gli elementi principali per la creazione del prodotto turistico CAMMINI E PERCORSI, basato anche sul recupero dei beni a fini turistico-culturali-sociali e la valorizzazione del territorio?(max 3 risposte)



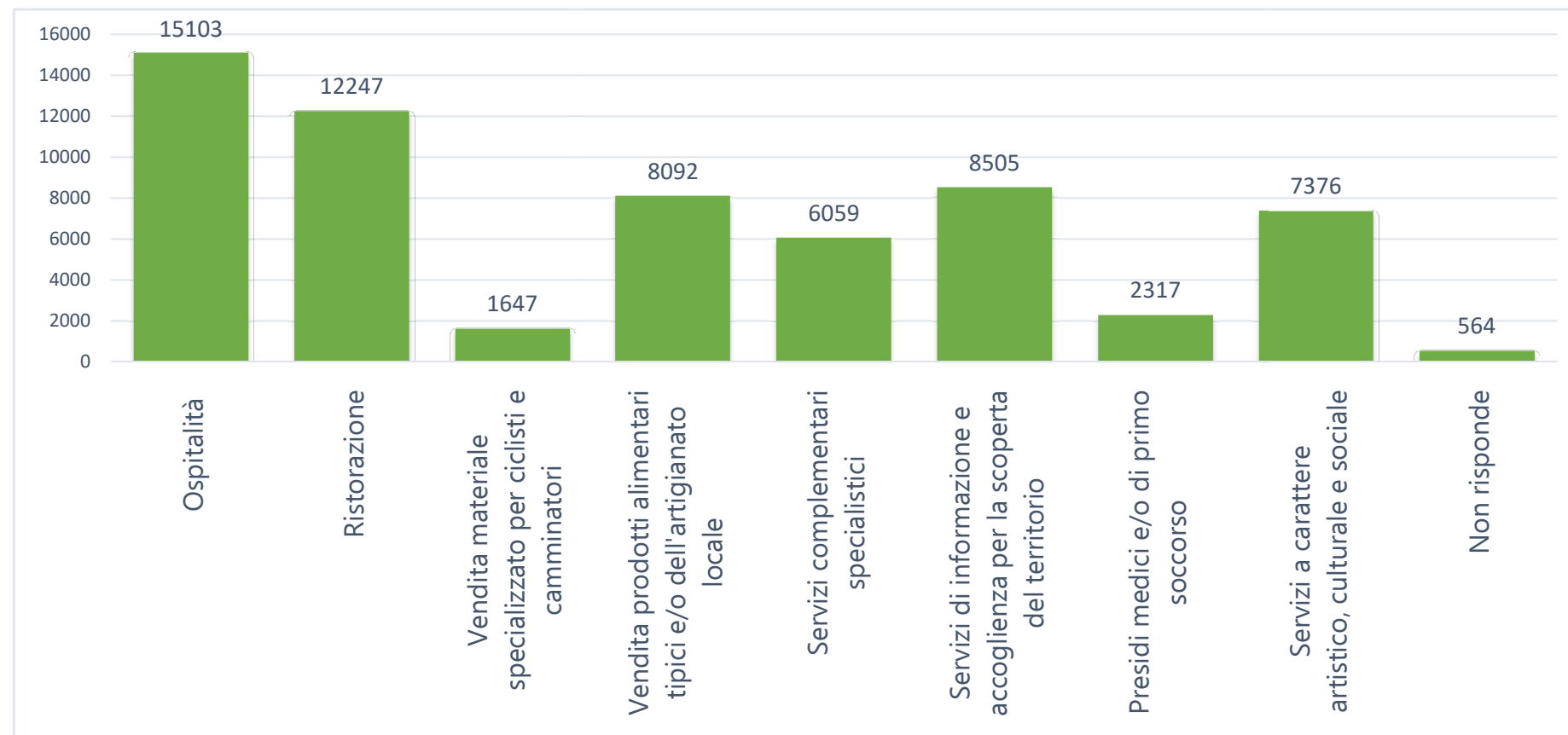
ALTRO

- ❖ L'accessibilità, l'animazione territoriale, l'autenticità delle esperienze e l'eliminazione delle barriere architettoniche
- ❖ **Diversificazione dell'offerta** turistica per l'incoming e la partecipazione ad attività della comunità locale ospitante

In quali dei seguenti ambiti ritieni maggiormente **importante l'intervento della pubblica amministrazione ai fini dello sviluppo del progetto CAMMINI E PERCORSI (max 3 risposte):**



Il progetto CAMMINI E PERCORSI vuole promuovere lo sviluppo di attività e servizi di supporto ai viaggiatori lenti (turisti, camminatori, pellegrini e cicloturisti) che percorrono gli itinerari. Indica gli ambiti di maggiore interesse riguardo la tua eventuale idea di servizio lungo i tracciati scelti*(max4 risposte):



* La categoria “Altro” è analizzata nella pagina seguente

Attività più ricorrenti che agli utenti piacerebbe svolgere (analisi categoria “Altro”)

❖ ACCOGLIENZA DIFFUSA

- Servizio completo di ristoro, dal riposo alla possibilità di assaggiare piatti tipici, pochi coperti per un servizio ottimale, fino alla possibilità di organizzare attività di gruppo e per famiglie, quali visite tematiche e workshop
- Accoglienza e assistenza *pellegrini* nella struttura alberghiera e ristorazione
- Stazione turistica con servizi a 360° per il viaggiatore, dall'ospitalità, ristorazione, servizi tecnici, info e connessione
- Luogo di ristoro non solo fisico ma mentale,

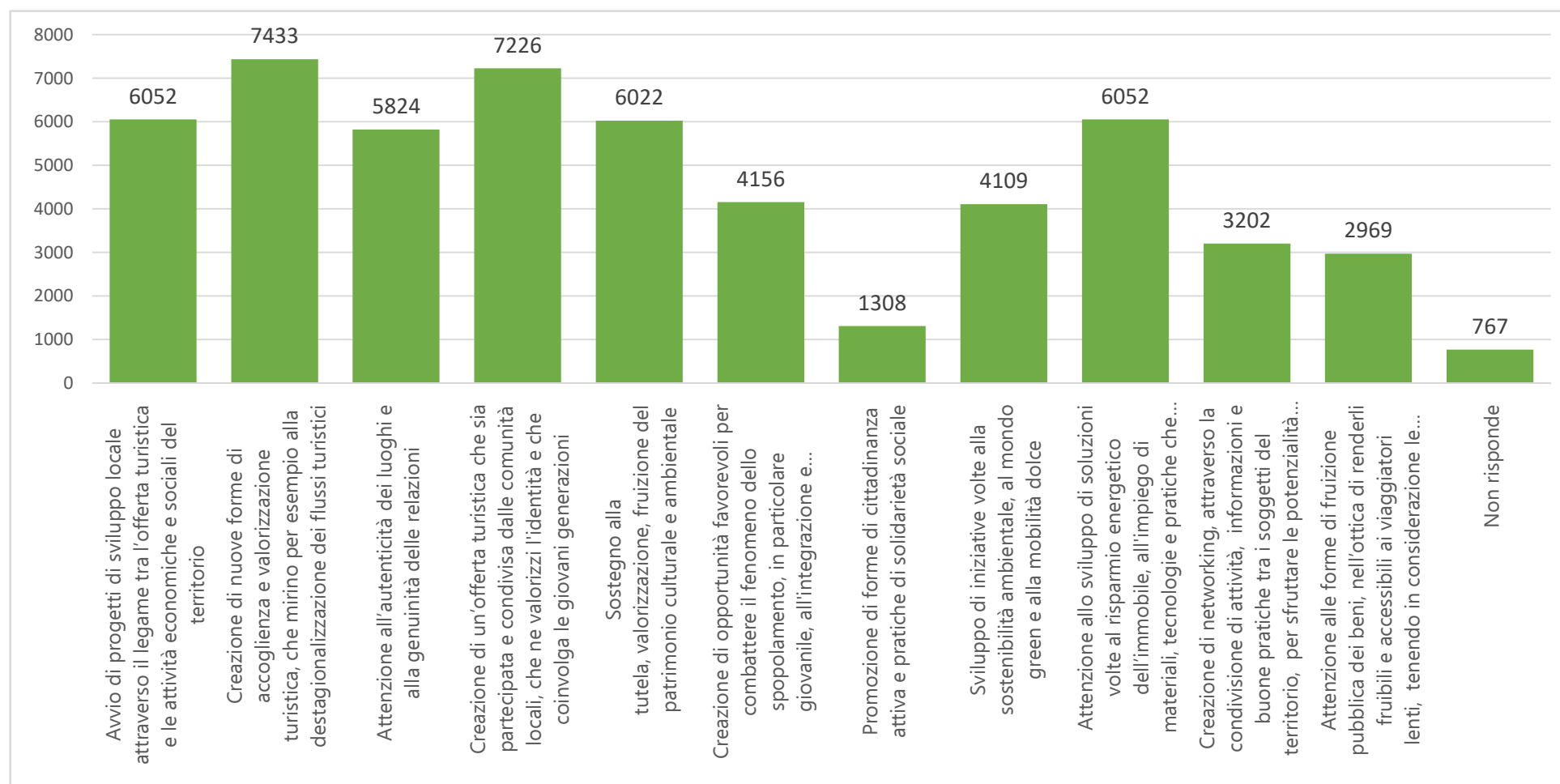
❖ ANIMAZIONE TERRITORIALE

- Attività culturali, musicali, agricole-zoologiche anche da offrire come esperienze di ristoro e riscoperta
- Attività di ricerca spirituale (meditazione, yoga, momenti di condivisione sul senso del cammino, counseling)
- Cibo lento, attività sperimentali in linea con lo sviluppo di un turismo esperienziale
- Attività didattiche specifiche per i bambini e le famiglie

❖ FORMAZIONE (corsi, workshop, visite guidate, ecc.)

- Promozione ed educazione sostenibilità ambientale; centro educativo con offerta di corsi su piante medicinali del territorio e sue applicazioni; servizio di percorsi naturalistici guidati
- Centro equestre con guide specializzate

Il progetto “CAMMINI E PERCORSI” vuole promuovere e considerare premianti le progettualità volte alla valutazione dell’opportunità turistica e all’innovatività turistica, culturale e sociale. Indica gli ambiti di maggiore interesse riguardo la tua eventuale idea di servizio lungo i tracciati scelti(max 3 risposte):



... **UNA FILOSOFIA CONDIVISA!**

- Mix di attrattori **naturalistici + culturali + offerta enogastronomica**.
- Attenzione anche al **genius loci** e al vivere **storie** del posto.
- Lato **prodotto** gli **elementi principali** attesi sono **accoglienza e ospitalità da parte del territorio**
- Messa in **rete** dei servizi, prima ancora che la qualità di infrastrutture e segnaletica.
- I **servizi**: ospitalità + ristorazione, poi servizi **di informazione e accoglienza territoriale** e vendita di prodotti tipici (possibili fonti di **ulteriore ricavo**).
- **Sosta**: elementi di esperienza **e valore sia per il corpo oltre che per la mente**, come nel **cammino**.
- Sfumatura di **sharing economy**, reale valore aggiunto e impatto sulla sostenibilità economica?
- Elementi di **innovazione** sono visti dagli utenti nell'ospitalità diffusa, nel rapporto con la comunità locale, nella **autenticità dei luoghi e delle relazioni attivabili** nell'esperienza.

Le manifestazioni di interesse ai beni

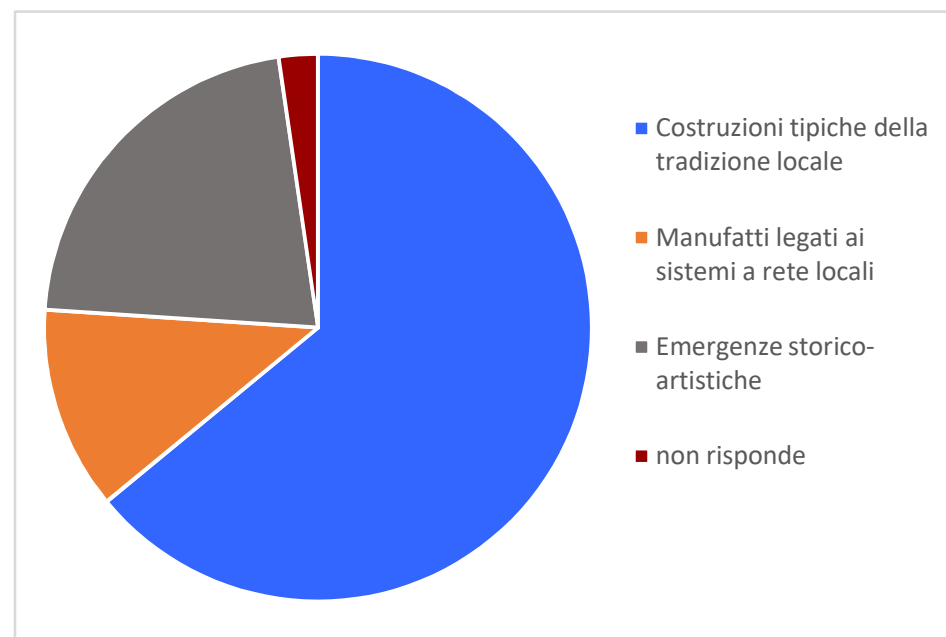
Quali tipologie di beni ritieni maggiormente interessanti in ottica di recupero e riuso a fini turistico-culturali (*max 1 risposta*)?

→ Costruzioni tipiche della tradizione locale: **11.934** (64%)

→ Manufatti legati ai sistemi a rete locali: **2.236** (12%)

→ Emergenze storico-artistiche: **4.035** (22%)

→ Non risponde: **429** (2%)



Interesse raccolto per ogni bene (in ordine decrescente a partire dal bene che ha riscosso più successo)

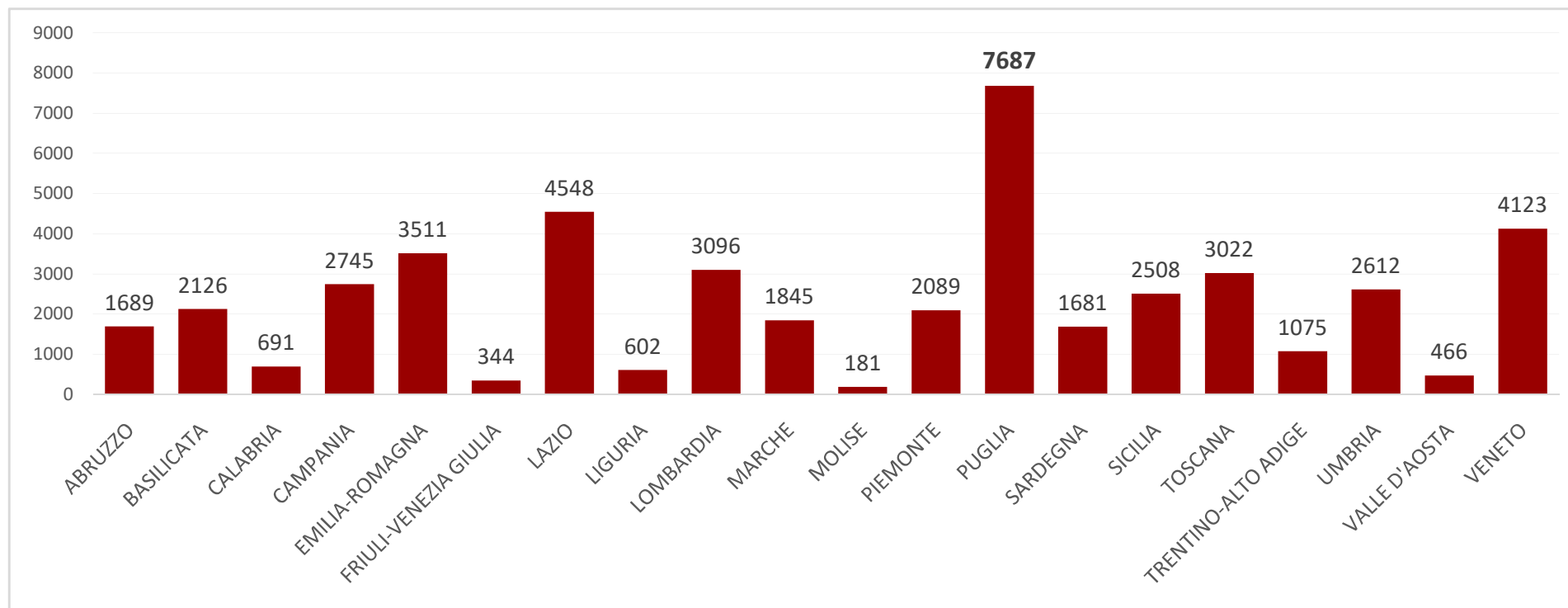
Regione Toscana, LU, Comune di Lucca: Fabbricato Rustico	2174
Regione Lazio, VT, Comune di Blera: Castello di Blera	2006
Regione Lombardia, PV, Comune di Certosa di Pavia: Molino	1737
Regione Puglia, LE, Comune di Ugento: Masseria Cocola	1724
Regione Campania, SA, Comune di Salerno: Torre Angellara	1303
Regione Marche, MC, Comune di Recanati: Castello di Montefiore	1216
Regione Umbria, PG, Comune di Spoleto: Fortilizio dei Mulini	1139
Regione Lazio, LT, Comune di Latina: Rustico Casa Cantoniera	986
Regione Puglia, BR, Comune di Fasano: Colonia Bianchi	933
Regione Puglia, BR, Comune di Fasano: Colonia Coppolicchio	930
Regione Veneto, VR, Comune di Castelnuovo del Garda: Fabbricato con tettoia	889
Regione Veneto, VR, Comune di Valeggio sul Mincio: Stazione di Borghetto	863
Regione Toscana, PT, Comune di Pistoia: Fabbricato residenziale	848

TOP TEN

Beni che hanno
riscosso più
successo tra gli
utenti del
questionario!

* La presente tabella è il risultato della somma non ponderata delle scelte nel questionario.

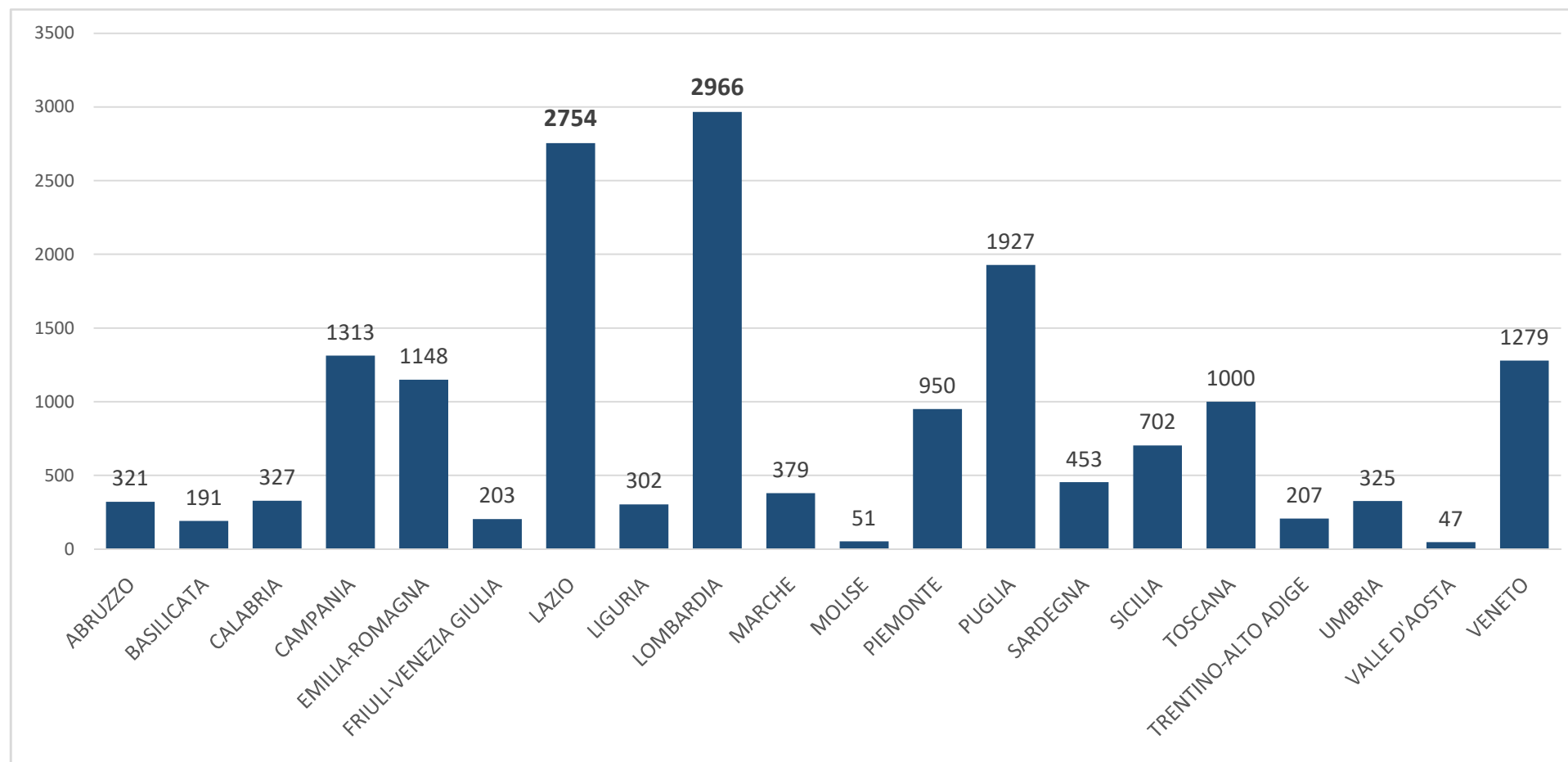
N. di interesse manifestato per regione (A prescindere dalla provenienza dell'utente che ha compilato il questionario)



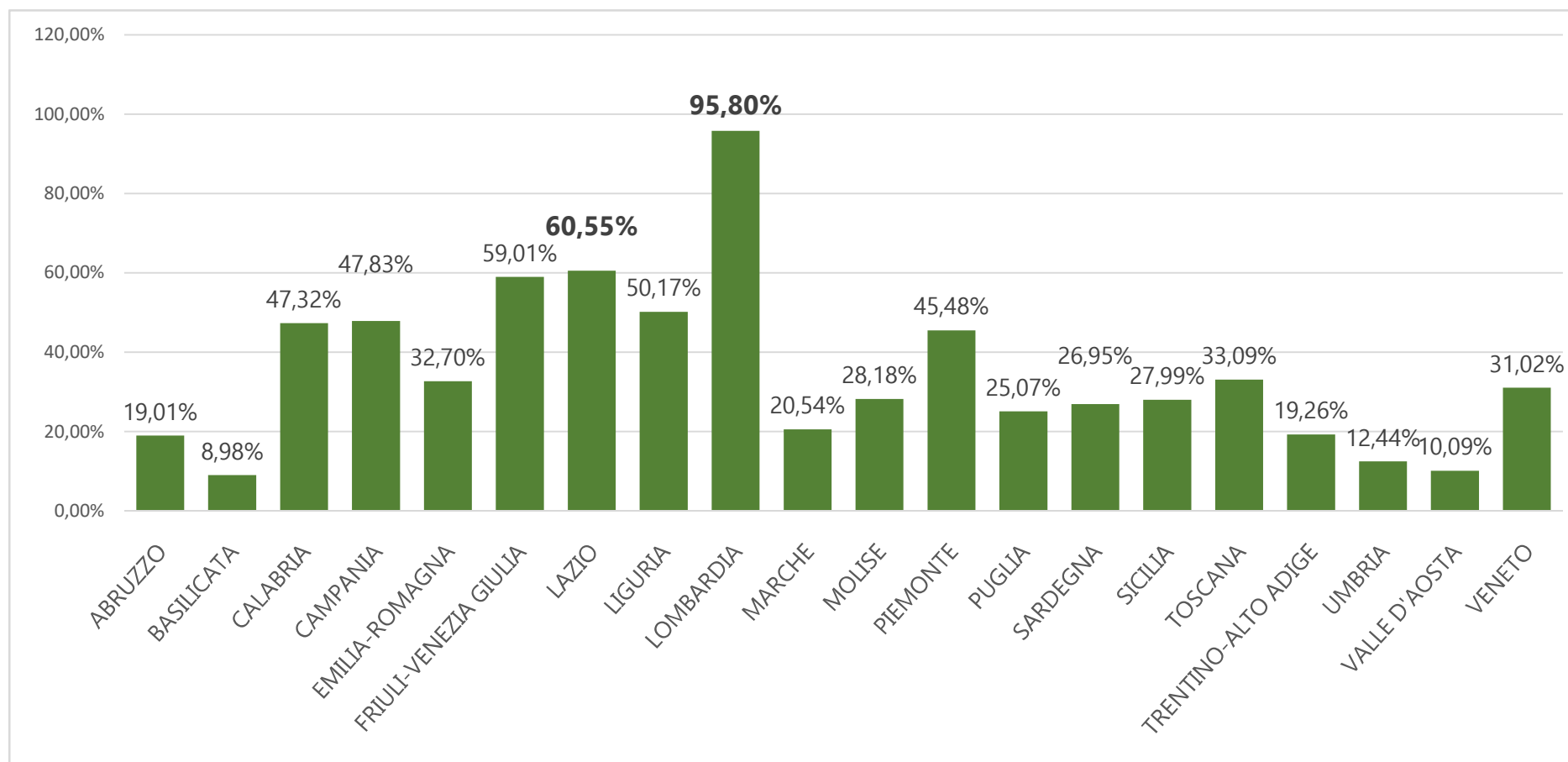
Dal grafico risulta evidente come la **Puglia**, che accoglie ben 15 beni (il maggior numero di beni per regione) che saranno messi a bando, sia la regione che ha riscosso il **maggior numero di preferenze** e si collochi quindi come **territorio preferito** in cui gli utenti vorrebbero sviluppare la propria idea progettuale, a prescindere dalla regione di appartenenza dell'utente. In coda, per vari motivi anche evidenti come il numero dei beni, Friuli-Venezia Giulia e Molise.

N. di compilazioni del questionario per regione di provenienza

(Es. Un utente residente in Lombardia manifesta interesse per un bene lombardo)



% di utenti che hanno manifestato interesse per beni nella regione in cui risiedono



... **DAI BENI A CAMMINI E PERCORSI, ALLA FRUIZIONE CAPILLARE**

- Maggioranza di preferenze per le **costruzioni tipiche locali**, concetto trasversale.
- Numero e tipo di beni porta a concentrare le **preferenza** in Puglia, Lazio e Veneto.
- Lombardia, Lazio e Puglia sono le **regioni più attive** lato utenti
- importanza **dell'interconnessione** del prodotto Camini e Percorsi sia con le **infrastrutture** coerenti (esempio ferrovie), sia ... su scala locale con itinerari, **greenways e altre occasioni...**
- **per una fruizione diffusa** (nelle dimensioni dello spazio – del tempo – delle motivazioni).
- Ruolo aperto: **immobili – piattaforme territoriali: fruizione capillare.**
- Centralità dell'idea di **rete.**

... **Altri spunti:**

- **Formazione \ preparazione** professionale adeguata (regolamenti, normative, trend, tecnologie)
- **l'interconnessione con i trasporti pubblici**, in particolare le ferrovie
- **sinergia con le associazioni che si occupano ai temi analoghi** (turismo lento, eco-sostenibilità, recupero patrimonio naturalistico-culturale).

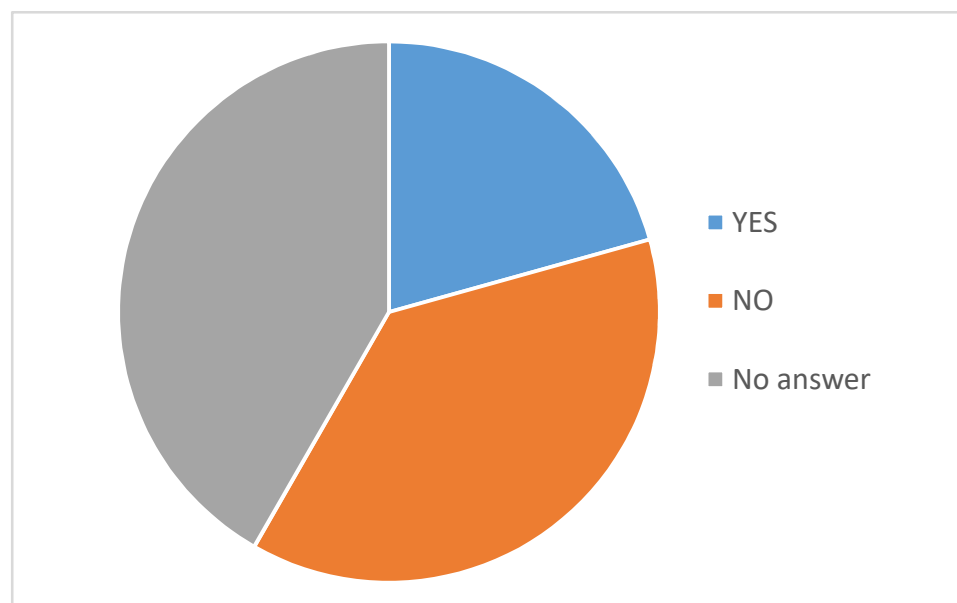
Analisi dei dati - utenti stranieri -



Partecipazione al questionario, profilazione per continente di provenienza *

→ America: **598** (52%), Europe (Italy excluded): **365** (32%) → Asia: **43** (4%)

*I dati sopra riportati non comprendono in questo grafico 4.864 utenti stranieri che hanno compilato il questionario in italiano prima del 14/06 e sono stati quindi profilati con un generico EE.



Do you represent a company / cooperative / association mainly made up of people up to 40 years old in the management or corporate structure?

→ YES: **1.240** (21%)

→ NO: **2.257** (37%)

→ No answer: **2.501** (42%)

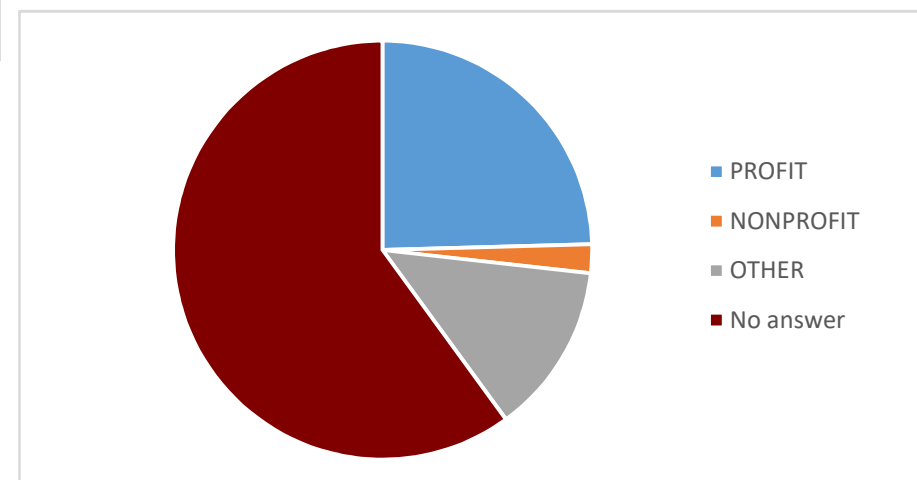
Types of organization:

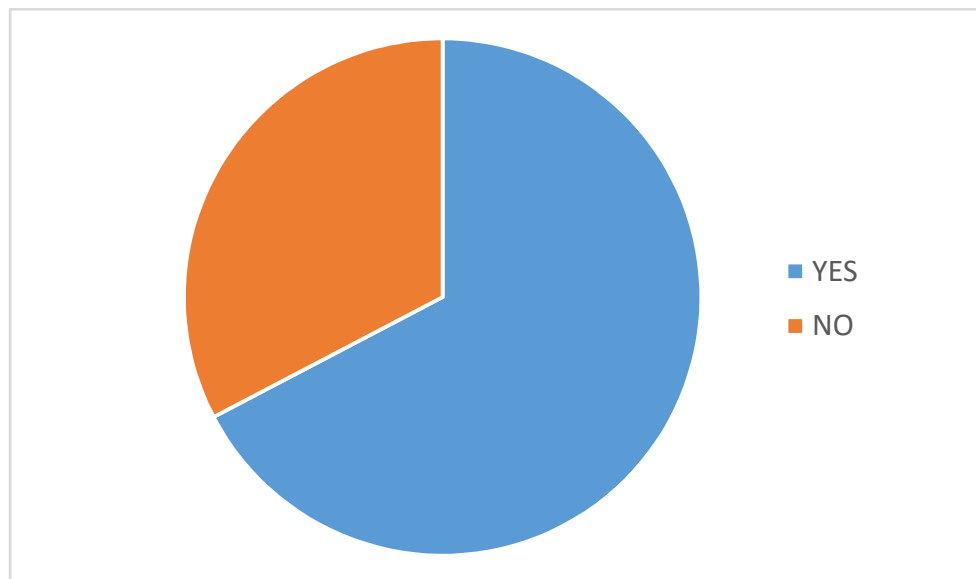
→ PROFIT: **1.473** (25%)

→ NONPROFIT: **132** (2%)

→ OTHER: **793** (13%)

→ No answer: **3.600** (60%)





Have you been on any historical-religious and/or cycling/walking itineraries?

→ YES: **4.038** (67%)

→ NO: **1.960** (33%)

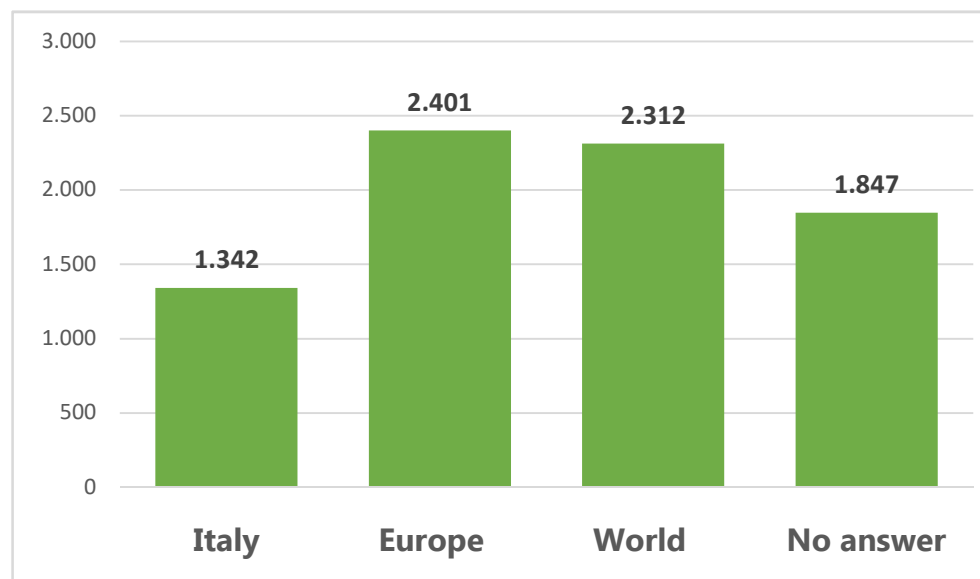
If yes, where? (*Possibili più risposte*)

→ Italy: **1.342**

→ Europe: **2.401**

→ World: **2.312**

→ No answer: **1.847**



If yes, on average how long was your trip on the historical-religious cycling/walking trails?

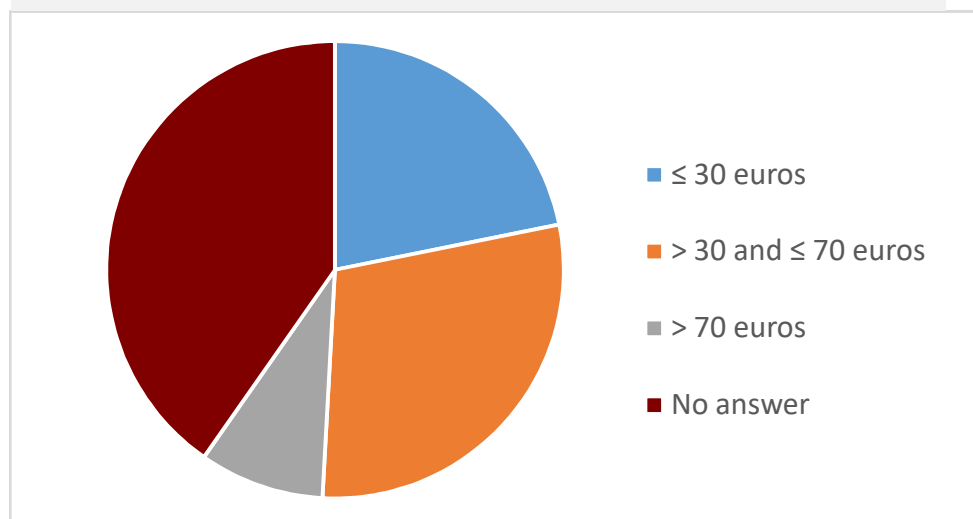
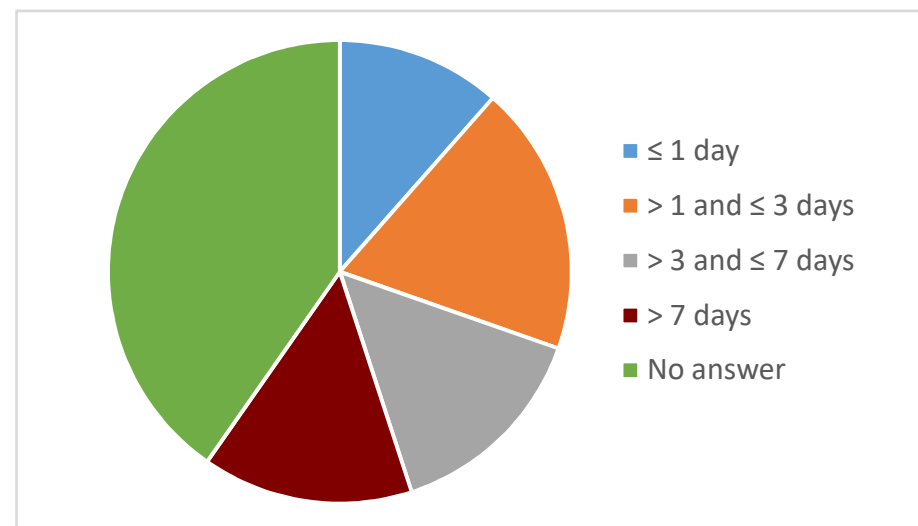
≤ 1 day: **689** (11%)

> 1 and ≤ 3 days: **1.132** (19%)

> 3 and ≤ 7 days: **877** (15%)

> 7 days: **884** (15%)

No answer: **2.416** (40%)



If yes, how much on average did you spend each day?

≤ 30 euros: **1.309**(22%)

> 30 and ≤ 70 euros: **1.743**(29%)

> 70 euros: **530**(9%)

No answer: **2.416** (40%)

➤ **Spesa e durata media** leggermente **maggiori** rispetto agli utenti italiani.

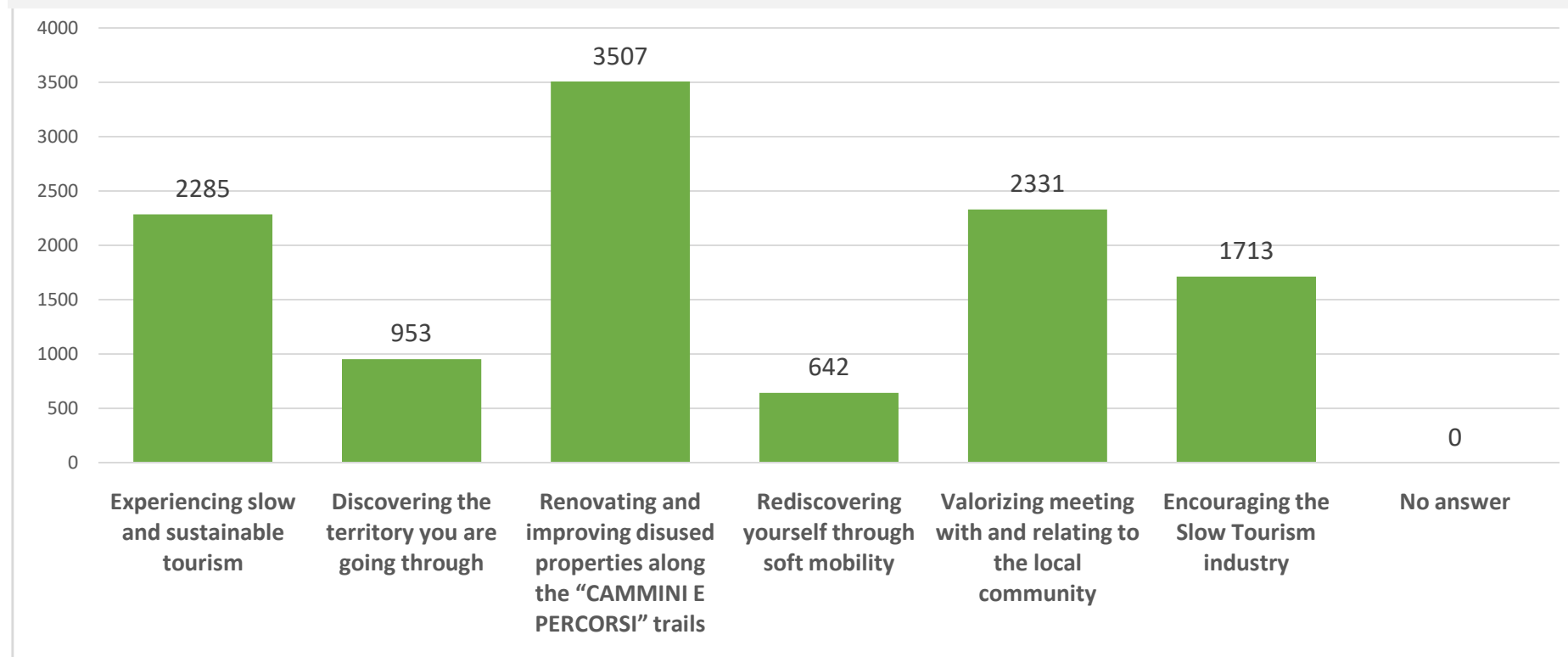
What activities do you enjoy doing or would you like to do on your historical-religious or cycling/walking itinerary? *(Possibili più risposte)*

→ VISIT PLACES OF HISTORICAL – ARTISTIC INTEREST: 3.688

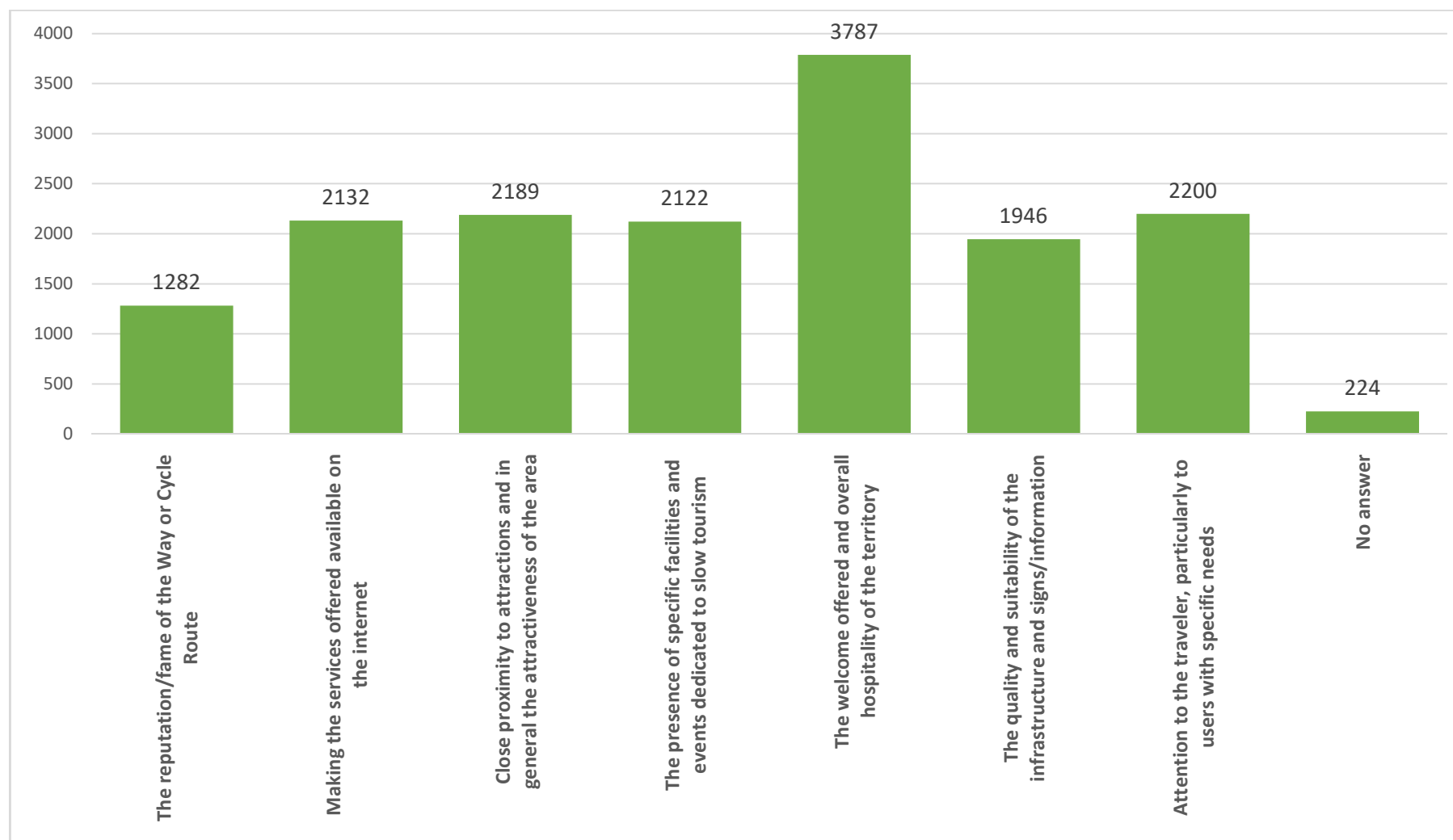
→ VISIT PLACES OF NATURAL INTEREST 3.622;

→ TESTING TYPICAL LOCAL PRODUCTS: 3.543

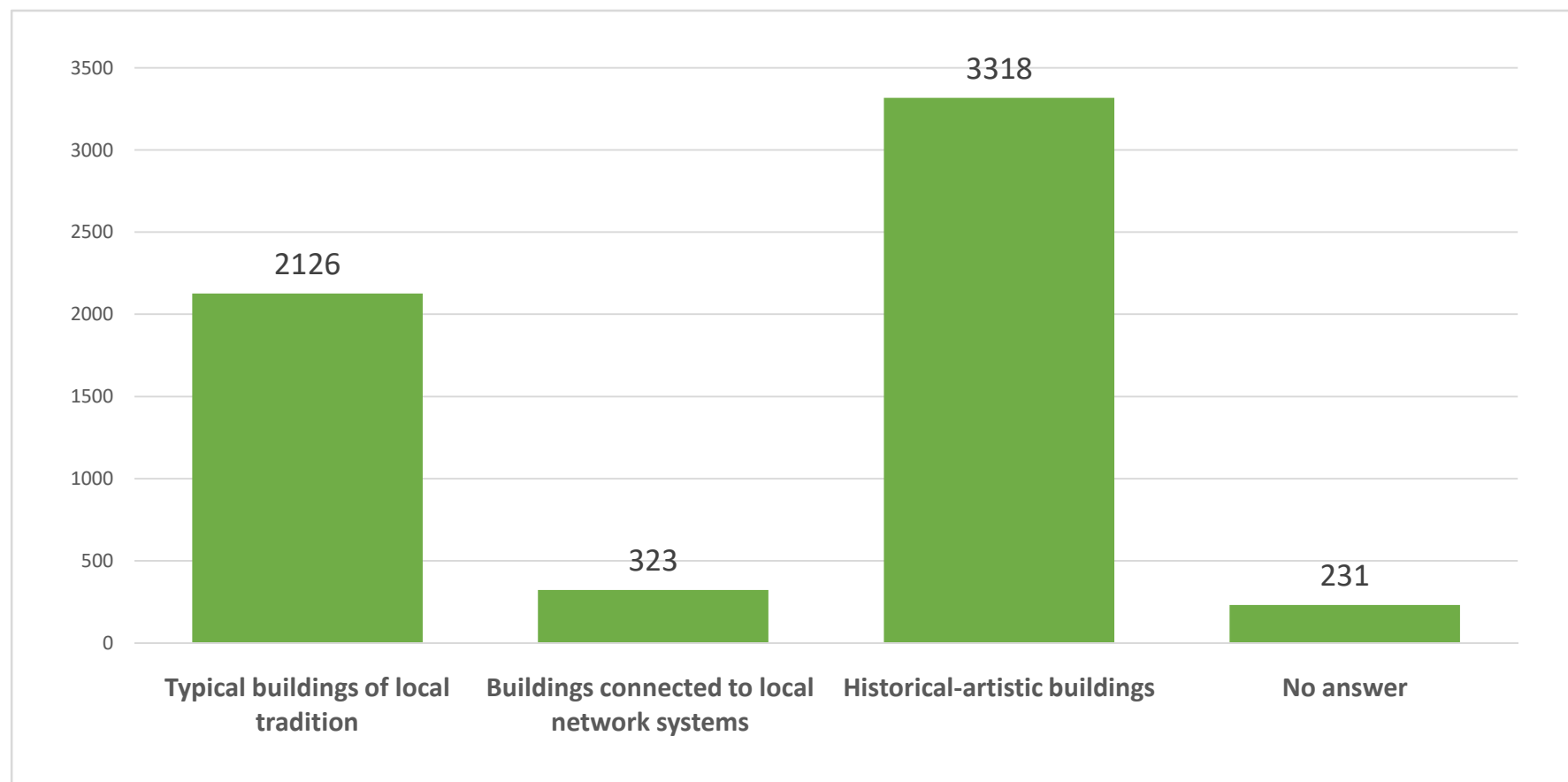
What goals related to the thinking behind the project do you share? *(Possibili più risposte)*

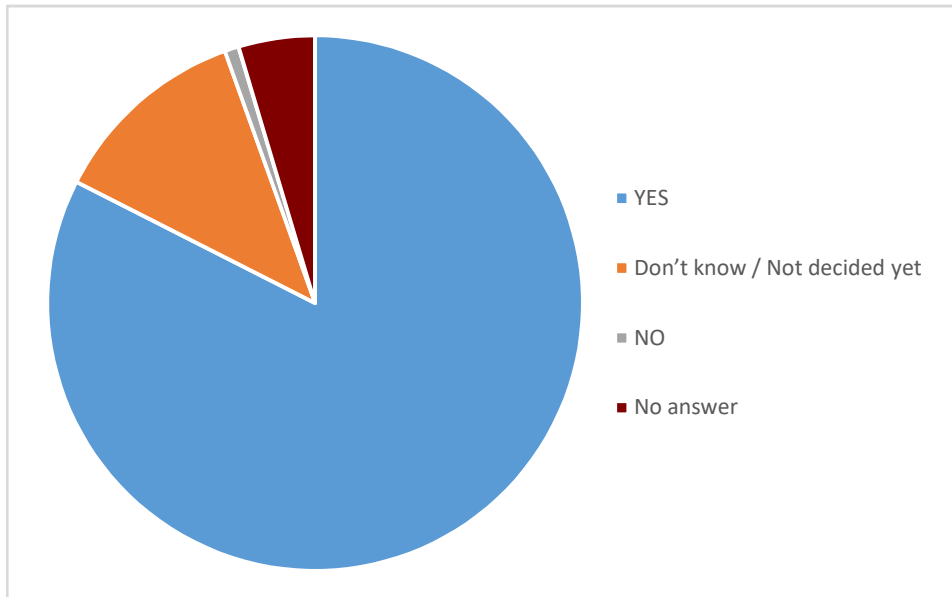


In your view, what are the important elements to create a “CAMMINI E PERCORSI” tourist product, also based on renewing tourist-cultural-social properties/buildings and valorizing the territory? (Possibili più risposte)



What kind of property/building/heritage do you think most interesting in terms of renewal and reuse for tourist-cultural purposes?





Are you interested in participating in one of the forthcoming calls for the “CAMMINI E PERCORSI” project on the concession of public properties?

→ YES: **4.947** (82%)

→ Don't know / Not decided yet: **723** (12%)

→ NO: **51** (1%)

→ No answer: **277** (5%)

- ... **public properties free of charge (€ 0 fee)** to companies, cooperatives and youth associations (made up mainly, 51%, of people up to 40 years old): **YES 90%**
- ... For buildings/properties requiring substantial investment, there is the possibility **of 'concession in valorization'** – renewal, renovation, conversion, upkeep etc. - (lease with an open duration of up to 50 years): **YES 82%**
- **Preferenze immobili:** top ten al 50% analoga alle preferenze degli italiani.

... Alcune riflessioni conclusive

Consultazione **partecipata**, piuttosto rappresentativa a livello territoriale, evidenzia una utenza piuttosto **giovane**, con molti *under 40*, spesso **privati**.

Per quanto agli enti con personalità giudica vi è un **mix tra profit e no profit**, entro il mondo del no profit la forte maggioranza sono **associazioni**.

La partecipazione pare di utenti **appassionati, non molto esperti**, attratti da una idea forte – con tratti di *idealismo* - di una possibile **imprenditorialità radicata**, con potenziale innovativo.

Ruolo preminente alle componenti di **accoglienza e ristorazione**, con elementi di (relativa) innovazione nei *modi* immaginati, con **grande centralità al rapporto col territorio e le identità locali**, per tutti i servizi.

Non evidenti proposte *disruptive*, né lato fruizione, né lato gestione ambientale o uso tecnologie.

... “**promiscuità**” dell’utente tra essere **rappresentante della domanda turistica coinvolta e anche potenziale costruttore dell’offerta e/o partecipante al bando**, elemento di ricchezza ed **ispirazione**.

... **piattaforma territoriale**, per valorizzare il territorio e non solo il servizio in sé, non solo nell’ottica del Cammino o percorso di riferimento, ma – se non in modo defocalizzante – nell’ **area \ reticolo** del bene.

Va cercato **equilibrio tra varietà dei servizi** e delle proposte e **del focus principale del servizio** che l’utente proporrà, se *servente* essenzialmente il Cammino / percorso, o se anche appunto *funzionalizzabile* ad un ragionamento di **area, rete, fruizione capillare**.

Attenzione nell'ambito del modello di business alla **coerenza tra servizi \ qualità \ e predisposizione reale alla spesa dei viaggiatori lenti**.

La spesa media dichiarata è **limitata** e ad oggi il movimento è su volumi senz'altro crescenti ma ancora contenuti.

Servirà evidenza non in generale sul modello di ricavi ma **sulla generazione dei margini operativi**.

Premialità a modelli **di ospitalità che siano ispirati alla sostenibilità ambientale** (e non solo, anche culturale e sociale).

Da considerare nella valutazione delle proposte la presenza di una **connessione con operatori slow**, profit e no profit, per garantire maggiore solidità del **modello di business**.

Possibile componente di **innovazione sociale** delle proposte, ove l'idea progetto abbia oltre alla funzione turistica ed economica anche **una valenza di creazione di valore o esperienza sociale** (coinvolgimento fasce deboli, reinserimento, integrazione, cura e **valorizzazione di beni comuni**, eccetera).

Logica di Network? Modello di qualità? Se utili come *acceleratori* verso il mercato.

Crowdfunding? Praticabile quando via sia una componente valoriale \ sociale \ identitaria forte che sia una *causa* reale alla partecipazione, e/o si possa erogare in modo agile un valore \ vantaggio reale ai partecipanti.

Nota: questa non è una indagine basata su un campione rappresentativo. Il questionario è rimasto attivo online dal 9 maggio al 26 giugno 2017.