

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

ФЕСТИВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ В ІТАЛІЇ: СУЧАСНИЙ СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Кваліфікаційна робота
Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала:
студентка IV курсу, 410 групи
ОП «Міжнародний туризм»
Баскакова Катерина
Науковий керівник:
к. геогр. н., асис. Смик О.С.

До захисту допущено:
протокол засідання кафедри №____
від «__» _____ 2026 р.
Зав. кафедри _____ д. геогр. н., проф. Король О.Д.

Чернівці - 2026

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційну роботу присвячено комплексному дослідженню теоретичних, організаційних та практичних аспектів розвитку фестивального туризму в Італії. У роботі розкрито сутність фестивального туризму як інноваційного напрямку міжнародної індустрії гостинності, визначено специфіку фестивалю як об'єкта туристичного попиту та проаналізовано історико-економічні передумови його формування.

Здійснено ґрунтовний аналіз сучасного стану та ключових тенденцій розвитку подієвого сектору Італії. Оцінено економічну й соціальну ефективність функціонування італійського ринку фестивальних послуг, а також проведено його SWOT-аналіз із визначенням сильних і слабких сторін, потенційних можливостей та загрозливих чинників.

У практичній частині дослідження сформульовано та науково обґрунтовано концепцію авторського фестивалю на території Італії, а також розроблено детальний ексклюзивний турпродукт (тематичний тур) на його базі із розрахунком програми та логістики. Ідентифіковано системні проблеми галузі та окреслено стратегічні перспективи розвитку фестивального туризму в Італії в умовах глобальних трансформацій ринку.

Ключові слова: фестивальний туризм, подієвий менеджмент, туристичний продукт, Італія, SWOT-аналіз, інноваційні тенденції.

ANNOTATION

The qualification thesis is dedicated to a comprehensive study of the theoretical, organizational, and practical aspects of festival tourism development in Italy. The study reveals the essence of festival tourism as an innovative direction of the international hospitality industry, defines the specifics of a festival as an object of tourism demand, and analyzes the historical and economic prerequisites of its formation.

A thorough analysis of the current state and key developmental trends of Italy's event sector has been conducted. The economic and social efficiency of the Italian festival services market is evaluated, and its SWOT analysis is performed, identifying strengths, weaknesses, potential opportunities, and threat factors.

In the practical part of the research, the concept of an original author's festival on the territory of Italy is formulated and scientifically substantiated. Based on it, a detailed exclusive tourism product (thematic tour) is developed, including program planning and logistics. Systemic challenges of the industry are identified, and strategic prospects for the development of festival tourism in Italy under conditions of global market transformations are outlined.

Key words: festival tourism, event management, tourism product, Italy, SWOT analysis, innovative trends.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ К. Баскакова

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1. ТЕОРИТИЧНІ ЗАСАДИ ТА СУТНІСТЬ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ.....	7
1.1. Фестивальний туризм як новий напрям світового туризму.....	7
1.2. Фестиваль як продукт туристичного попиту: організаційні особливості.....	13
1.3. Передумови формування та розвитку фестивального туризму в світі.....	17
2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ.....	23
2.1 Характеристика тенденцій розвитку фестивального туризму в Італії.....	23
2.2. Оцінка ефективності розвитку фестивального туризму в Італії.....	31
2.3. SWOT – аналіз розвитку фестивального туризму в Італії.	35
3. РОЗРОБКА АВТОРСЬКОГО ФЕСТИВАЛЮ ТА АВТОРСЬКОГО ТУРУ.....	42
3.1. Розробка авторського фестивалю «Lumina di Pietra (Фестиваль Живого Каменю та Світла)».....	42
3.2. Розробка авторського туру «Італійський експрес: від регати до цифрового мармуру».....	49
4. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ.....	54
4.1. Перспективи розвитку фестивального туризму в Італії.....	54
4.2 Суть проблем розвитку фестивального туризму в Італії.....	61
ВИСНОВКИ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	68
ДОДАТКИ.....	71

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний етап розвитку світового господарства характеризується динамічним зростанням індустрії туризму, яка перетворилася на один із найприбутковіших секторів глобальної економіки. У пошуках унікальних вражень сучасні мандрівники все частіше відмовляються від стандартних пакетних турів на користь індивідуалізованих та подієвих поїздок. У цьому контексті стрімкої популярності набуває фестивальний туризм – специфічний напрям подієвого туризму, орієнтований на відвідування різноманітних культурно-видовищних, музичних, релігійних, гастрономічних та історичних заходів.

Італія є одним із визнаних світових лідерів у сфері туризму, володіючи колосальною культурною спадщиною та багатовіковими традиціями проведення масштабних свят. Фестивальний туризм в Італії виступає потужним інструментом диверсифікації національного туристичного продукту, подолання сезонності та стимулювання розвитку регіональних економік, зокрема південних та центральних провінцій. Проте, попри високий потенціал, цей сектор стикається із викликами глобалізації, необхідністю цифровізації менеджменту подій та наслідками геополітичних і кліматичних криз. Дослідження сучасного стану, трендів та архітекtonіки італійського фестивального ринку є вкрай актуальним для адаптації успішного європейського досвіду в українських реаліях повоєнного відновлення індустрії гостинності.

Мета дослідження полягає у комплексному теоретико-методологічному та практичному аналізі сучасного стану, ключових тенденцій і проблем розвитку фестивального туризму в Італії, а також у розробці інноваційного авторського фестивального продукту для підвищення конкурентоспроможності дестинації.

Для досягнення поставленої мети визначено такі **завдання**:

➤ розкрити теоретичні засади та сутність фестивального туризму як новітнього напрямку світової туристичної індустрії;

- визначити організаційні особливості фестивалю як специфічного продукту туристичного попиту;
- дослідити історичні та соціально-економічні передумови формування фестивального ринку у світі;
- охарактеризувати динаміку та тенденції розвитку фестивального туризму в Італії;
- провести оцінку ефективності функціонування італійського ринку подієвих послуг;
- здійснити SWOT-аналіз розвитку фестивального туризму в Італії для виявлення його сильних, слабких сторін, загроз та можливостей;
- спроектувати та обґрунтувати концепцію авторського фестивалю на території Італії;
- розробити технологічну карту та програму авторського тематичного туру на базі запропонованого фестивалю;
- визначити ключові проблеми, що стримують розвиток галузі, та окреслити стратегічні перспективи розвитку фестивального туризму в Італії.

Об'єктом дослідження є процес розвитку та функціонування фестивального туризму як складової міжнародного туристичного ринку.

Предметом дослідження є сукупність організаційно-економічних, культурно-соціальних та технологічних відносин, що визначають сучасний стан, тенденції, проблеми та стратегічні перспективи розвитку фестивального туризму в Італії.

Методи дослідження. Методологічну основу роботи становить комплекс загальнонаукових та спеціальних методів. Для з'ясування понятійного апарату використано метод теоретичного узагальнення та системного підходу. Аналіз динаміки та сучасного стану індустрії базується на статистичному, порівняльному та графічному методах. Визначення внутрішнього потенціалу та зовнішніх чинників впливу на ринок здійснено за допомогою SWOT-аналізу. Проектування авторського турпродукту реалізовано із застосуванням методу планування та калькуляції витрат.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у поглибленні теоретичних та практичних підходів до оцінки фестивального потенціалу Італії, систематизації сучасних викликів італійського подієвого менеджменту, а також у науковому обґрунтуванні авторської концепції інтегрованого фестивального туру, що поєднує автентичні культурні традиції регіону з інноваційними екологічними трендами

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, чотирьох логічно пов'язаних розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Загальний обсяг текстової частини становить 70 сторінок комп'ютерного тексту.

РОЗДІЛ 1: ТЕОРИТИЧНІ ЗАСАДИ ТА СУТНІСТЬ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Фестивальний туризм як новий напрям світового туризму

Фестивальний туризм сьогодні – це не просто відвідування культурних заходів, а один із найдинамічніших напрямів світової індустрії гостинності, що розвивається за законами економіки вражень. Якщо раніше поїздки на фестивалі вважалися нішевим субкультурним туризмом для вузької аудиторії, то у 2020-х роках вони перетворилися на потужний самостійний драйвер глобальних туристичних потоків [12].

У ХХІ столітті подієвий, або івент-туризм, за оцінками експертів Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), став одним із найбільш перспективних напрямків розвитку туризму. Слово "event" походить з англійської мови й означає подію або захід. Цей термін використовується для визначення запланованих заходів, що проводяться у встановлений час, мають конкретну мету та викликають інтерес у суспільства.

До сфери івентів входить широкий спектр подій, серед яких - фестивалі, карнавали, паради та інші святкові заходи; ділові події, такі як конференції, форуми, симпозіуми та круглі столи; освітні ініціативи - семінари, тренінги й курси підвищення кваліфікації; спортивні події - змагання, турніри й чемпіонати; культурно-розважальні заходи, включаючи концерти, театральні постановки та кіно прем'єри; а також ювілейні й інші урочистості. Крім того, до цієї категорії відносяться комерційні події - виставки, ярмарки, торговельні презентації, відкриття нових офісів і підприємств.

Подієвий туризм є відносно молодим і дуже перспективним напрямом у сфері туризму, що стрімко розвивається. Цей вид туризму поєднує традиційний відпочинок із можливістю відвідати видовищні події, чим приваблює дедалі більше туристів. Унікальність подієвого туризму полягає в можливості отримати незабутні враження в конкретній локації в обмежений проміжок часу.

Сучасний ринок подієвого туризму класифікують за чотирма основними мега-сегментами:

✓ **Музичні фестивалі.** Найбільш комерціалізований та масовий сегмент. Такі гіганти, як Glastonbury (Велика Британія), Sziget (Угорщина) або Rock in Rio (Бразилія), збирають від 100 до 500 тисяч туристів за один вікенд. Останнім часом активно розвивається нішевий туризм – поїздки на камерні джазові, оперні чи етно-фестивалі у невеликі європейські міста.

✓ **Поп-культура та Гік-індустрія.** Напряма, який за темпами зростання випереджає класичні формати. Фестивалі коміксів, аніме, косплею та геймінгу (Comic-Con у Сан-Дієго, Lucca Comics & Games в Італії, Gamescom у Німеччині) залучають величезний потік платоспроможної молодіжної аудиторії зі всього світу.

✓ **Еногастрономічні фестивалі.** Подорожі з метою дегустації локальних продуктів та вивчення кулінарних традицій. Яскравими прикладами є Октоберфест у Мюнхені (який щороку відвідують близько 6 мільйонів людей, причому третина з них – іноземні туристи) або численні винні та трюфельні фестивалі у Франції, Італії та Іспанії.

✓ **Традиційні, етнічні та релігійні карнавали.** Події, що базуються на автентичному культурному коді країни. Вони мають найдовшу історію та стабільний потік відвідувачів: Карнавал у Ріо-де-Жанейро, Венеційський карнавал, фестиваль світла Дівалі в Індії або День мертвих (Día de los Muertos) у Мексиці.

Фестивальний туризм розглядається як спеціалізований підвид подієвого туризму. Його мета – задоволення специфічних інтересів людей під час відвідування подій. Фестиваль – це багатолюдна театралізована святкова подія, що демонструє досягнення у певній галузі мистецтва та є важливим туристичним ресурсом [12].

Фестивальний туризм є унікальним інструментом для розвитку регіонів. Його системну дію на економіку та простір ілюструє рис. 1.1.



Рис. 1.1. Фестивальний туризм є унікальним інструментом для розвитку регіонів [12]

Варто зазначити, що чітких меж між подієвим і фестивальним туризмом немає. Не всі події є фестивалями. Подієвий туризм включає: олімпійські ігри, міжнародні конкурси, концерти відомих артистів, військові або музичні паради, а також виставки, авіа- та автосалони тощо.

Науковці пропонують різні визначення поняття "подієвий туризм". Вони сходяться на тому, що його основна мета – сприяння досягненню соціально-економічного ефекту через організацію регулярних масштабних заходів на конкретній території. Ефективність таких подій ґрунтується на їхньому статусі, престижі та рівні поінформованості громадськості.

Сформовані науковцями визначення сутності подієвого туризму, представимо за допомогою наступної таблиці (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Основні підходи визначення «подієвий туризм» [12]

Долженко Г.П., Шмиткова А.В.	Туризм, що передбачає подорож до певного місця у визначений час для участі або спостереження за конкретною подією.
Алексєєва О.В.	Туризм, який приваблює людей завдяки культурним або спортивним заходам, сприяє розвитку туристичної інфраструктури, інтеграції населення та покращенню іміджу місцевості.

Мельниченко С.	Яскраві та пам'ятні події, що використовуються для просування брендів, товарів і послуг як форма туристичної активності.
Нікітіна С.С., Зінченко М.В.	Подорожі, що мотивуються бажанням побачити цікаві події, незалежно від їхнього місця проведення у світі.
Бабкін А.В.	Активний і перспективний напрям туризму з атмосферою святковості, яскравих емоцій та унікальних вражень завдяки різноманіттю подій.
Лакомов Е.А.	Туризм, що базується на участі або спостереженні за важливими соціальними подіями чи рідкісними природними явищами, які приваблюють туристів своєю незвичністю та унікальністю

Розвиток подієвого туризму сприяє формуванню позитивного іміджу регіону як туристичної дестинації. Види заходів у межах цього напрямку охоплюють фестивалі, паради, святкування; освітні події; культурно-розважальні заходи; виставки та бізнес-зустрічі.

Зважаючи на те, що чіткої класифікації фестивального туризму досі не існує, це ускладнює виділення його специфічних форм. Поява класифікації допомогла б краще зрозуміти сутність цього виду туризму та спрогнозувати попит на різні його напрями. Це також дозволило б ефективніше планувати розвиток туристичної галузі в регіонах.

Фестивальний туризм тісно інтегрується з іншими видами туризму. Для глибшого розуміння його особливостей необхідно провести аналіз цього напрямку в контексті інших форм туризму. Це допоможе визначити унікальні характеристики фестивального туризму та чітко окреслити його роль у сфері туристичних послуг [12].

Зважаючи на це, фестивальний туризм тісно інтегрується з іншими видами туризму (Рис. 1.2).

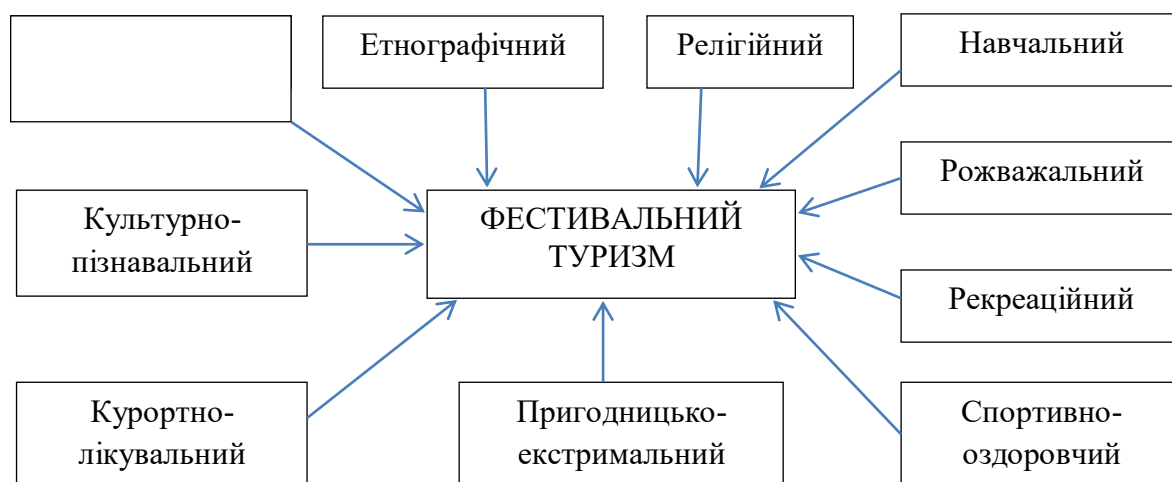


Рис. 1.2. Місце та зв'язки фестивального туризму з іншими видами туризму [12]

Порівняльна характеристика фестивального туризму з іншими формами представлено в таблиці 1.2.

Табл. 1.2

Порівняльна характеристика фестивального туризму з іншими видами туризму

Порівняльні ознаки	Фестивальний туризм	Інші види туризму
Час проведення	Має чітко визначені строки та графік	Не прив'язаний до конкретних дат
Формат проведення	Присвячений конкретній події	Має постійний або сезонний характер
Організаційна модель	Побудований на принципах проєктного управління	Заснований на операційному управлінні
Ціль	Комерційні та соціальні цілі	Переважно орієнтований на прибуток
Джерела фінансування	Фінансується туристичними компаніями, державою, інвесторами та спонсорами	Основне джерело – туристичні підприємства
Роль у сфері дозвілля	Підсилює та сприяє розвитку індустрії відпочинку	Є основним її елементом
Масштаб відвідуваності	Має масовий характер	Здебільшого розрахований на малі групи
Тип розміщення туристів	Частіше за все – стаціонарне	Може бути як стаціонарне, так і мобільне

Фактори ефективності	Залежить від обізнаності населення, рекламних кампаній та PR-заходів	Визначається конкурентоспроможністю туристичних продуктів
Мотивація туристів	Соціальні інтереси, пізнавальний інтерес, статус, мода, престиж, важливість події	Особисті фізіологічні та духовні потреби
Додатковий ефект	Має комплексний позитивний вплив на економіку та туристичну галузь регіону	Забезпечує приріст туристів, створення робочих місць та доходи для бюджету
Залежність від громадських настроїв	Висока	Помірна
Залежність від сезону	Часткова	Значна
Інформаційна тривалість впливу	Має довготривалий інформаційний ефект	Вплив є тимчасовим

Як і вся індустрія туризму, фестивальний сектор зараз переживає глибоку трансформацію, яка базується на трьох головних викликах (табл. 1.3).

Табл. 1.3.

Світові тенденції та виклики напрому

<i>Тренд / Виклик</i>	<i>Суть явища</i>	<i>Приклад вирішення у світі</i>
Екологізація (Green Tourism)	Фестивалі створюють колосальний вуглецевий слід і тонни сміття. Світова спільнота вимагає переходу на «зелені» стандарти.	Фестиваль DGTL в Амстердамі став повністю циклічним (Zero-Emission), використовуючи лише відновлювану енергію та веганський фуд-корт.
Перевантаження інфраструктури	Масовий наплив людей за короткий проміжок часу руйнує екологію та спокій невеликих історичних міст.	Обмеження кількості квитків, перенесення фан-зон за межі історичних центрів, впровадження системи «розумних натовпів» (AI crowd control).
Іммерсивність та ІІІ	Сучасному туристу замало просто дивитися	Створення віртуальних просторів, використання AR-

	на сцену – він хоче взаємодіяти.	навігації, інтерактивні світлові інсталяції, що реагують на рухи глядачів.
--	----------------------------------	--

Аналізуючи фестивальний туризм у порівнянні з традиційними видами туризму, можна виділити кілька ключових особливостей, які формують його унікальну природу.

Основними характеристиками подієвого туризму є чітко визначена регламентованість і періодичність проведення заходів, фіксоване місце їх організації, застосування методів проектного управління, різноманіття джерел фінансування, залежність від громадської думки, статусу та престижу заходу. Крім того, він залучає велику кількість відвідувачів, що зумовлено рівнем інформованості населення, створює тривалий інформаційний ефект і стимулює розвиток різних секторів туристичної індустрії.

1.2. Фестиваль як продукт туристичного попиту: організаційні особливості

Фестивалі є потужним інструментом для залучення додаткових туристичних потоків у регіони. Однак, щоб досягти цієї мети, організатори фестивалів повинні ретельно та вчасно планувати і реалізовувати спеціальні програми та заходи, спрямовані на підвищення інтересу до місцевої культури та популяризацію культурно-етнографічного потенціалу територій.

Особливості організації фестивалю на певній території формуються під впливом ряду чинників, серед яких: природні умови, культурно-історична спадщина, етнодемографічні характеристики, соціально-економічний стан, екологічні та медико-біологічні аспекти. Крім того, важливу роль відіграють політична ситуація, соціально-психологічна атмосфера та матеріально-технологічна база [3].

Події та тури, які поєднують традиційний відпочинок з участю в найяскравіших заходах світового масштабу, набувають дедалі більшої

популярності. Фестивальний туризм відрізняється створенням постійної святкової атмосфери, організацією персоналізованого відпочинку та залишає незабутні враження. Його ключова риса – це насиченість моментами, що не повторюються. Поїздки зазвичай приурочені до певних подій.

Головними прихильниками цього виду туризму є заможні туристи з доходом вище середнього, а також групи друзів або кілька пар. Фестивальний туризм вважається перспективним напрямком, що демонструє динамічний розвиток [1].

Фестивальний туризм можна вважати спеціалізованим напрямом подієвого туризму, покликаним задовольнити унікальні інтереси туристів під час їхніх подорожей і відвідування заходів зацікавлення. Це також форма туристичної діяльності, що приваблює туристів різноманітними публічними подіями культурного, спортивного чи іншого характеру.

Водночас такі заходи сприяють розвитку туристичної інфраструктури, зміцненню соціальної єдності та формуванню позитивного іміджу регіону. Фестивальний туризм охоплює широкий спектр активностей, пов'язаних із культурними, спортивними, етнографічними чи діловими подіями. Однак не всі заходи належать до цієї категорії, а лише ті, що несуть економічну користь і можуть розглядатися як важливий ресурс регіону.

Фестивалі варто сприймати як багатофункціональні форми культурної комунікації. Вони формують синтетично-мистецький простір, що поєднує різні аспекти творчості та має ознаки багатогранності. Для класифікації ресурсів фестивального туризму доцільно враховувати тематику заходів: національні та релігійні свята, музичні й театральні фестивалі, гастрономічні події, спортивні змагання, карнавали і виставки.

Будучи одним із найперспективніших напрямів туризму, фестивальний туризм виконує низку функцій: пізнавальну, економічну, розважальну та рекреаційну. Дослідники зазвичай виділяють рівні його функціонування: міжнародний, регіональний, міжрегіональний і локальний.

Організаторам фестивалів важливо звертати увагу на форму заходу та прогнозовану чи фактичну кількість учасників. Незалежно від виду фестивалю, кожен з них базується на таких ключових компонентах:

1. Змістова та тематична складова, що відображає вектор події (вид мистецтва, соціальна група, субкультура або продукт) і втілюється через презентаційну частину.

2. Елемент святковості й урочистості, покликаний привернути увагу до теми та підкреслити її значення.

3. Організаційна структура з чітко визначеними функціями учасників координаційного апарату, який може мати як формальний, так і неформальний характер.

Матеріальна база є ключовим елементом кожного фестивалю. Вона охоплює простір для проведення заходів та необхідне технічне забезпечення. У більшості випадків реалізація матеріальної частини потребує залучення підтримки від державних або приватних структур, спонсорів чи творчих колективів. У створенні фестивалю беруть участь організатори, учасники презентаційної програми та глядачі.

Організатори виступають головною рушійною силою події. Цілі проведення фестивалю можуть включати масштабні концепції з соціально значущим напрямом, такі як розвиток екологічного мислення чи творчого потенціалу, популяризацію певної сфери, продукту або бренду, а також зосереджуватися на отриманні фінансового прибутку.

Як офіційно запрошені учасники, так і звичайні гості, туристи чи місцеві мешканці є рівноправними суб'єктами фестивальної діяльності.

Практика доводить, що кожна людина в межах фестивального простору певною мірою стає його співтворцем - активним чи пасивним учасником. Усі ролі, форми та рівні залученості відвідувача формують унікальний культурний простір кожного фестивалю. Навіть бездіяльність стає своєрідною формою участі.

Важливим чинником будь-якого фестивалю є його чітке обмеження календарними термінами. Заходи проводяться в рамках заздалегідь визначеного місця - це може бути країна, регіон, місто чи певний зал для виступів.

Основними відвідувачами фестивалів є люди віком 15-25 років, які прагнуть недорогого дозвілля на вихідних. Для них тематика заходу має менший пріоритет порівняно з цікавістю та веселощами. Важливо також розташування фестивалю - в історичних центрах міст або на природі.

Головна функція фестивалів - розвага та задоволення специфічних потреб населення.

Час проведення свят є можливістю для учасників долучитися до певних соціальних, релігійних чи географічних груп.

Сучасні фестивалі, присвячені культурній або етнічній тематиці, спрямовані на знайомство людей із напівзабутими традиціями. Як культурна подія, фестиваль орієнтується на певну аудиторію, для якої розробляється концепція.

Їх головне завдання - внести новий подих у культурне життя країни, регіону чи міста, створити простір, що об'єднує і професіоналів театрального й музичного мистецтва, і звичайних глядачів та слухачів.

Фестивальний туризм виступає як індикатор та каталізатор розвитку інтенсивності й рівня мистецького життя країни. Світова практика показує, що фестивалі є центром культурогенезу, формуючи напрямки розвитку мистецтва, генеруючи нові ідеї та відкриваючи горизонти творчої самореалізації.

Основна мета фестивальних мандрівок - поєднати традиційний відпочинок з участю в найяскравіших фестивалях світу.

З кожним роком такі події стають усе більш популярними.

1.3. Передумови формування та розвитку фестивального туризму в світі

Формування та стрімкий розвиток фестивального туризму як глобального індустріального феномену не були випадковими. Це результат синергії глибоких соціально-економічних трансформацій, технологічного стрибка та докорінної зміни психології сучасного споживача [11].

Усі передумови виникнення цього напрямку можна розділити на чотири фундаментальні блоки:

1. Соціально-психологічні передумови

Цей блок є першопричиною формування стійкого попиту на подієвий туризм.

У постіндустріальному суспільстві володіння матеріальними речами (автомобілями, нерухомістю) перестало бути головним маркером життєвого успіху для поколінь Міленіалів та Зумерів. Ціннісним пріоритетом стало накопичення унікального емоційного досвіду та спогадів. Фестиваль є ідеальним концентратом таких вражень.

Повсюдне нівелювання культурних кордонів, засилля масс-маркету та однотипних брендів породили зворотну реакцію – гостру потребу споживача в автентичності. Туристи шукають унікальні локальні коди, які збереглися в етнічних карнавалах, гастрономічних традиціях та релігійних святах різних народів.

Парадокс ХХІ століття полягає в тому, що попри максимальну диджитал-зв'язність через соцмережі, люди відчують гострий дефіцит реального, живого спілкування. Фестивалі виступають у ролі сучасних «соціальних племен», де тисячі однодумців з усього світу (чи то фанати техно-музики, чи шанувальники коміксів) можуть відчути потужну синергію єднання.

2. Економічні передумови

Економічні фактори забезпечили перехід фестивалів із категорії елітарного чи суто локального дозвілля до масового світового продукту.

Поява наддешевих авіакомпаній (Ryanair, Wizz Air, EasyJet) та платформ оренди житла (Airbnb) зробила подорожі на вихідні (city-breaks) доступними середньому класу. Раніше поїздка з Лондона на фестиваль у Будапешт чи Верону була фінансово складною, сьогодні – це питання вартості кількох вечерів у ресторані.

Поширення культури віддаленої роботи (remote work) та концепції Work-Life Balance дозволили людям легше планувати короткострокові поїздки посеред тижня під конкретні дати проведення івентів.

Великі корпорації (від Red Bull до Coca-Cola чи Mastercard) змінили стратегію прямої реклами на **спонсорство вражень** (experiential marketing). Вони почали вливати мільярдні бюджети у фестивальну індустрію, що дозволило організаторам створювати шоу планетарного масштабу (як-от Tomorrowland або Coachella).

3. Технологічні та інформаційні передумови

Технології створили глобальне інформаційне поле, в якому подія в одній точці світу миттєво стає бажаною для мільйонів людей на інших континентах (рис.1.3).



Рис. 1.3. Медійно-технологічний тригер [11]

4. Політико-адміністративні передумови

Уряди та муніципалітети багатьох країн усвідомили, що фестивальний туризм є найшвидшим інструментом реанімації локальної економіки та брендингу територій (табл. 1.4.).

Табл. 1.4.

Інструменти та призначення локальної економіки та брендингу
територій [11]

<i>Передумова / Інструмент</i>	<i>Суть та призначення</i>	<i>Результат для туризму</i>
Спрощення візових режимів	Запровадження спеціальних «івент-віз» або безвізового в'їзду під великі події (наприклад, Олімпіади, Чемпіонати, всесвітні Експо чи мега-фестивалі).	Миттєве зняття бар'єрів для міжконтинентальних туристичних потоків.
Державні гранти та субсидії	Фінансова підтримка регіональних фестивалів з метою боротьби з депопуляцією сіл та малих міст (зокрема програми ЄС з ревіталізації провінцій).	Створення туристичних магнітів у локаціях, де немає класичних архітектурних пам'яток.
Розвиток державно-приватного партнерства (ДПП)	Спільне фінансування інфраструктури: місто будує дороги та підводить комунікації, а приватний промоутер створює фестивальний контент.	Зниження фінансових ризиків для організаторів та гарантія безпеки для туристів.

Подієвий туризм є одним із найдавніших видів туризму. Спершу він суттєво відрізнявся від сучасного, де існує ціла інфраструктура із взаємопов'язаних підприємств та організацій туристичної індустрії. Це був переважно масовий самодіяльний туризм: тисячі людей вирушали у тривалі подорожі, зацікавлені значною подією чи заходами. Подібна активність сприяла розвитку торгівлі вздовж основних маршрутів, будівництву транспортної інфраструктури, а також появи перших закладів для проживання і харчування мандрівників.

Термін «подієвий туризм» увійшов до наукового обігу відносно нещодавно - у 1987 році, коли його запровадив Департамент туризму та громадських зв'язків Нової Зеландії.

У міжнародній науковій літературі це поняття трактується як перспективний напрям для туристичних дестинацій і місцевого бізнесу, а також як ключова сфера діяльності для організаторів подій, які прагнуть розширити свою аудиторію.

Відомий дослідник у сфері туризму М.Б. Біржаков визначив подієвий туризм як одну з ключових складових культурного туризму. Він орієнтований на відвідування певних місць у конкретний час, коли там відбувається знакова подія для суспільства або громади чи спостерігається рідкісне природне явище.

Потреба долучитися до подій фестивального туризму визначається насамперед дозвіллевими мотивами, які залежать від різноманітних обставин. Це впливає на масштаби туристичних потоків, їхню просторову орієнтацію, структуру та характер організації фестивальних процесів у різних регіонах.

Суттєву роль серед цих чинників відіграє територіальна нерівномірність рівня життя населення. Це поняття охоплює демографічні процеси, культурні та дозвіллеві потреби, ступінь розвитку виробничих ресурсів, рівень суспільного добробуту, соціального забезпечення і загальну мобільність населення в туристичній сфері.

Чинники, що впливають на розвиток туризму, умовно поділяються на дві групи: зовнішні (екзогенні) та внутрішні (ендогенні) (рис.1.4).

Зовнішні фактори значно впливають на розвиток фестивального туризму, адже вони відображають зміни в житті суспільства, маючи різний ступінь важливості для окремих елементів туристичної системи.

Природно-географічні фактори (клімат, рельєф, флора, ландшафти) і культурно-історичні ресурси (пам'ятки архітектури й історії, об'єкти матеріальної та духовної спадщини) виступають базою туристичних ресурсів і мають вагоме значення при виборі подорожуючими фестивалю для відвідування.

Різноманіття природних і культурних ресурсів, їхня доступність та зручність у використанні для організації подій істотно впливають на

масштабність, суспільну важливість та темпи розвитку фестивального туризму.

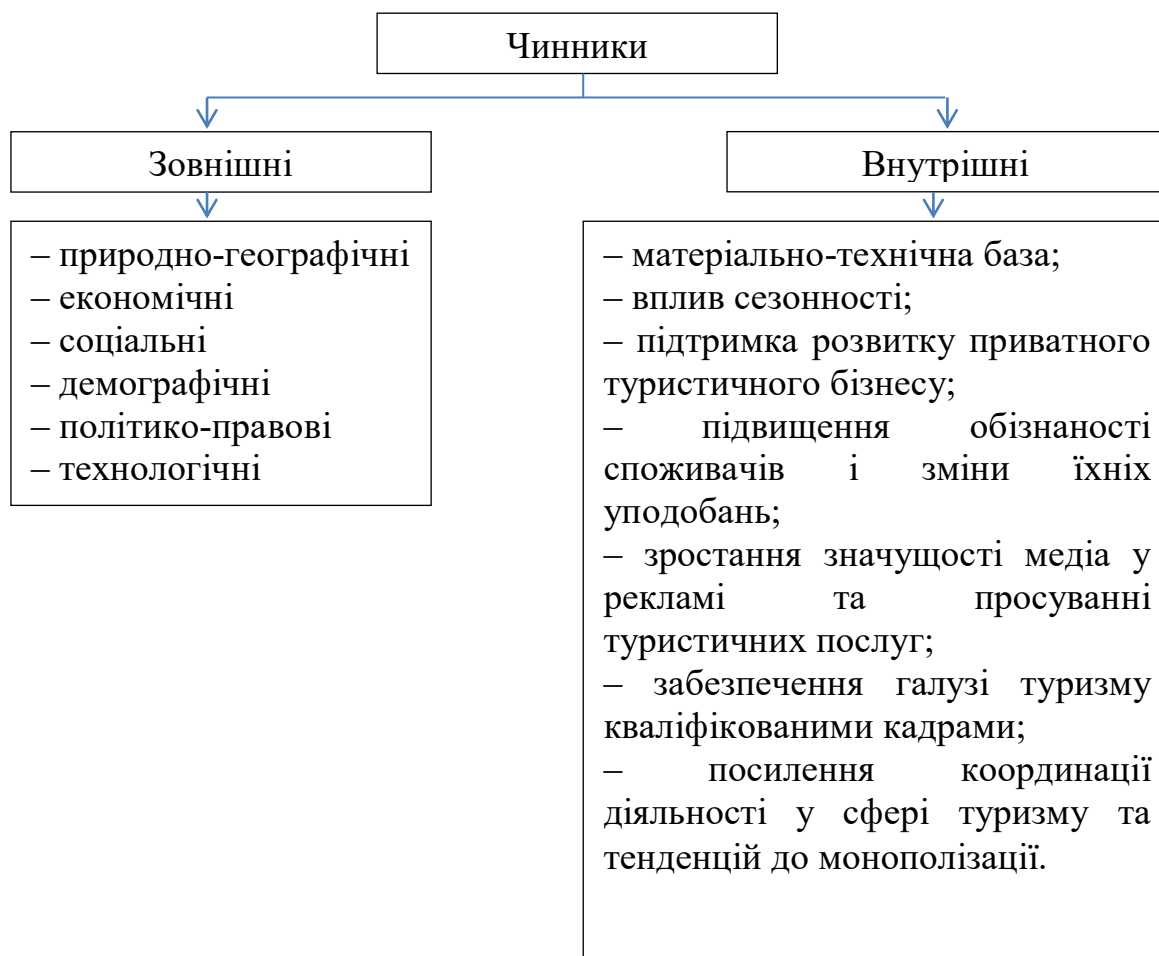


Рис. 1.4. Чинники, які впливають на розвиток туризму [11]

Загалом, природно-географічні та культурно-історичні чинники є стабільними і постійними. Вони створюють фундаментальні умови для розвитку туризму та зберігають свою цінність із плином часу. Суспільство ж адаптує ці ресурси відповідно до актуальних культурно-мистецьких і туристичних потреб.

У додатку А представлено основні фестивалі, що зарекомендували себе в усьому світі.

Однією з найвідоміших культурних подій є Единбурзький фестиваль. Щороку до цього британського міста прибувають провідні оперні, балетні та

театральні трупи, а також найяскравіші фольклорні колективи з різних куточків світу.

Великою популярністю користуються міжнародні фестивалі класичної музики, які вже кілька десятиріч проводяться в іспанському Сантандері та швейцарському Люцерні.

Найвідоміші мистецькі фестивалі щороку збирають десятки тисяч глядачів. Особливе значення мають світові фестивалі кіномистецтва, серед яких традиційно виділяються Каннський і Венеційський кінофестивалі (останній, заснований у 1932 році, став першим міжнародним фестивалем кіно у світі). Не менш важливими є Берлінський і Токійський кінофестивалі, а також Каїрський кінофестиваль, який є найбільшим кінематографічним заходом в арабському світі.

Дійсно, події на кшталт карнавалів здобули справжню світову славу. Вважається, що церемонія на честь бога Осіріса у Давньому Єгипті була першим у світі карнавалом. Сам термін "карнавал" походить від італійського "carne vale", що означає "прощай м'ясо". Це свято було пов'язане з обжерством, яке традиційно відзначали перед початком Великого посту, напередодні Великодня. У цей період дозволялося вдосталь насолоджуватися їжею, зокрема м'ясом, вживати алкоголь і весело проводити час.

Ця традиція займає важливе місце серед християнських народів. За тиждень до початку 40-денного посту в багатьох великих містах і містечках країн Латинської Америки та Європи відбуваються яскраві карнавальні святкування.

Карнавали символізують свободу, зокрема у виборі розваг чи навіть партнерів. Саме з цієї причини виникла традиція використовувати маски й костюми, щоб залишатися невпізнаними і водночас привабливими. Чоловіки та жінки одягають вишукані та фантазійні образи, додаючи особливої атмосфери маскарадам.

РОЗДІЛ 2: АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ

2.1. Характеристика тенденцій розвитку фестивального туризму в Італії

Туристична галузь все більше змінюється, адаптуючись до нових умов і враховуючи потреби громадського відпочинку. Як зазначалося раніше, виникнення окремих напрямів туризму здебільшого обумовлене економічними факторами, що визначають стандарти надання туристичних послуг [1].

Сучасні тенденції розвитку фестивального туризму в Італії відображають глибинну модернізацію традиційного італійського концепту *Dolce Vita*. Індустрія остаточно відійшла від хаотичної організації розрізнених локальних заходів і перейшла до створення інтелектуальних, високотехнологічних та екологічно безпечних івент-кластерів.

Аналіз ринку дозволяє виділити провідні макротенденції, які визначають вектор розвитку цього сектору.

Головним технологічним трендом стало впровадження генеративного мистецтва, штучного інтелекту та масштабного 3D-мепінгу в класичні декорації міст-музеїв та природних локацій.

Фестивалі більше не обмежуються фізичним простором. Сучасні події інтегрують AR (доповнену реальність) для створення цифрових декорацій, які не шкодять автентичній архітектурі.

Покупка квитків, логістика, навігація та вибір гастрономічних сетів тепер повністю інтегровані в єдині супераппи (національні та регіональні мобільні додатки), що розв'язує проблему мовного бар'єру для іноземців.

Для боротьби з руйнівним овертуризмом у Венеції, Флоренції та Римі, Міністерство культури Італії (Ministero della Cultura) активно фінансує та просуває фестивалі у внутрішніх регіонах країни (так званих Внутрішніх територіях – *Aree Interne*).

Нові точки тяжіння створюються в автентичних, але маловідомих італійських селах (borghi).

Фестивалі переміщуються з міських площ у занедбані залізничні депо, фабрики, виноградники, високогірні альпійські долини чи мармурові кар'єри (як у концепції Lumina di Pietra), створюючи гострий та привабливий для туристів контраст.

Екологічна свідомість перетворилася з маркетингового гасла на сувору регуляторну вимогу. Організатори фестивалів масово проходять сертифікацію за стандартом ISO 20121 (стале управління подіями).

Рисунок 2.1 показує, як сучасний італійський івент інтегрує глобальні тренди (діджитал, екологію, сталий розвиток) навколо своєї головної цінності – культурної спадщини.



Рис. 2.1. Італійський івент та культурна спадщина Італії

На сьогодні одним із помітних і стабільних напрямків у сфері фестивального туризму є організація турів на карнавали. При плануванні таких подорожей враховуються численні вимоги туристів, серед яких близьке розташування місця проживання до місця проведення заходів, доступ до якісних закладів харчування, оригінальний архітектурний стиль та незвичний

інтер'єр готелів, належна кількість обслуговуючого персоналу, а також наявність поблизу крамничок чи пунктів прокату карнавальних костюмів.

Італія, з її багатою історією, культурною спадщиною та традиціями, є відомим осередком унікальних і яскравих фестивалів. Від півночі до півдня кожен регіон пропонує свої неповторні свята, які приваблюють туристів з усього світу.

В додатку Б представлені фестивалі, які проходять і будуть проходити в Італії по місяцях, і поділено на типи: гастрономічні, культурні, музичні, релігійні [7].

В додатку В представлено «Топ-10 фестивалів, які варто відвідати» [4], ТОП-8 фестивалів Італії світового значення представлено в додатку Г.

Італія вже давно здобула репутацію однієї з найвідоміших «святкових» країн. Одним із найзнаменитіших та найулюбленіших заходів є карнавал у Венеції, який щорічно проводять у лютому. Протягом десяти днів місто поринає в атмосферу XVIII століття: кавалькади, традиційні церемонії та яскраві паради-маскаради заповнюють галасливі вулички Венеції. Щороку цей грандіозний захід приваблює понад пів мільйона туристів з різних куточків світу. (Рис.2.2) [18].



Рис. 2.2. Венеціанський карнавал

Карнавал традиційно починається святом «Festa delle Marie», яке символізує звільнення дівчат, викрадених піратами з Істрії у Венеції.

Святкова хода стартує від палацу Святого Петра і завершується на площі Святого Марка, де відбувається спалення символічного опудала.

У лютому також проводиться знаменитий карнавал у місті Віареджо [8].

Ця подія розпочинається маскарадом на площі П'яцца Маціні, де участь беруть оркестри й різноманітні музичні колективи. (Рис. 2.3).



Рис. 2.3. Карнавал у Віареджо

Цей карнавал прославився тим, що його учасниками є величезні ляльки, стилізовані під зірок та відомих політичних діячів. Парад триває кілька днів і завершується грандіозним феєрверком.

Пишність Старовинного Міста та Делікатес Тортеллі Уявіть місто, яке славиться своїм потужним старовинним мостом 14 століття та найсмачнішими тортеллі - фаршированими пельменями ручної роботи. Це Верона, де щороку відбувається фестиваль Нодо-д'Аморе Тортеллі (Рис. 2.4).



Рис.2.4. Фестиваль Нодо-д'Аморе Тортеллі

Традиційне Свято на Мосту Під час цієї унікальної події жителі та гості міста збираються на мосту для вечері, щоб відсвяткувати та насолодитися цим регіональним делікатесом. Фестиваль не лише демонструє кулінарну майстерність, а й поєднує людей у святкуванні місцевих традицій та історії.

Відродження Історії в Серці Тоскани. Літо в Сієні, Тоскані, не схоже ні на що інше завдяки Паліо - одній з найяскравіших і найцікавіших подій в Італії (Рис.2.5) [16].



Рис. 2.5. Відродження історії в Серці Тоскани

Цей фестиваль не просто стрибки, це відродження історії, культури та пристрастей, що сягають корінням у середньовіччі. Середньовічна Атмосфера та Суперництво Міських Кварталів Паліо – це не тільки стрибки, а й свято, у якому відтворюється середньовічна атмосфера. Вулиці Сієни наповнюються квітами, прапорами та людьми у традиційних костюмах. Міські квартали, або контради, змагаються один з одним у цій захоплюючій гонці, демонструючи свої давні альянси та запеклі суперництва. Дух Середньовічних Традицій Головною сценою Паліо є знаменита П'яцца дел Кампо, де проходить сама стрибка. Жокеї, одягнені в яскраві костюми, репрезентують свої контради, беручи участь у заїздах на неосідланих конях. Ця подія - справжня вистава середньовіччя, де зради та хабарництво часом відіграють ключову роль.

Кулінарне Чарівництво на узбережжі Чінкве-Терре. Фестиваль риби в Камоглі, розташованому в мальовничому регіоні Чінкве-Терре, є однією з найнезвичайніших і найцікавіших кулінарних подій в Італії (Рис.2.6).



Рис. 2.6. Фестиваль риби в Камоглі

Святкування в честь Святого Фортунато Сагра-дель-Песо Камоглі - це грандіозне святкування, присвячене святому Фортунато, покровителю міста. Головною atrakцією фестивалю є приготування величезної кількості риби, що перетворює його на справжній рай для любителів морепродуктів. Уявіть собі смаження 3000 тонн риби на відкритому повітрі! Це перетворює Камоглі на центр гастрономічної уваги. Під час фестивалю використовується величезна сковорода, що робить процес приготування риби видовищним та незабутнім. Мешканці та гості міста збираються навколо, щоб спостерігати за цим унікальним кулінарним процесом та насолодитися свіжоприготовленими морепродуктами.

Занурення в Релігійні Традиції Південної Італії Фестиваль Мадонна Делл'Алтомаре в Отранто, Апулія, як одна з найкультовіших релігійних подій у Південній Італії. Хо́да, що символізує Віру та Культуру У цьому місті, відомому своїми золотистими барочними церквами, щороку проводиться нескінченна ритуальна хода (Рис.2.7).



Рис.2.7. Мадонна Делл'Алтомаре, Отранто, Апулія

Вулиці Отранто оживають, коли місцеві моряки та рибалки супроводжують статую Діви Марії до гавані, що є виразом глибокої релігійної віри та поваги до покровительки моряків. Видовище, що відображає історію та дух міста. Цей фестиваль - не просто релігійний захід, це видовище, що відображає історію та дух Отранто. Він поєднує в собі релігійні обряди з культурними традиціями, створюючи атмосферу, в якій кожен може відчути себе частиною чогось великого і вічного.

З 1973 року кожен липень місто Перуджа в Умбрії перетворюється на світову джазову столицю завдяки своєму знаменитому джазовому фестивалю. Ця подія не просто фестиваль, а справжнє торжество джазу, яке приваблює музикантів та любителів жанру з усього світу. Репутація Світового рівня Джазовий фестиваль у Перуджі заслужив репутацію одного з найкращих джазових заходів на планеті [5].

Його відрізняє ретельний підхід до підбору виконавців та жанру, що гарантує високий рівень музичних виступів (Рис.2.8).

Магніт для Любителів Джазу. Цей фестиваль щорічно приваблює тисячі відвідувачів, які прагнуть поринути у атмосферу справжнього джазу. Сцени фестивалю розміщуються по всьому місту, від історичних площ до сучасних майданчиків, надаючи унікальний досвід прослуховування та взаємодії з музикантами.



Рис. 2.8. Джазовий Фестиваль у Перуджі

Гонка на Винних Бочках: Унікальне Змагання Монтепульчано, знаменитий своїм вином *Vino Nobile*, щороку приваблює натовпи туристів завдяки своєму незвичайному та хвилюючому фестивалю – *Bravio delle Botti* (Рис.2.9) [17].



Рис. 2.9. Фестиваль - Bravio delle Botti

Ця подія - не просто свято, а захоплююче змагання, в якому учасники штовхають важкі винні бочки вгору крутими вуличками міста. Традиції та Сучасність *Bravio delle Botti* поєднує в собі давні традиції та сучасне святкування. Гонка винних бочок походить від середньовічних звичаїв, але сьогодні цей захід став символом Монтепульчано та його культурної спадщини. Культурне значення Крім самих перегонів, фестиваль включає різні культурні заходи, такі як паради в середньовічних костюмах, дегустації місцевих вин і традиційні святкові частування. Це робить *Bravio delle Botti* не

лише спортивною подією, а й справжнім святом італійської культури та історії.

2.2. Оцінка ефективності розвитку фестивального туризму в Італії

Фестивальний туризм в Італії залишається надзвичайно популярним, а міжнародний попит на цю країну як туристичну дестинацію стабільно високий. Італія володіє багатими природними, культурними та історичними ресурсами, що створює унікальну основу для активного розвитку цього виду туризму.

Фестивальний продукт має бути рішенням двох головних бід туристичного сектору регіону: *сезонності та географічної диспропорції*.

Організаційне рішення: Фестивалі навмисно призначають на «низький сезон». Наприклад, фестиваль світла у міжсезонний період здатний завантажити готелі міста на 100% у місяці, коли класичний потік туристів нульовий. Локації обираються за межами перевантажених мегаполісів для стимулювання регіональної економіки.

Розрахунок пропускної спроможності

Організатори зобов'язані економетрично та фізично розраховувати три типи місткості дестинації (табл. 2.1) [3].

Таблиця 2.1

Типи місткості дестинації

<i>Тип місткості</i>	<i>Що обмежує?</i>	<i>Організаційне вирішення проблеми</i>
Екологічна	Максимальна кількість людей, яка не завдасть незворотної шкоди локації (наприклад, національному парку чи замку).	Продаж строго лімітованої кількості квитків (Early Bird / Sold Out системи).
Інфраструктурна	Кількість ліжко-місць у радіусі 30-50 км та пропускна здатність доріг/залізниці.	Запуск спеціальних фестивальних шатлів від найближчих великих транспортних хабів.
Соціальна	Межа терпимості	Безкоштовні квитки для

	місцевого населення до шуму, сміття та натовпів.	жителів комуни, фінансові відрахування у фонд благоустрою міста з кожного квитка.
--	--	---

Для локального відвідувача маркетингова кампанія може тривати 2-4 тижні. Для фестивального туриста вікно прийняття рішення становить від 6 до 12 місяців.

Матриця життєвого циклу фестивального продукту

Згідно з концепцією життєвого циклу туристичної дестинації (модель Батлера), фестивальний продукт проходить чотири організаційні стадії, на кожній з яких змінюється структура попиту (2.10).

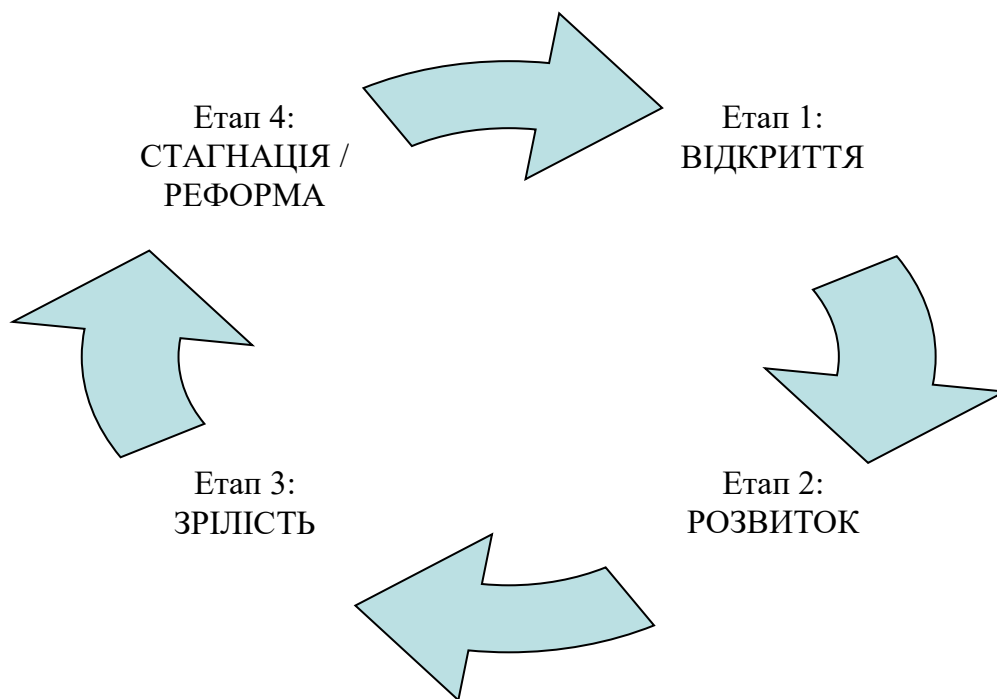


Рис. 2.10. Організаційні стадії фестивального продукту

Фестиваль як туристичний продукт вважається успішним лише тоді, коли організаторам вдається утримати його на Етапі 3 за допомогою постійного оновлення концепту (ребрендингу, впровадження інноваційних технологій, зміни інтерактивних зон), не дозволяючи продукту скотитися у стагнацію та втрату автентичності.

На території країни функціонує 24 національні парки, велика кількість регіональних природних резерватів, морських зон, державних водойм та

водно-болотних угідь. Різноманітні природоохоронні зони охоплюють 10% національної території, і їх кількість продовжує зростати, сприяючи збереженню природної спадщини.

Італія також є світовим лідером за кількістю об'єктів, включених до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. У країні нараховується 49 таких об'єктів (45 культурного та 4 природного значення), що входять до переліку зі 981 об'єкта загальносвітового масштабу.

Особливістю італійського фестивального туризму є розвинена мережа малого бізнесу, яка пропонує туристам унікальний досвід і автентичність. Протягом багатьох років Італія сформувала широкий спектр туристичних продуктів, які здатні задовольнити потреби найвибагливіших відвідувачів із різними смаками.

Фестивальний туризм має значний економічний вплив на Італію. Туристична галузь прямо чи опосередковано зачіпає всі сектори економіки, забезпечуючи 11,3% (163,6 млрд євро) від загального ВВП та створюючи 11,7% робочих місць (приблизно 2,7 мільйона). Туризм також є важливим елементом експорту: частка доходів від туристичних послуг в Італії приблизно на 40% перевищує середній показник у ЄС (22,6%) і є вищою за аналогічні показники у Франції, Німеччині чи Великобританії.

Різноманіття туристичних ресурсів дозволяє Італії пропонувати туристам захопливий відпочинок протягом усіх чотирьох сезонів. Аналіз міжнародного туристичного потоку показує, що найбільше гостей приваблюють культурно-історичні пам'ятки країни, зокрема міста мистецтва (45%), гірські райони та озера (22%), а також приморські курорти (17%).

У країні спостерігаються значні відмінності у розвиненості фестивального туризму між окремими регіонами, а також у популярності об'єктів, залежно від рівня природних чи культурних ресурсів. Наприклад, поряд із найвідомішими музеями світового масштабу є чимало маловідомих закладів, які хоч і мають важливе історичне значення, але залишаються в тіні.

Навіть у таких популярних туристичних містах, як Піза та Флоренція, серед надзвичайно відвідуваних місць можна знайти менш відомі куточки, які практично залишаються поза увагою іноземних гостей. Цікаво, що італійці самі мало відвідують музеї: лише 34% місцевих жителів (у віці від 15 років і старше) побували в музеї або на виставці протягом останнього року. Цей показник значно нижчий, ніж у провідних країнах ЄС: у Великобританії це 49%, у Німеччині – 48%, у Франції – 43%, а в Іспанії – 38%.

Італії необхідно адаптувати свою туристичну пропозицію до потреб сучасного ринку, що постійно змінюється і стає дедалі динамічнішим. Одним із ключових факторів розвитку туристичної індустрії є впровадження нових інформаційних технологій, особливо інтернету, який кардинально трансформує сферу міжнародного туризму і взаємодію з мандрівниками.

Замовлення туристичних послуг через Інтернет дозволяє зекономити до 30% порівняно з використанням традиційних каналів. В Італії за останні роки цей спосіб швидко набирає популярності й стає важливим напрямком у розвитку електронної комерції. Зокрема, онлайн-туризм уже займає провідне місце серед секторів електронної торгівлі в країні та є ключовим чинником прогресу в туристичній галузі. Проте малий бізнес, який становить основу туристичної індустрії Італії, досі не повністю використовує потенціал Інтернету. Зважаючи на зростаюче значення пошуку інформації онлайн і купівлі туристичних послуг, цей підхід може стати суттєвою конкурентною перевагою для малого бізнесу. Особливо це актуально в умовах збільшення популярності коротких подорожей, які плануються в останній момент.

Для сприяння розвитку галузі національне агентство з туризму створило офіційний туристичний портал країни. Дослідницькі рекомендації наголошують на необхідності зосереджуватися більше на висвітленні можливих напрямків подорожей, ніж окремих об'єктів. Також варто посилювати матеріали, що акцентують увагу на культурних особливостях регіонів, і створити розділи, орієнтовані на великих туроператорів та сферу

MICE (організація заходів із мотиваційною, навчальною чи представницькою метою).

В Італії туризм має надзвичайно важливе значення для реалізації регіональної політики, адже він сприяє розвитку як регіональних, так і місцевих територій, генеруючи значні економічні потоки та зв'язки між різними галузями. Багато італійських міст суттєво залежать від туризму. Наприклад, Венеція з населенням близько 270 тисяч осіб щороку приймає близько 40 мільйонів туристів. Щодня місто відвідують близько 50 тисяч мандрівників, чиї витрати значно перевищують витрати місцевих мешканців.

Експерти сходяться на думці, що для Італії актуальніше робити акцент не на збільшенні кількості туристів, а радше на покращенні якості обслуговування й адаптації послуг до реальних потреб ринку. Аналіз даних про подорожі італійців у 2023 році демонструє, що більшість—81%—подорожували всередині країни, тоді як лише 19% вибирали міжнародні поїздки.

2.3. SWOT – аналіз розвитку фестивального туризму в Італії

Досвід провідних туристичних країн показує, що одним із ключових чинників ефективного розвитку фестивального туризму є впровадження конкурентних стратегій. Ці стратегії не лише сприяють динамічному розвитку даної сфери в країні, але й дозволяють створювати конкурентоспроможний туристичний продукт, що забезпечує значущу позицію на міжнародному ринку туристичних послуг.

Для аналізу стану гірськолижних туристичних комплексів часто застосовують дослідження їх внутрішнього та зовнішнього середовища за допомогою методики SWOT-аналізу. SWOT-матриця якісного аналізу є важливим елементом систематичної оцінки географічної зони як туристичного продукту. Вона допомагає виявити ключові проблеми, визначити ситуацію на ринку та формулювати стратегії для подальшого розвитку території.

Сам термін SWOT утворений від перших літер англійських слів: Strengths (сили), Weaknesses (слабкості), Opportunities (можливості), Threats (загрози).

Під час проведення SWOT-аналізу визначаються загрози та можливості, що можуть виникнути у зовнішньому середовищі, а також сильні та слабкі сторони, притаманні об'єкту дослідження. Цей аналіз дозволяє розробити основну стратегію розвитку фестивального туризму в Італії та окреслити конкретні напрями для стимулювання його прогресу як перспективної галузі. Вона є високорентабельною, екологічно чистою та енергоефективною.

SWOT-аналіз також сприяє стратегічній інтерпретації впливу різних факторів на тенденції розвитку фестивального туризму. Завдяки цьому аналізу формується узагальнена оцінка сильних і слабких сторін сектору фестивального туризму та дестинацій (внутрішнє середовище), а також можливостей і загроз з боку зовнішнього середовища, включаючи інші сфери туризму.

Отримані результати стають основою для прийняття управлінських рішень, які спрямовані на стратегічний розвиток галузі.

Для визначення оптимальних стратегій у межах матриці SWOT-аналізу доцільно проаналізувати вплив та поєднання ключових чинників, які найбільше впливають на динаміку розвитку фестивального туризму. Це дозволяє виявити найефективніші напрямки подальших дій (Табл.2.2).

Таблиця 2.2

Загальні характеристики сильних і слабких сторін, можливостей та загроз для розвитку фестивального туризму в Італії

<i>Сильна сторона</i>	<i>Слабка сторона</i>
1. Багатство культурних ландшафтів. 2. Багате історичне минуле регіону. 3. Вигідне туристично-географічне положення. 4. Розвинена система музейних показів 5. Велика кількість місць історичного значення.	1. Відсутність широкодоступного єдиного календаря визначних подій, фестивалів, виставок. 2. Відсутність механізму отримання системної, повноцінної та актуальної інформації щодо розвитку туристичної галузі в

6.Наявність програмно-екскурсійного забезпечення. 7. Доступність культових споруд міст.	регіоні.
Можливість	Загроза
1. Інвестиційний та інноваційний потенціал території. 2. Організація програми туристичного брендингу на місцевому та державному рівнях. 3. Формування позитивного іміджу 4. Вигідність географічного положення. 5. Унікальність природних ресурсів. 6. Розвиненість транспортної інфраструктури. 7. Збільшення використання природного потенціалу у розвитку туристичної сфери. 8. Реструктуризація туристичних об'єктів. 9. Створення нового якісного і конкурентоспроможного продукту, різноманітного за змістом (етнографічні, духовно-просвітницькі, екологічні та комбіновані тури). 10. Реорганізація діючої туристичної інфраструктури (готелів, закладів харчування, торгівлі, розваг) 11. Формування позитивного іміджу та збільшення в'їзних туристичних потоків за рахунок розширення видів туризму. 12. Розвиток культурних надбань, подій та ініціатив. 13. Залучення інвестицій для розвитку природної та культурно-історичної спадщини регіону. 14. Впровадження інноваційних технологій для забезпечення екскурсійного обслуговування.	1. Податковий тиск. 2. Погіршення екологічного стану. 3. Зниження рівня популярності 4. Незадовільний стан матеріально-технічної бази. 5. Відсутність єдиної програми ініціативи у сфері територіального маркетингу. 6. Відсутність регулярної політики зовнішніх комунікацій. 7. Державна податкова політика, яка не сприяє розвитку туризму. 8. Руйнування історичних споруд внаслідок діяльності людини. 9. Конкуренція у туристичній сфері з боку інших регіонів та країн. 10. Недосконалість законодавчої бази у сфері туризму. 11. Невизначеність загального вектору соціально-економічного розвитку країни на найближчий період.

Здійснивши аналіз можливостей, можна зробити висновок, що найімовірнішими сприятливими зовнішніми факторами, характерними для

туристичного ринку, є реорганізація діючої туристичної інфраструктури (готелів, закладів харчування, торгівлі, розваг) та активізація платоспроможного туристичного попиту серед населення країни та регіону. Їх врахування при створенні стратегії розвитку туристичної галузі регіону та поєднання із сильними сторонами в діяльності суб'єктів регіонального туристичного ринку може дати найоптимальніший результат.

Також слід звернути увагу на зовнішні фактори, які мають помірний вплив на галузь і середню імовірність реалізації. Це формування позитивного іміджу та збільшення в'їзних туристичних потоків за рахунок розширення видів туризму.

Разом з тим, існує низка чинників, що стримують ефективне використання природного та історико-культурного потенціалу для розвитку фестивального туризму. Одним із ключових є слабка інформаційна підтримка галузі - зокрема, відсутність туристичних центрів при українських посольствах, недостатня присутність відеореклами на закордонному телебаченні, а також обмежений випуск тематичних матеріалів і путівників.

Розробка регіональної стратегії розвитку фестивального туризму на майбутнє ґрунтується на врахуванні його конкурентних переваг і наявних обмежень, що проаналізовані за допомогою SWOT-методу. (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Загальна характеристика сильних та слабких сторін розвитку фестивального туризму в Італії

<i>Можливі внутрішні переваги:</i>	<i>Потенційні внутрішні недоліки</i>
1. Регіон вирізняється значним природним і культурним потенціалом.	1. Нестача інформаційних центрів та центрів просування туристичних послуг.
2. Існують унікальні туристично-рекреаційні продукти, серед яких фестивалі, виставки, музеї.	2. Недостатність системної організації інформаційно-рекламного забезпечення.
3. Функціонують громадські організації, що сприяють розвитку та підтримці туризму.	
4. Спостерігається позитивна	

тенденція у вдосконаленні матеріально-технічної бази туристично-рекреаційної сфери.	
Ймовірні зовнішні можливості:	Потенційні зовнішні загрози
1. Можливість реалізації регіональної програми розвитку туризму, що базується на багатому ресурсному потенціалі.	1. Висока конкуренція з боку сусідніх регіонів.
2. Збільшення інвестицій, спрямованих на охорону унікального природного середовища.	2. Недостатньо нормативно-правова база для розвитку туризму.
3. Підвищення інвестиційної зацікавленості у реставрації та ремонті культурних об'єктів регіону.	

Узагальнюючи результати SWOT-аналізу, пропонуємо зведену таблицю, що відображає кількісне співвідношення кожного з його елементів, виходячи з припущення про їх умовну рівнозначність у межах відповідних категорій. (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Кількісне співвідношення елементів SWOT-аналізу

Кількість елементів	Кількість елементів	Різниця
Розвиток фестивального туризму в Італії		
Сильні сторони	Слабкі сторони	
7	2	+5
Можливості	Загрози	
14	11	+3
Переваги	Недоліки	
4	2	+2
Можливості	Загрози	
3	2	+1

На основі проведеного SWOT-аналізу визначено, що фестивальний туризм має низку сильних сторін та перспективних можливостей для виходу на ринок туристичних послуг Італії. За умови ефективного використання цих переваг, а також мінімізації впливу слабких сторін і зовнішніх загроз, можливе формування дієвих стратегій. Це, у свою чергу, сприятиме

забезпеченню конкурентоспроможності туристичного продукту, що пропонується підприємствами галузі.

Реалізація **SO-стратегії**, яка передбачає використання вигідного туристично-географічного положення, залучення широких міжнародних контактів і професійних кадрів туристичної галузі для розробки видів туризму, які базуються на використанні оновлених об'єктів туристичної інфраструктури і розраховані на платоспроможний попит, можлива лише за умови об'єднання зусиль суб'єктів туристичної галузі та органів влади і спрямування спільних дій на створення унікального туристичного продукту.

ST-стратегія організації конструктивної співпраці із суміжними регіонами у просуванні нових турів та видів туризму. Ця стратегія використовує вигідне туристично-географічне положення, унікальні об'єкти природної та історико-культурної спадщини і базується на використанні оновлених об'єктів туристичної інфраструктури, на платоспроможному попиті, безсумнівному ефекті для розвитку туристичної галузі та реальних можливостях формування конкурентоспроможного туристичного продукту.

Можливість реалізації **WO-стратегії**, яка передбачає розробку механізму подання повноцінної інформації щодо турів, які базуються на використанні оновлених об'єктів туристичної інфраструктури і розраховані на платоспроможний попит за допомогою використання сучасних інформаційних технологій, ми розглядаємо як найоптимальнішу для суб'єктів туристичної галузі, вона має орієнтуватися на використання принципів Інтернет-маркетингу і враховувати особливості й сучасні вимоги потенційних споживачів туристичного продукту, інформацію про які необхідно збирати за допомогою проведення спеціалізованих маркетингових досліджень. Звичайно, створення спеціалізованого регіонального Інтернет-порталу суб'єктів туристичної галузі значно допомогло б у просуванні регіонального туристичного продукту, але використання при цьому Інтернет-сайту.

WT-стратегія, яка передбачає орієнтацію діяльності переважно на традиційні види виїзного туризму і розроблені програми короткочасного перебування туристів у регіоні за відсутності системної, повноцінної та актуальної інформації щодо розвитку туристичної галузі.

Галузь виїзного туризму при активізації платоспроможного туристичного попиту серед населення країни та регіону у короткотерміновій перспективі, без сумніву, дає регіональним тур-фірмам економічний ефект, але при цьому не сприяє ні формуванню унікального туристичного продукту, ні створенню передумов для економічного зростання регіону, оскільки грошові потоки від реалізації таких туристичних продуктів спрямовані у зворотному напрямку.

Окрім цього, орієнтація діяльності регіональних туристичних фірм на використання однієї стратегії загострює внутрішню конкуренцію, значно звужуючи коло можливостей для успішної та ефективної діяльності.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА АВТОРСЬКОГО ФЕСТИВАЛЮ ТА АВТОРСЬКОГО ТУРУ

3.1. Розробка авторського фестивалю «Lumina di Pietra (Фестиваль Живого Каменю та Світла)»

Концепція даного фестивалю є унікальною, атмосферною та яскравою, він ідеально вписується в італійський колорит.

Назва фестивалю: Lumina di Pietra (Фестиваль Живого Каменю та Світла).

Концепція та ідея. Італія славиться своєю архітектурою, мармуром та давніми руїнами. Lumina di Pietra – це синергія суворого, вічного каменю та ефемерного, сучасного цифрового мистецтва. На кілька днів старовинне італійське містечко перетворюється на інтерактивне полотно, де класична скульптура та архітектура «оживають» за допомогою світлових інсталяцій, 3D-мепінгу та звукових ефектів.

Унікальність фестивалю. Головна фішка фестивалю – екстремальний контраст матеріального та нематеріального. Це повна протилежність традиційним історичним реконструкціям, якими переповнена Італія.

Замість звичних міських площ чи залів, головне дійство розгортається у величних мармурових кар'єрах. Білосніжні кілометрові стіни зрізаного каменю працюють як гігантські 3D-екрани. Такого масштабу та природної величі не здатна відтворити жодна рукотворна декорація.

Фестиваль поєднує ремесло, якому тисячі років (обробка мармуру, скульптура), із технологіями майбутнього (нейромережеве мистецтво, генеративний графічний дизайн, лазерний мепінг). Гості бачать, як «вічний» камінь візуально плавиться, рухається та оживає під дією світла.

Геометрія кар'єрів створює природний ревербератор із неповторним об'ємним звуком. Концерти неокласичної та ембієнт-музики в таких умовах перетворюються на майже сакральний, іммерсивний (із ефектом повної присутності) досвід.

Їжа стає частиною перформансу. Страви, що готуються на розпеченому камені, та коктейлі чи десерти, що світяться під ультрафіолетом, перетворюють звичайну вечерю на інтерактивне мистецтво.

Актуальність фестивалю. Сучасний світ шукає нові сенси для старих локацій. Замість того, щоб сприймати мармурові кар'єри лише як місце промислового видобутку, фестиваль перетворює їх на монументальний арт-простір. Це демонструє, як промисловість може екологічно та красиво співіснувати з високим мистецтвом.

Сучасного туриста складно здивувати просто гарною архітектурою чи смачною їжею – люди шукають унікальний досвід (*experience economy*). Фестиваль не пропонує бути просто глядачем; завдяки інтерактивним інсталяціям, де світло реагує на рухи або голоси людей, та фінальній "Білій ночі", відвідувачі самі стають частиною мистецького полотна.

Традиційні фестивалі часто критикують за тонни сміття та шумове забруднення. Lumina di Pietra вирішує це:

- Замість гучних та шкідливих для птахів феєрверків – тихі, але вражаючі лазерні шоу.
- Використання виключно LED-технологій та відновлюваної енергії зменшує вуглецевий слід до мінімуму.
- Це приваблює найбільш платоспроможну та свідому аудиторію (міленіалів та зумерів), які готові платити за екологічно відповідальні івенти.

Італія (особливо Флоренція, Венеція, Рим) потерпає від напливу туристів. Проведення такого масштабного фестивалю в регіоні Масса-Каррара дозволяє децентралізувати туристичні потоки, відкрити мандрівникам нову нетипову локацію та підтримати економіку регіону на початку осені, коли класичний пляжний сезон уже завершився.

Аналіз перспектив проведення фестивалю Lumina di Pietra показує, що проєкт має високий потенціал для комерційного успіху, залучення інвестицій та масштабування. Завдяки унікальній локації та затребуваному формату, фестиваль може швидко стати новою візитівкою регіону Тоскана.

Місце проведення. Тоскана або Лігурія. Локація: Масса-Каррара (Massa-Carrara) або занедбані, але величні мармурові кар'єри Апуанських Альп (де брав мармур сам Мікеланджело), а також історичний центр міста.

Білий мармур є ідеальним природним екраном для проєкцій та світла.

Час та тривалість. Кінець вересня – початок жовтня. Вдень уже не спекотно, а ночі теплі й темні, що ідеально для світлового шоу. Тривалість: 4 дні (з четверга по неділю).

Програма фестивалю

1. Світлові інсталяції та 3D-Mapping (Щовечора з 20:00 до 02:00):

Відомі медіа-артисти з усього світу проєктують на мармурові стіни кар'єрів та фасади дуомо динамічні картини, що розповідають історію Італії від етрусків до епохи Відродження та футуризму.

2. Симпозіум нетрадиційної скульптури (Вдень):

Майстри з усього світу створюють скульптури, але не класичні, а з інтегрованими неоновими елементами, склом та дзеркалами. Гості можуть спостерігати за процесом онлайн та офлайн.

3. Ембієнт-концерти в кар'єрах:

Акустика у мармурових кар'єрах неймовірна. Увечері там проходять виступи неокласичних композиторів (у стилі Людовіко Ейнауді) та електронних експериментаторів, які синхронізовані зі світловими ефектами.

4. Нічний маркет світла та смаку (Mercato Luminoso):

Фудкорти, де подають традиційну тосканську їжу, але з елементами «молекулярної гастрономії» (наприклад, десерти, що світяться у темряві під ультрафіолетом завдяки натуральним інгредієнтам).

Цільова аудиторія: Поціновувачі сучасного мистецтва, фотографи, туристи, що шукають автентичний, але сучасний досвід, та молодь.

Квитки:

- *Вхід в історичний центр міста:* Безкоштовний (загальні інсталяції).
- *Квиток у кар'єри (головна сцена + концерти):* €45 за день / €120 за всі дні.

Весь фестиваль живиться від відновлюваних джерел енергії (сонячні панелі, накопичувачі). Використовується виключно LED-освітлення з низьким споживанням.

Меню фестивалю

Оскільки це Італія, без їжі нікуди. Спеціально для фестивалю місцеві шефи розробляють меню "Камінь та Вогонь":

- ✓ Стейки *Bistecca alla Fiorentina*, приготовані на розпеченому мармуровому камінні.
- ✓ Місцеве біле вино *Candia dei Colli Apuani*, яке подається у келихах з підсвічуванням.
- ✓ Традиційне сало *Lardo di Colonnata* (яке витримується в мармурових ваннах), презентоване у вигляді сучасних арт-закусок.

Фішка фестивалю: Останньої ночі влаштовується "*La Notte Bianca*" (Біла ніч), коли всі гості приходять у білому одязі, стаючи частиною світлового перформансу, а завершується все грандіозним лазерним шоу, яке імітує салют (без шуму та шкоди для птахів і екології).

Ось чому фестиваль *Lumina di Pietra* є не просто ще однією розвагою, а проєктом, який ідеально відповідає викликам часу та культурним запитам сьогодення.

Економічні та фінансові перспективи

Фестиваль побудований на моделі диверсифікованого доходу, що мінімізує фінансові ризики.

Оскільки вхід до історичного центру міста безкоштовний, це створює масове охоплення. При цьому ексклюзивні нічні шоу та концерти в мармурових кар'єрах є повністю монетизованими (платна зона). За середньої місткості безпечно облаштованого кар'єру в 3,000–5,000 людей за ніч, дохід лише з квитків може скласти значну суму вже в перший рік.

Проект ідеально підпадає під грантові програми Європейського Союзу з розвитку регіонального туризму та інновацій у сфері культури (наприклад, програми *Creative Europe*). Міністерство культури Італії (*Ministero della Cultura*) та влада регіону Тоскана зацікавлені в децентралізації туризму, тому готові покрити до 30-40% бюджету на старті.

Формат high-tech та екологічного мистецтва є магнітом для великих спонсорів. Потенційні партнери:

- ✓ Технологічні гіганти (Sony, Panasonic, Epson) – для надання проекційного та лазерного обладнання в обмін на статус "технічного партнера" та демонстрацію своїх флагманських технологій.
- ✓ Автомобільні бренди (наприклад, Tesla чи Fiat) – презентація електрокарів на тлі екологічного фестивалю майбутнього.
- ✓ Виробники преміальних італійських вин та гастрономії.

Маркетингові перспективи та залучення аудиторії

Проект має колосальний візуальний потенціал, що полегшує його просування.

Світлові інсталяції на гігантських білих скелях – це контент, який ідеально продає себе сам у TikTok, Instagram та YouTube. Блогери та фотографи створюватимуть мільйонні охоплення без додаткових витрат на рекламу з боку організаторів.

Проведення наприкінці вересня або на початку жовтня дозволяє готелям, ресторанам та транспортним компаніям регіону заробляти в період «низького сезону», коли класичні пляжні туристи вже поїхали. Це гарантує максимальну підтримку від місцевого бізнесу.

Потенціал фестивалю. Фестиваль розроблений як довгострокова франшиза чи щорічна подія, яка може розвиватися за кількома векторами:

- 1–2 рік (Становлення): Локальний європейський івент, орієнтований на туристів з Італії, Німеччини, Франції та Швейцарії. Основний фокус на медіа-артистах та світловому шоу.
- 3–5 рік (Міжнародне визнання): Інтеграція AR/VR технологій (коли гості через смартфони або спеціальні окуляри бачать додаткові цифрові скульптури в кар'єрах). Запуск власної премії для молодих медіа-митців *Lumina Digital Art Award*.
- 6+ рік (Глобальна франшиза): Можливість експортувати концепт в інші країни, які мають унікальні промислові локації (наприклад, занедбані шахти в Уельсі, каньйони в США чи печери в Каппадокії, Туреччина).

Ризики проведення фестивалю та шляхи їх подолання

Жоден великий проєкт не обходиться без викликів. Для *Lumina di Pietra* головними ризиками є наступні (табл. 3.1)

Таблиця 3.1

<i>Ризик</i>	<i>Спосіб вирішення / Захист</i>
Погода: Дощ або туман можуть зіпсувати лазерне та світлове шоу.	Мати «план Б» з перенесенням частини концертів у криті павільйони чи старовинні базиліки міста. Використання захищеного всепогодного обладнання.
Логістика та безпека в кар'єрах: Мармурові кар'єри є зоною підвищеної небезпеки (урвища, нестабільний рельєф).	Суворий зонінг. Глядачі перебувають лише на спеціально змонтованих безпечних платформах із захисними бар'єрами. Залучення професійних служб безпеки.
Протести екологів: Побоювання щодо впливу світла на місцеву фауну.	Попередня екологічна експертиза. Спрямування променів виключно на стіни кар'єру, використання частот світла, найменш помітних для нічних птахів та кажанів.

Фестиваль Lumina di Pietra має чудові перспективи. Він пропонує унікальний досвід на стику природи, історії та майбутнього, що робить його фінансово привабливим для інвесторів та незабутнім для відвідувачів.

Для концепції фестивалю Lumina di Pietra проведено SWOT-аналіз, який тверезо оцінює внутрішні чинники проєкту та зовнішнє ринкове середовище (табл. 3.2.)

Таблиця 3.2.

SWOT-Матриця проєкту "Lumina di Pietra"

<i>Strengths (Сильні сторони)</i> <i>Внутрішні переваги проєкту</i>	<i>Weaknesses (Слабкі сторони)</i> <i>Внутрішні обмеження та недоліки</i>
* Унікальна локація (Wow-ефект): Білосніжні мармурові кар'єри Апуанських Альп як гігантські природні екрани – аналогів у світі майже немає. * Трендовий формат: Поєднання діджитал-арту, світлових технологій та іммерсивності має колосальний попит серед платоспроможної аудиторії. * Висока вірусність (Інстаграмність): Візуальний контент фестивалю безкоштовно просуватиме себе через соцмережі відвідувачів. * Екологічна концепція: Використання LED та відновлюваної енергії захищає проєкт від еко-критики та приваблює свідомих спонсорів.	* Висока собівартість старту: Потужне проекційне обладнання (3D-mapping лазери) та світлові системи коштують дорого (оренда/логістика). * Складна логістика безпеки: Проведення івенту у промисловому кар'єрі вимагає значних витрат на монтаж безпечних платформ для глядачів. * Сезонна залежність від часу доби: Головне шоу може проходити лише після заходу сонця (обмежений таймінг активностей). * Новий бренд: Відсутність стартової впізнаваності порівняно з історичними фестивалями Італії.
<i>Opportunities (Можливості)</i> <i>Зовнішні позитивні фактори</i>	<i>Threats (Загрози)</i> <i>Зовнішні ризики та виклики</i>
* Державна підтримка та гранти ЄС: Можливість отримати до 40% фінансування від Міністерства культури Італії та фондів ЄС за розвиток децентралізованого туризму. * Залучення технологічних спонсорів: Бренди електроніки (Sony,	* Погодні умови (Форс-мажор): Шторм, сильний дощ або туман у горах можуть повністю зірвати лазерне шоу чи унеможливити доступ до кар'єру. * Бюрократичні обмеження: Складність отримання дозволів на роботу в діючих або заповідних зонах

Epson) можуть стати партнерами задля демонстрації своїх проекторів. * Розширення сезону (Deseasonalization): Місцева влада та готелі активно підтримають івент, оскільки він приваблює туристів у жовтні (низький сезон). * Потенціал франшизи: У майбутньому концепт можна масштабувати на інші унікальні локації світу (каньйони, печери).	видобутку мармуру. * Конкуренція за увагу: Ризик перенасичення європейського ринку іншими світловими фестивалями (наприклад, Signal у Празі чи світлові шоу в Ліоні). * Економічна нестабільність: Зниження купівельної спроможності європейців може вдарити по продажах VIP-квитків.
---	--

Щоб фестиваль став успішним, необхідно правильно скомбінувати всі елементи:

1. Використовувати унікальність локації (мармурових кар'єрів) як головний аргумент для отримання екологічних та культурних грантів від ЄС. Позиціонувати івент для технологічних гігантів не просто як рекламу, а як "тест-драйв їхнього обладнання в екстремальних та масштабних умовах".
2. Високу вартість обладнання можна перекрити за рахунок бартеру з технічними спонсорами. Проблему залучення аудиторії до нового бренду вирішити завдяки колабораціям із відомими світовими медіа-художниками, які привезуть із собою власну базу фанатів.
3. Для мінімізації ризику погоди (дощу/туману) організатори мають розробити чіткий дублюючий сценарій – наприклад, перенесення частини генеративних інсталяцій та концертів під склепіння старовинних базилік чи критих історичних будівель міста Масса-Каррара.

3.2. Розробка авторського туру

«Італійський експрес: від регати до цифрового мармуру»

Ексклюзивний авторський тур "Італійський експрес: від регати до цифрового мармуру". Маршрут побудований логістично бездоганно: ми

рухаємося з півночі на захід, поєднуючи класичні історичні події Італії із нашим новим концептуальним фестивалем Lumina di Pietra в Тоскані.

Тривалість: 7 днів / 6 ночей

Період проведення: Початок жовтня (ідеально синхронізовано з бабиним літом в Італії)

Формат групи: Міні-група преміум-комфорту (10–12 осіб)

Маршрут: Венеція → Флоренція → Масса-Каррара (Апуанські Альпи)
→ Піза/Виліт (рис. 3.1).

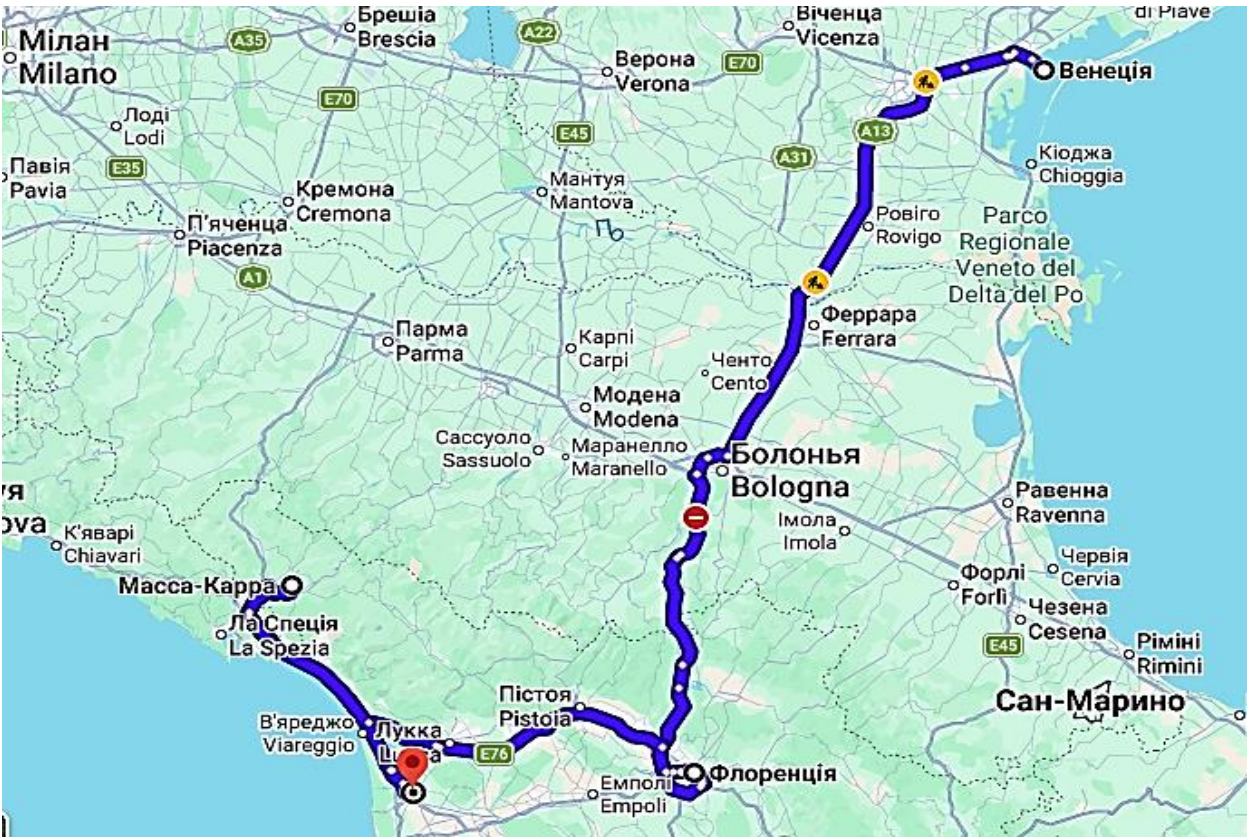


Рис. 3.1. Картосхема маршруту "Італійський експрес: від регати до цифрового мармуру"

Програма туру

День 1: Венеціанський лоск (Прибуття)	14:00 – 15:30 Зустріч групи в аеропорту Венеції (Марко Поло). Посадка на приватні дерев'яні водні таксі класу "люкс". Ефектне прибуття до готелю біля мосту Ріальто по Гранд-каналу. 15:30 – 17:00 Поселення в готель 4*, час на відпочинок після перельоту та освіжаючий душ.
---	---

	17:00 – 19:30 Перше знайомство з містом: неспішна прогулянка лабіринтами району Каннареджо без натовпів туристів. Зупинка в автентичних барах (<i>bàcari</i>) на традиційні венеціанські закуски <i>cicchetti</i> та перший келих Spritz Veneziano. 20:00 – 22:30 Вітальна вечеря-знайомство в затишному рибному ресторані. Обговорення деталей маршруту. Повернення в готель.
День 2: Regata Storica (Венеція)	08:30 – 09:30 Сніданок у готелі (італійська кава, круасани, фермерські сири). 10:00 – 12:30 Ексклюзивна екскурсія "Венеція крізь віки" з ліцензованим гідом. Заходимо в таємні дворики, куди не ходять звичайні туристи. 13:00 – 14:30 Обід у традиційній траторії (пробуємо чорне ризотто з чорнилом каракатиці). 15:00 – 18:30 Займаємо місця на закритій плавучій трибуні <i>Tribuna d'Onore</i> на Гранд-каналі. Дивимося історичний парад костюмованих човнів XV століття, а потім – азартні перегони гондольєрів. 19:00 – 21:00 Вільний час для самостійних прогулянок або фотосесії у променях заходу сонця. 21:30 – 23:00 Вечірній коктейль під живу музику на площі Сан-Марко в культовому Caffè Florian.
День 3: Флорентійські етюди	07:30 – 08:15 Ранній сніданок, виселення з готелю. 08:45 – 09:00 Трансфер на водному таксі до залізничного вокзалу Санта-Лючія. 09:25 – 11:30 Переїзд до Флоренції на швидкісному поїзді <i>Frecciarossa</i> (перший клас, кондиціонер, безкоштовний Wi-Fi та напої). 11:45 – 12:30 Трансфер та поселення в готель у центрі Флоренції. 13:00 – 14:30 Обід у колоритному ресторанчику біля ринку Сан-Лоренцо (час скуштувати легендарний сендвіч з лампредотто або пасту з кабаном). 15:00 – 18:00 Авторська екскурсія "Таємниці Медічі та дух Ренесансу" (Дуомо, Палаццо Веккьо, міст Понте Веккьо). 19:30 – 22:30 Ексклюзивний вечір: піднімаємося на закриту панорамну терасу з видом на всю Флоренцію. Дегустація преміальних тосканських вин (К'янті Класіко, Брунелло) від професійного сомельє під акомпанемент легких закусок.
День 4: Гастро-Тоскана та полювання на	08:30 – 09:30 Сніданок у готелі. 09:45 – 10:45 Виїзд на приватному комфортабельному мінібусі за місто – в ліси Сан-Міньято. 11:00 – 13:00 Трюфельне полювання: інструктаж від

трюфелі	професійного мисливця (<i>tartufaio</i>) та захоплюючий трекінг у лісі зі спеціально навченими собаками. Знаходимо справжні тосканські трюфелі. 13:15 – 15:30 Розкішний обід на замиській віллі, де всі страви приготовані зі знайденими трюфелями, у поєднанні з місцевим вином. 16:00 – 17:00 Повернення у Флоренцію. 17:00 – 20:00 Вільний час для шопінгу (італійська шкіра, парфуми) або самостійного відвідування галереї Уффіці. 20:30 – 22:30 Легка вечеря у місті та відпочинок.
День 5: Масса-Каррара – Світло і Камінь (Старт фестивалю)	09:00 – 10:00 Сніданок у готелі, виселення. 10:15 – 12:00 Мальовничий переїзд на мінібусі до узбережжя та підніжжя Апуанських Альп (регіон Масса-Каррара). 12:15 – 13:30 Поселення в дизайнерський еко-готель, оточений оливковими деревами. 13:45 – 15:30 Обід у морському стилі в прибережному ресторанчику (свіжа риба, паста з молюсками <i>vongole</i>). 16:00 – 19:00 Час на відпочинок, підготовка до вечірнього виходу (підбір теплих речей, адже в горах вночі прохолодно). 19:30 – 20:00 Трансфер на спецтранспорті фестивалю вглиб мармурових кар'єрів. 20:00 – 00:30 відкриття <i>lumina di pietra</i>: Займаємо місця на VIP-платформі. Дивимося грандіозне 3D-шоу проєкцій на кілометрових білих скелях, лазерні перформанси та слухаємо концерт неокласичної музики під зоряним небом у мармуровому амфітеатрі. Доступ до VIP-лаунжу з напоями. 01:00 Повернення в готель.
День 6: Біла Ніч та мармурова магія	09:30 – 11:00 Пізній розслаблений сніданок після насиченої ночі. 11:30 – 14:30 Екстремальний та захоплюючий тур на відкритих позашляховиках Defender у закриті діючі шахти, де видобувають найдорожчий у світі мармур <i>Statuario</i>. Заїжджаємо всередину гори. 14:45 – 16:30 Обід у високогірному селищі Колонната. Пробиємо знамените сало <i>Lardo di Colonnata</i>, яке витримується в мармурових ваннах зі спеціями, під акомпанемент міцного тосканського вина. 17:00 – 19:30 Повернення в готель, переодягання. Дрес-код вечора: Total White (все біле). 20:00 – 01:30 кульмінація: <i>la notte bianca</i>. Ми повертаємося на фестиваль. Всі гості у білому стають живим екраном для інтерактивного світла. Концептуальна вечеря "Камінь та

	Вогонь" (м'ясо на розпеченому мармурі). Танці під електронний ембієнт-сет та фінальне грандіозне безшумне лазерне шоу.
День 7: До побачення, Італіє!	09:00 – 10:30 Сніданок у готелі, пакування валіз. 10:45 – 12:00 Фінальний заїзд за сувенірами: купуємо мармурові ступки для песто, локальну оливкову олію та витримані сири. 12:15 – 13:00 Комфортний трансфер на мінібусі в аеропорт міста Піза (всього 45 хвилин у дорозі). 13:00 – 15:00 Реєстрація на рейс, прощання з групою та виліт додому.

Калькуляція туру

<i>Категорія витрат</i>	<i>Що включено</i>	<i>Вартість (€)</i>
Проживання (6 ночей)	4* готелі у центрі міст (двомісне розміщення, сніданки)	€950
Транспорт усередині Італії	Поїзд Frecciarossa, приватні мінібуси, водне таксі у Венеції	€280
Квитки на фестивалі (VIP)	Трибуна на Регаті у Венеції + VIP-пас на Lumina di Pietra	€320
Екскурсії та активності	Гіди, джип-тур у Каррарі, полювання на трюфелі	€240
Харчування (Гастро-акценти)	Вітальна вечеря, обід із трюфелями, вечеря на фестивалі	€340
Організаційний збір	Супровід турлідера, страхування, адмінвитрати	€170
РАЗОМ:	Повна вартість наземної програми туру	€2,300

Розрахунок базується на рівні комфорту Premium-Comfort (готелі 4 *, приватний транспорт, VIP-квитки). Бюджет на 1 особу в євро.

Авіаквитки до Італії (Венеція) та назад (з Пізи) оплачуються учасниками окремо (орієнтовно €150–250 залежно від міста вильоту).

У вартість вже включено: абсолютно всі вхідні квитки за програмою, VIP-місця на закритих локаціях фестивалів, жодних прихованих доплат на місці чи обов'язкових чайових.

РОЗДІЛ 4: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ

4.1. Перспективи розвитку фестивального туризму в Італії

Фестивальний туризм в Італії і на сучасному етапі розвитку світової індустрії гостинності трансформувався з категорії нішевого, специфічного відпочинку у стратегічний драйвер національної та регіональної економіки. Італія володіє унікальним, історично сформованим соціокультурним капіталом, де синергія матеріальної спадщини ЮНЕСКО та живих традицій створює бездоганне підґрунтя для івент-менеджменту будь-якого масштабу.

Фестивалі тут перестали бути просто локальними святкуваннями чи інструментами збереження автентичності; сьогодні це високотехнологічні, капіталомісткі проекти, які інтегрують у собі креативні індустрії, цифрове мистецтво, гастрономію та екологічну свідомість. Розвиток цього сектору зумовлений глобальним зміщенням споживчого попиту від пасивного екскурсійного чи пляжного туризму (3S – Sun, Sea, Sand) до туризму вражень та активної партисипації (4E – Experience, Entertainment, Emotion, Education). Сучасний мандрівник прагне не просто споглядати архітектурні пам'ятки, а стати безпосереднім учасником культурного процесу, що й забезпечує індустрія фестивалів [1].

Аналізуючи перспективи цього напрямку, варто зважати на глибоку децентралізацію італійського культурного ландшафту. Кожен з двадцяти регіонів країни має власну яскраво виражену ідентичність, мовні особливості, кулінарні традиції та історичний бекграунд. Це дозволяє диверсифікувати фестивальний продукт і створювати унікальні пропозиції круглий рік, нівелюючи фактор сезонності, який тривалий час залишався однією з головних проблем італійського туризму. Фестивальний туризм виступає потужним інструментом регіонального маркетингу та брендингу територій (place branding). Події світового масштабу, такі як Венеційський кінофестиваль чи Міланський тиждень моди, міцно закріплюють за

мегаполісами статус глобальних культурних та економічних хабів. Водночас тисячі менших локальних фестивалів – гастрономічних сагр (sagre), історичних реконструкцій (palio) та музичних опен-ейрів – реанімують економіку провінційних містечок та сільських комун, залучаючи туди фінансові потоки та стримуючи депопуляцію внутрішніх регіонів країни (італійського борго).

У контексті посткризового відновлення світового туризму та актуальних тенденцій другої половини 2020-х років, італійський фестивальний сектор демонструє високу адаптивність. Головним вектором розвитку стає перехід від кількісних показників (масовості) до якісних (ексклюзивності, безпеки, глибини занурення).

Сучасні перспективи фестивального туризму в Італії лежать у площині інтеграції передових цифрових технологій, ревіталізації нетипових промислових та природних локацій, а також впровадження жорстких екологічних стандартів. Державна політика у сфері культури та туризму, що координується Міністерством культури Італії (Ministero della Cultura), наразі спрямована на підтримку інноваційних івентів, які здатні залучити нове покоління платоспроможних, діджиталізованих та екологічно свідомих мандрівників – міленіалів та зумерів, які формують основний платоспроможний попит на ринку.

Однією з найбільш багатообіцяючих перспектив розвитку фестивального туризму в Італії є тотальна цифровізація та впровадження іммерсивних технологій у традиційне фестивальне середовище. Класичні фестивалі мистецтв та історичні перформанси поступово інтегрують інструменти доповненої (AR) та віртуальної (VR) реальності, штучного інтелекту, генеративного дизайну та масштабного 3D-мепінгу. Це дозволяє створювати абсолютно нові візуальні та чуттєві формати. Наприклад, історичні руїни Римських форумів, Помпеїв або середньовічних замків Тоскани та Умбрії під час фестивалів стають динамічними цифровими полотнами. Світлові та мультимедійні фестивалі нового покоління

трансформують матеріальну спадщину, не завдаючи їй фізичної шкоди, що є критично важливим для консервативної італійської системи охорони пам'яток. Цифровізація також вирішує проблему мовного бар'єру та покращує навігацію, роблячи івенти максимально доступними для іноземних гостей через персоналізовані мобільні додатки та інтерактивні аудіогіди на базі нейромереж [1].

Іншим перспективним напрямом є ревіталізація та експлуатація нетрадиційних, індустріальних та природних локацій під фестивальні майданчики (industrial heritage фестивалі). Замість перевантажених історичних центрів міст, організатори все частіше обирають занедбані фабрики, залізничні депо, старі мармурові кар'єри, виноградники чи високогірні альпійські долини. Це не лише створює неповторний, гострий контраст між локацією та дійством, але й вирішує глобальну проблему овертуризму (overtourism), від якої потерпають Венеція, Флоренція та Рим.

Створення нових точок тяжіння у провінціях дозволяє рівномірно розподілити антропогенне та логістичне навантаження на інфраструктуру країни. Такі фестивалі, як концерти класичної чи ембієнт-музики у гірських ущелинах Доломітових Альп або театральні дійства у лава-полях Сицилії навколо Етни, формують унікальну торгову пропозицію Італії на міжнародному ринку, яку неможливо скопіювати чи штучно відтворити в іншій географічній точці.

Окрему увагу в перспективі варто приділити трансформації гастрономічних фестивалів, які традиційно є візитівкою Італії. Класичні локальні свята їжі (сагри) еволюціонують у масштабні міжнародні гастрокультурні форуми. Сучасний споживач шукає не просто дегустацію вина чи сиру, а комплексну освітню та естетичну програму. Перспективними є формати, які об'єднують гастрономію з екологічним просвітництвом, фермерськими майстер-класами, філософією Slow Food та молекулярною кухнею. Поєднання кулінарного мистецтва з виступами джазових виконавців серед оливкових гаїв або лекціями про біодинамічне виноробство в

старовинних льохах П'ємонту чи Апулії створює синергетичний ефект. Це залучає високооплачувану аудиторію – фуді-туристів, лідерів думок та експертів NoReCa, що значно підвищує середній чек мандрівника та стимулює експорт місцевої продукції за кордон після завершення самого заходу.

З економічної точки зору, фестивальний туризм в Італії має колосальний мультиплікативний ефект, перспективи якого лише починають розкриватися у повній мірі через впровадження кластерних моделей управління. Проведення великого або навіть середнього за масштабами фестивалю активізує роботу практично всіх секторів місцевої економіки: готельно-ресторанного бізнесу, транспортних компаній, локальних гідів, ремісників, роздрібною торгівлі та сільського господарства. Статистичні моделі показують, що кожен євро, інвестований у якісний фестивальний продукт в Італії, генерує від 4 до 7 євро додаткового доходу для місцевої громади (community-based tourism). Перспектива полягає в переході від стихійної організації подій до довгострокового стратегічного планування, коли календар фестивалів регіону координується на рівні муніципалітетів та комерційного сектору щонайменше на 3–5 років наперед. Це дозволяє туроператорам формувати стабільні пакетні тури, а готельєрам – оптимізувати цінову політику.

Фестивальний туризм є головним інструментом вирішення проблеми сезонності (deseasonalization), яка традиційно ділить туристичний рік в Італії на пікові літні місяці та "мертвий" зимово-осінній період.

Організація масштабних музичних, театральних, світлових чи кінематографічних подій у жовтні-листопаді або лютому-березні дозволяє підтримувати стабільно високе завантаження інфраструктури протягом усього року. Наприклад, світлові фестивалі та зимові гастрономічні форуми у північних та центральних регіонах залучають тисячі платоспроможних туристів у періоди, коли класичний відпочинок є неактуальним. Це забезпечує стабільні робочі місця для місцевого населення, знижує рівень

сезонного безробіття та дозволяє малому бізнесу функціонувати без фінансових розривів. Більше того, туристи, які приїжджають заради конкретної події у низький сезон, зазвичай витрачають на 30–40% більше коштів на додаткові послуги, ніж середньостатистичний "лінійний" мандрівник.

Важливим аспектом є децентралізація туристичних потоків. Уряд Італії активно підтримує стратегію розвитку "альтернативної Італії" (Внутрішніх територій – Aree Interne). Державні субсидії, податкові пільги та європейські гранти в межах програм Creative Europe пріоритетно виділяються на фестивалі, що проводяться у невеликих комунах Півдня (Калабрія, Базиліката, Сардинія) або в гірських регіонах Абруццо та Альп. Перспектива розвитку полягає у створенні так званих "фестивальних мереж" або "івент-маршрутів", коли турист купує абонемент, що дозволяє йому протягом тижня відвідати серію взаємопов'язаних камерних культурних подій у 5–6 сусідніх автентичних містечках. Це стимулює розвиток автомобільного туризму, мереж сімейних готелів типу Albergo Diffuso (розпорошених готелів в історичних будівлях) та підтримує локальну ідентичність, рятуючи її від глобалізаційної уніфікації.

У сучасному світі неможливо розглядати перспективи будь-якої галузі без контексту сталого розвитку (Sustainability) та екологічної безпеки. Для Італії, з її вразливими природними екосистемами та делікатними архітектурними пам'ятками, цей вектор є безальтернативним. Фестивальний туризм майбутнього в Італії – це виключно "зелені" фестивалі (Green Fests). Організатори подій дедалі частіше проходять сертифікацію за міжнародними екологічними стандартами (наприклад, ISO 20121 для сталого управління подіями). Перспективи розвитку цього напряму передбачають повну відмову від одноразового пластику на фестивальних майданчиках, перехід на 100% відновлювані джерела енергії (сонячні панелі, портативні водневі генератори), мінімізацію та глибоке сортування сміття, а також використання виключно локальних продуктів харчування з нульовим вуглецевим слідом.

Екологічна трансформація фестивалів стає потужним маркетинговим інструментом (табл 4.1.).

Таблиця 4.1.

Порівняльний аналіз екологічних стандартів фестивалів

<i>Параметр оцінки</i>	<i>Традиційні фестивалі (Минуле)</i>	<i>"Зелені" фестивалі (Перспектива 2026+)</i>
Джерела енергії	Дизельні генератори (високі викиди CO ₂)	Сонячні панелі, водневі акумулятори
Управління відходами	Масове використання одноразового пластику	Повний zero-waste, біорозкладний посуд
Ефекти та шоу	Шумові хімічні піротехнічні салюти	Безшумні дрони, лазерний 3D-mapping
Локальне харчування	Переважають глобальних мереж фастфуду	Концепція 0 km food (продукти з радіусу 50 км)

Споживачі, особливо європейські, демонструють високу лояльність до брендів та подій, які відкрито дбають про довкілля. В Італії набувають популярності музичні фестивалі, де гучність звуку обмежена для захисту місцевої фауни, або івенти, де замість галасливих фейєрверків використовуються скоординовані світлові шоу дронів чи безшумні лазерні проєкції. Окрім того, організатори впроваджують практику "вуглецевої компенсації" (carbon offset), коли частина вартості кожного проданого квитка автоматично спрямовується на висадку оливкових гаїв, відновлення лісів після пожеж або реставрацію локальних пам'яток архітектури. Такий підхід перетворює фестивального туриста зі споживача на свідомого інвестора та захисника тієї території, яку він відвідує.

Соціальний аспект сталого розвитку включає в себе інклюзивність та інтеграцію місцевих громад у фестивальне життя. Перспективи італійських фестивалів пов'язані з максимальним залученням локального населення не лише як обслуговуючого персоналу, а як співавторів та стейкхолдерів проєкту. Це запобігає виникненню явища "туристичного відчуження" або ворожості місцевих жителів до приїжджих. Фестивалі стають платформою для міжкультурного діалогу, соціальної інтеграції та інклюзії (облаштування

безбар'єрного простору для людей з інвалідністю, створення спеціальних умов для сімей з дітьми та літніх людей). Фестивальний туризм в Італії, що розвивається на засадах соціальної та екологічної відповідальності, має всі шанси залишитися світовим еталоном якості, демонструючи, як інновації та комерційний успіх можуть гармонійно співіснувати з повагою до природи, історії та людини.

Для комплексного розуміння перспектив розвитку та поточного стану індустрії нижче наведено матрицю стратегічного аналізу, яка систематизує ключові чинники впливу (табл. 4.2.).

Таблиця 4.2.

SWOT-аналіз фестивального туризму в Італії

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
* Світове лідерство за кількістю об'єктів спадщини ЮНЕСКО та багатство соціокультурного капіталу. * Яскраво виражена регіональна автентичність та всесвітньо відомий бренд італійської гастрономії (Made in Italy). * Розвинена загальна туристична інфраструктура (готелі, транспортна мережа швидкісних поїздів). * Наявність історичних івент-брендів світового рівня (Венеційський карнавал, Арена ді Верона).	* Високий ступінь бюрократизації та складність отримання дозволів на проведення заходів на історичних локаціях. * Диспропорція розвитку інфраструктури між Північчю та Півднем країни. * Залежність багатьох класичних фестивалів від державного субсидування та брак приватних інвестицій. * Консервативний підхід частини локальних громад до інновацій та модернізації традиційних свят.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
* Отримання масштабного фінансування за програмами ЄС з розвитку креативних індустрій та диверсифікації туризму. * Стрімке зростання попиту на екологічні та іммерсивні тури вражень серед поколінь Y та Z. * Монетизація цифрового контенту фестивалів через онлайн-трансляції, VR-платформи та продаж NFT-арт-об'єктів. * Децентралізація потоків та	* Форс-мажорні кліматичні зміни (аномальна літна спека, паводки), що загрожують проведенню опен-ейрів. * Жорстка конкуренція на європейському ринку івент-туризму з боку Іспанії, Франції та країн Балтії. * Ризик остаточної втрати автентичності локальних свят через надмірну комерціалізацію на догоду масовому туристу. * Економічні коливання та інфляція, що можуть знизити купівельну

розвиток внутрішніх, раніше невідомих регіонів через створення нових точок тяжіння.	спроможність та бюджети на подорожі.
---	--------------------------------------

Підсумовуючи, можна стверджувати, що перспективи розвитку фестивального туризму в Італії є довгостроковими та оптимістичними. Країна успішно переходить від моделі хаотичного проведення розрізнених заходів до формування цілісної, високотехнологічної екосистеми подієвого туризму. Головними рушійними силами цієї трансформації виступають інноваційні формати (діджитал-арт, світлові шоу, іммерсивний театр), ревіталізація нетипових промислових та природних просторів, а також безкомпромісна орієнтація на принципи сталого розвитку та екологічності.

Головним викликом для італійських організаторів та державних структур найближчими роками буде збереження делікатного балансу між технологічним прогресом, комерційною вигодою та автентичністю культурної спадщини. Успішне подолання бюрократичних бар'єрів, активне залучення приватного капіталу через механізми державно-приватного партнерства та подальша підтримка внутрішніх регіонів дозволять Італії не лише утримувати, а й зміцнювати свої позиції глобального лідера у сфері культурного та фестивального туризму. Фестивалі майбутнього в Італії стануть не просто місцем розваги, а простором для генерації нових сенсів, де вічні традиції нації розмовлятимуть із світом мовою цифрових інновацій та екологічної відповідальності.

4.2. Суть проблем розвитку фестивального туризму в Італії

Хоча перспективи фестивального туризму в Італії виглядають блискуче, індустрія стикається із низкою глибоких хронічних проблем. Без їх вирішення перехід до інноваційних моделей (як-от формат *Lumina di Pietra*) буде сутужним.

Суть головних деструктивних факторів та бар'єрів, які стримують цей сектор, можна поділити на чотири ключові блоки (табл. 4.3).

Таблиця 4.3.

Матриця корінних проблем італійського івент-сектору

<i>Сфера прояву</i>	<i>Суть проблеми</i>	<i>Наслідки для туризму</i>	<i>Приклад прояву</i>
Менеджмент та Маркетинг	Відсутність англомовних платформ, відсутність онлайн-продажів для іноземців.	Фестивалі залишаються закритими внутрішніми заходами.	Локальні гастрономічні сагри (Sagre) в Умбрії чи Молізе.
Економіка та Фінанси	Хронічна залежність від держсубсидій; слабкий інструмент краудфандингу та спонсорства.	Скасування подій у разі зміни політичного курсу комуни або урізання бюджетів.	Музичні та театральні огляди малої форми на Півдні.
Соціокультурна сфера	Однотипне тиражування образів минулого (середньовіччя, ренесанс) без інновацій.	Втрата інтересу з боку аудиторії віком до 30 років (Зумери).	Численні дубльовані історичні турніри-паліо у невеликих містах.
Екологія та Простір	Перенасичення історичних центрів міст-музеїв.	Руйнація автентичного міського середовища, джентрифікація, витіснення містян.	Венеційський карнавал (наплив понад 100 тисяч екскурсантів на добу).

Вирішення проблем туристичного комплексу, з урахуванням особливостей фестивального туризму, має безпосередній позитивний вплив на економічну безпеку країни. Для цього необхідно ретельно визначати напрями його розвитку. Основний акцент робиться на підвищенні рівня економічної безпеки галузі через ефективне інвестування, що передбачає гармонізацію економічних, соціальних та екологічних інтересів на загальнодержавному рівні. Важливим аспектом є максимальне використання потенціалу цієї галузі в інтересах як суспільства, так і держави [3].

Сприятливе інвестиційне середовище сприяє оперативному вирішенню важливих завдань у сфері фестивального туризму. Наприклад, це може бути

зниження рівня безробіття, підвищення професійної кваліфікації та продуктивності праці, збільшення обсягу капіталовкладень та впровадження нових технологій. Варто також зазначити, що розвиток туристичного комплексу через ефективну систему державного регулювання здатен забезпечити вирішення значної кількості соціально-економічних проблем.

Стабілізація та адаптація економіки до глобальних тенденцій, що посилюються через нові виклики, такі як епідеміологічні кризи чи гібридні загрози, є критично важливою для України. Інтенсивність цих загроз щороку зростає, тому формування збалансованої економічної системи набуває стратегічного значення для економічної безпеки країни.

Особливістю фестивального туризму є його здатність оперативно впливати на суспільство шляхом інформаційних каналів, формуючи нові моделі поведінки в ринкових і громадських відносинах. Це дозволяє підтримувати вищий рівень економічного порядку та стабільності [3].

Слід відзначити помітний вплив туристичної індустрії, зокрема зростання масштабів фестивального туризму, який створює сприятливі умови для ефективного функціонування ринку. Цей напрямок сприяє вирішенню складних соціально-економічних задач, підтримуючи розвиток національної економіки та суспільства загалом.

Водночас, експерти виокремлюють низку чинників, які стримують розвиток фестивального туризму в Італії. Серед них державна бюрократія, рівень податкових ставок і податкове регулювання, обмежений доступ до фінансових ресурсів, регулювання ринку праці, корупція та політична нестабільність.

Серед інших викликів туристичної сфери в Італії, що потребують вирішення, фахівці відзначають необхідність підвищення рівня якості послуг, активнішого впровадження сучасних інформаційних технологій, адаптації туристичних продуктів до запитів ринку, усунення нерівномірного розвитку між північними та південними регіонами країни, а також модернізацію транспортної інфраструктури.

Італія залишається ваговою складовою світового ринку туризму та не може ігнорувати глобальні процеси. Туризм є ключовим учасником глобалізаційних змін і водночас піддається їхньому впливу. Зростання виїзного туризму з таких країн, як Китай та Індія, спричинило певні зрушення у структурі туристичних потоків і попиту, водночас відкриваючи нові можливості для традиційних туристичних напрямків, зокрема й Італії.

Разом із тим глобалізація сприяла виникненню нових туристичних напрямків і посиленню конкуренції серед країн. У цій ситуації Італія, як і інші традиційні туристичні лідери, змушена підтримувати свою конкурентоспроможність на міжнародному рівні.

Експерти переконані, що для збереження провідних позицій у світовому туризмі Італії необхідно переглянути стратегії розвитку нових туристичних послуг, запровадити інновації та модернізувати існуючі продукти. Особливу увагу варто скерувати на ті сегменти, де країна має унікальні переваги.

Зокрема, Італія, визнана світовим надбанням культурної спадщини, може зміцнити свої позиції на ринку завдяки вдосконаленню пропозицій і покращенню роботи з туристами. Це може включати створення інтегрованих програм (наприклад, тур одного міста чи події), спрощення доступу до основних туристичних об'єктів і реалізацію спільних маркетингових ініціатив.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення й запропоновано нове вирішення актуального науково-практичного завдання, що полягає у комплексному аналізі сучасного стану, тенденцій та перспектив розвитку фестивального туризму в Італії, а також у проектуванні інноваційного авторського фестивального продукту.

Досліджено, що фестивальний туризм є одним із найбільш динамічних та перспективних напрямів сучасного міжнародного подієвого туризму. Він трансформувався з елітарного чи суто локального явища у масовий сегмент глобального туристичного ринку. Встановлено, що в основі фестивального туризму лежить мотивація споживача до отримання унікального соціокультурного та емоційного досвіду, інтеграції в автентичне середовище дестинації через відвідування калейдоскопу тематичних заходів.

Визначено, що фестиваль як продукт туристичного попиту має низку унікальних організаційно-маркетингових особливостей. До них належать: синергетичний характер (поєднання послуг розміщення, харчування, логістики, анімації та сувенірного сектору), обмеженість у часі та просторі, високий ступінь емоційного залучення та невідчутність послуги до моменту її споживання. Фестивальний продукт володіє потужним мультиплікативним ефектом, оскільки стимулює капіталовкладення та активізує діяльність суміжних галузей регіональної економіки.

З'ясовано, що ключовими передумовами формування фестивального туризму у світі стали процеси глобалізації, урбанізації, зростання доходів і вільного часу населення, а також зміна парадигми споживання – від «володіння речами» до «накопичення вражень». Сучасна індустрія фестивалів у світі демонструє високий рівень диверсифікації (музичні, релігійні, гастрономічні, етнографічні, мистецькі, кінофестивалі), виступаючи дієвим інструментом брендингу територій та нівелювання чинника сезонності.

На основі аналізу статистичних та аналітичних даних встановлено, що Італія є одним із безумовних світових центрів подієвого та фестивального менеджменту. Італійський фестивальний простір характеризується винятковим багатством та історичною тривалістю (від класичних венеціанських карнавалів та історичних ревю до сучасних масштабних рок-фестивалів і гастрономічних святкових турів типу *sagra*). Основними трендами розвитку є регіоналізація (децентралізація) потоків, екологізація («зелені» фестивалі) та активне впровадження цифрових технологій (смарт-білети, VR-екскурсії, мобільні додатки подій).

Доведено, що фестивальний сектор забезпечує вагомий внесок у макроекономічні показники Італії. Він генерує значні фінансові надходження до бюджетів усіх рівнів, створює додаткові робочі місця (зокрема сезонні та для молоді) й оптимізує завантаженість готельної інфраструктури поза піковими літніми місяцями. У соціальному вимірі фестивалі сприяють збереженню, ревіталізації та популяризації матеріальної та нематеріальної культурної спадщини італійських регіонів, зміцненню локальної ідентичності та розвитку міжкультурного діалогу.

Проведений SWOT-аналіз дозволив чітко диференціювати внутрішні та зовнішні фактори впливу на досліджувану галузь в Італії:

✓ Сильні сторони (S): Колосальний історико-культурний потенціал, світове визнання бренду "Made in Italy", розвинена загальна та туристична інфраструктура, висока якість локальної гастрономії та гостинності.

✓ Слабкі сторони (W): Нерівномірність розвитку та розподілу туристичних потоків між Північчю та Півднем країни, надмірна бюрократизація процесів узгодження масових заходів, старіння певної частини традиційної інфраструктури.

✓ Можливості (O): Залучення нових географічних ринків (країн Азії та Латинської Америки), розвиток нішевих еко- та етно-фестивалів у сільській місцевості, грантова підтримка в межах європейських програм культурного розвитку.

✓ Загрози (Т): Наслідки кліматичних змін (аномальна літня спека), економічна нестабільність та інфляційні процеси в Євразії, жорстка конкуренція з боку інших середземноморських destinations (Іспанія, Франція, Греція).

Дослідження показало, що ключовими бар'єрами на шляху подальшої інтенсифікації фестивального туризму в Італії є явища *овертуризму* (надмірного туризму) у містах-destinations світового значення (Венеція, Флоренція, Рим), що веде до деградації міського середовища та незадоволення місцевих жителів. Також гостро постають питання безпеки під час проведення багатотисячних лінійних івентів та потреба в радикальній модернізації логістичних ланцюгів у віддалених регіонах країни. Визначено, що стратегічне майбутнє фестивального туризму в Італії лежить у площині реалізації концепції *«розумного подієвого менеджменту»*. Необхідно зміщувати фокус уваги на розвиток мікро-фестивалів у малих історичних поселеннях (так званих *borghi*), що дозволить децентралізувати турпотоки та забезпечити збалансований розвиток депресивних аграрних територій. Перспективи також пов'язані із переходом на 100% безвідходне виробництво під час фестивалів (Zero Waste), відмовою від пластику та використанням відновлюваних джерел енергії.

Досвід Італії у розбудові фестивальної індустрії є надзвичайно цінним для України. У період повоєнного відновлення вітчизняної туристичної галузі доцільно імплементувати італійську модель підтримки локальних гастрономічних та етнічних фестивалів. Це дозволить швидко ревіталізувати постраждалі регіональні громади, створити нові робочі місця, залучити внутрішні та міжнародні інвестиції й сформувати позитивний, безпечний та привабливий імідж оновленої України на світовій арені.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Білоус С.В. Фестивальний туризм як новий напрям українського туризму / С.В. Білоус, Ю.О. Масюк, А.Б. Красько // Географія та туризм: Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції Харківського національного педагогічного університету ім.Г.С.Скорогоди, 2019. – С.160–164.
2. Вишневська Г.Г. Гастрономічні свята та фестивалі як туристична атракція / Г. Г. Вишневська, А. О. Цегельник // Географія та туризм: наук. зб. / відп. ред. Я. Б. Олійник. – К.: Альтерпрес, 2012. – Вип. 18. – С. 55–62.
3. Грицишин А.Т. Особливості позитивного впливу фестивального туризму на туристичний простір / А.Т. Грицишин // Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації: тези доповідей VIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 8–9 квітня 2021 р. – К.: Вид. центр КНУКіМ, 2021. – С. 140–142.
4. Десять подій цього літа в Італії, які не можна пропустити [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://primalezione.com/10-podiy-tsogo-lita-v-italiyi-yaki-ne-mozhna-propustiti/>
5. Джазовий фестиваль в Перуджі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/24574210.html>
6. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
7. Знакові свята та фестивалі Італії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://tripmydream.ua/italy/events#google_vignette
8. Карнавальна Італія - Віареджо та Венеція - <https://adriatic-travel.com.ua/tour/karnavalna-italiya-vyaredggio-veneciya>
9. Мальська М. П., Бордун О. Ю. Планування діяльності туристичних підприємств: навч. посіб. К.: Знання, 2005. 241 с. 26.
10. Мальська М.П., Гамкало М.З., Бордун О.Ю. Туристичне країнознавство. Європа: навч. посіб. 2-е видання. К.: Центр учбової літератури, 2010. 224 с.

11. Мальська М.П., Грицишин А.Т. Функції та дисфункції фестивального туризму в контексті впливу на туристичний простір / М.П. Мальська, А.Т. Грицишин // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». – 2021. – № 4 (48). – Т. 2. – С. 29–34.

12. Мальська М.П., Грицишин А.Т., Білоус С.В., Топорницька М.Я. Фестивальний туризм: теорія та практика: навч. посібник / М. П. Мальська, А. Т. Грицишин, С. В. Білоус, М. Я. Топорницька. Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 232 с.

13. Мальська М.П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.

14. Міжнародний фестиваль танцю та пісні “Літо в Ріміні” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.xt.lviv.ua/festyvali/festyvali-z-doizdom/italia-mizhnarodnyj-festyval-tancju-ta-pisni-lito-v-rimini.html>

15. Найкращі події та фестивалі в Італії у 2022 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.worldbank.org.ua/4369-naykrashchi-zakhodi-ta-festivali-v-italiyi-u-2022-rotsi-.html#google_vignette

16. Тоскана, яка вкраде ваше серце: секрети Флоренції, середньовічна Сієна, найвідоміше італійське вино [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://life.liga.net/porady/article/toskana-iaka-vkrade-vashe-sertse-sekrety-florentsii-serednovichna-siiena-naividomishe-italiiske-vyno>

17. Фестиваль - Bravio delle Botti [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.visittuscany.com/en/events/the-bravio-delle-botti-in-montepulciano/>

18. Цікаві факти про венеціанський карнавал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://airlife.ua/tsikavi-fakti-pro-venetsianskij-karnaval/>

19. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: навч. посіб. К.: Атіка, 2006. 264 с.

20. Dati e Statistiche sulla crescita del turismo in Italia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.master-aforisma.com/tourism-and-travel-evolution/turismo-in-crescita-in-italia>.

21. OECD Studies on Tourism Italy. Review of Issues and Policies [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oecd.org/italy/oecdstudiesontourismitalyreviewofissuesandpolicies>.

22. Statistiche del turismo - Statistics Explained - European Commission. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics.

23. Studi e ricerche - ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.enit.it/ru/studi-ricerche.html>.

24. Tourism Italia 2020 leadership, work, south. Strategic plan for the development of tourism in Italy. Rome 2013: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tourismeneris.com/res/file/4088/49/0/StrategicPlanforTourism>.

25. UNWTO Tourism Highlight. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights_13_en_lr.pdf.

26. World Tourism Organization UNWTO. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www2.unwto.org/ru>.

27. World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact. Italy 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/italy2013_1.pdf.

ДОДАТКИ

Додаток А.

Національні свята разом із фестивалями:



Міста Лондон та Дублін та їх фестивалі Святого Патріка



Берлін та його фестиваль Культур, а також Парад Кохання



*Амстердам і його відомий парад *Pride Amsterdam* або Парад Сексуальних Меншин*

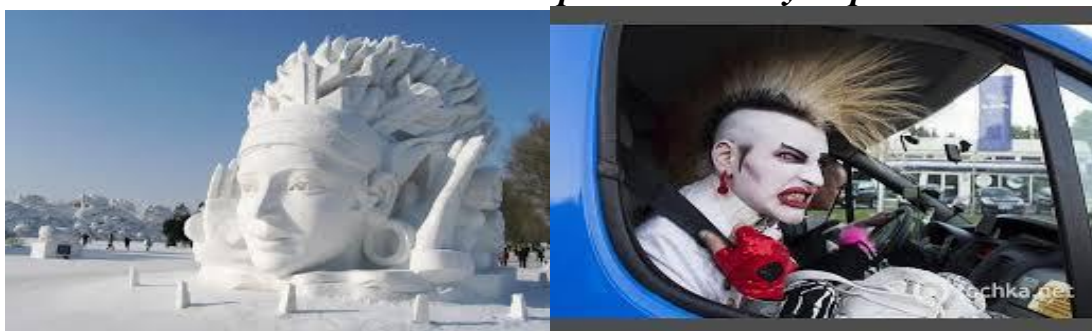


Едінбург і їх неоднозначний Парад Військових Татуювань



Аяччо, що на острові Корсика та їх Святкування Дня Народження Наполеона Бонапарта

Всесвітньо відомі театралізовані шоу Європи:



Німеччина та її фестиваль на Льоду, а також Шоу Romanza та Mystery



Великобританський Шоу-Фестиваль Lord of the Dance



Французький фестиваль «Цирк майбутнього» у м. Париж

Європейські фестивалі кіно та театру:



Німецький фестиваль Короткометражних Фільмів у Оберхаузені



Французький Канський Кінофестиваль



Німецький Театралізований фестиваль Spierlart у Мюнхені



Італійський фестиваль Оперного Мистецтва у Вероні

Фестивалі гастрономічного напрямку:



Берлінський Міжнародний фестиваль Пива



Всесвітньо відомий Октоберфест у м. Мюнхен



Фестиваль Морепродуктів на іспанському острові Гров



Французьке Божоле Нуво або Свято Молодого Вина



Паризький Салон Шоколаду

Фестивалі та виставки квітів:



Британська Виставка Квітів у Челсі



Лондонська виставка квітів у палаці Хемптон Корт



Японський фестиваль Хризантем



Голландська виставка тюльпанів



Японський фестиваль Бонсай у Нарі

Музичні фестивалі та конкурси:



Швейцарський фестиваль Capricies у Кране Монтана



Бельгійський фестиваль Ars Musica у Брюсселі



Швейцарський Фестиваль «Сніг та Симфонія» у Санкт Моріці



Німецький фестиваль TDK TIME WARP у м. Маннхайм



Голландський фестиваль Поп-музики Pink Pop у м. Ландгераф



Швейцарський фестиваль Джазу у Монтрі (Швейцарія)



Британський фестиваль Музики та Мистецтв у м. Хенлі



Швецький фестиваль Джазу у м. Стокгольм



Музичний конкурс «Євробачення»

Додаток Б.

Фестивалі Італії

<i>Місяць</i>	<i>Події</i>	<i>Місце</i>	<i>Тип</i>
Січень	Ерїфанія (Свято Бефани)	Вся Італія	Релігійне / Народне
	Fiera di Sant'Orso	Аоста, Валь д'Аоста	Ремесла, культура
	Фестиваль зимової кухні	Трентіно-Альто-Адідже	Гастро
Лютий	Венеційський карнавал	Венеція	Культурний / Маскарад
	Карнавали в Віареджо та Івреа (битва апельсинами)	Тоскана, П'ємонт	Народне
	Свято цитрусових	Сицилія	Гастро
Березень	Sagra del Tartufo Nero (чорний трюфель)	Норча, Умбрія	Гастро
	Festa di San Giuseppe (19 березня)	Південь Італії	Релігійне
Квітень	Свято песто	Генуя, Лігурія	Гастро
	Infiorata (килим з квітів)	Спелло, Лаціо	Культурне
	Пасхальні святкування	Вся країна	Релігійне
Травень	Фестиваль артишоків	Рим	Гастро
	Calendimaggio	Ассізі, Умбрія	Середньовічне шоу
	Giro d'Italia	Вся країна	Спорт / Культура
Червень	Festa della Repubblica (2 червня)	Рим	Національне
	Джаз-фестивалі	Мілан, Рим, Болонья	Музика
	Фестиваль полуниці	Немі, Лаціо	Гастро
Липень	Palio di Siena	Сієна, Тоскана	Історико-культурне
	Umbria Jazz	Перуджа	Музика
	Свято морепродуктів	Кампанія, Пескара	Гастро
Серпень	Феррагосто (15 серпня)	Вся країна	Релігійне / Відпочинок

	Винний фестиваль	Монтепульчано, Тоскана	Гастро
	Середньовічні реконструкції	Губбіо, Ассізі	Історичне
Вересень	Фестиваль пармезану	Парма	Гастро
	Regata Storica	Венеція	Культурне
	Фестиваль помідорів	Кампанія, Сарно	Гастро
Жовтень	Eurochocolate	Перуджа	Гастро
	Фестиваль білих трюфелів	Альба, П'ємонт	Гастро
	Осінні винні свята	Вся Італія	Гастро
Листопад	Каштанові фестивалі	Тоскана, Лігурія	Гастро
	Оливкові свята	Умбрія, Калабрія	Гастро
Грудень	Різдвяні ярмарки	Больцано, Тренто, Рим	Культурне / Святкове
	Festa di Santa Lucia	Сицилія, південь Італії	Релігійне
	Святкування Нового року	Рим, Мілан, Неаполь	Культурне

Додаток В.**Топ-10 фестивалів, які варто відвідати**

1. Фестиваль трюфелів в Альбі (жовтень): страви з білими трюфелями.
2. Свято вина в Монтепульчано (серпень): дегустація місцевих сортів.
3. Фестиваль шоколаду в Перуджі (жовтень): солодощі на будь-який смак.
4. Каштановий фестиваль у Мареммі (листопад): десерти та страви з каштанів.
5. Свято песто в Лігурії (квітень): дегустація свіжого соусу.
6. Фестиваль артишоків у Римі (травень): вишукані страви.
7. Свято цитрусових на Сицилії (лютий): найсмачніші лимони й апельсини.
8. Фестиваль морепродуктів у Кампанії (липень): страви зі свіжої риби.
9. Фестиваль пармезану в Пармі (вересень): сири та вина.
10. Оливковий фестиваль в Умбрії (листопад): найкраща оливкова олія.

Додаток Г.

ТОП-8 фестивалів Італії світового значення

<i>Назва фестивалю</i>	<i>Категорія / Напрям</i>	<i>Період проведення</i>	<i>Локація (Регіон)</i>	<i>У чому унікальність та головна «фішка»</i>
Венеційський карнавал (Carnevale di Venezia)	Культура, історія та маскарад	Лютий (дати змінні)	Венеція (Венето)	Перетворення всього міста на театр XVIII століття: витончені старовинні сукні, порцелянові маски ручної роботи та бали в палаццо.
Паліо в Сієні (Palio di Siena)	Історичні традиції та азарт	2 липня, 16 серпня	Сієна (Тоскана)	Шалені та небезпечні перегони на конях без сідел прямо по бруківці центральної площі; жорстока битва між 17 районами міста.
Венеційська Бієнале (Biennale di Venezia)	Сучасне мистецтво	Травень – Листопад (кожні два роки)	Венеція (Венето)	«Олімпійські ігри» для художників, скульпторів та перформерів зі всього світу; подія, що диктує світові тренди в арт-індустрії.
Оперний фестиваль в Арєні (Arena di Verona)	Класична музика & Опера	Червень – Вересень	Верона (Венето)	Легендарні опери світового рівня з унікальною природною акустикою всередині справжнього давньоримського амфітеатру просто неба.
Карра FuturFestival	Електронна музика	Початок липня	Турин (П'ємонт)	Один із найбільших техно-опен-ейрів Європи; проходить у стилі кіберпанк серед іржавих гігантських конструкцій колишнього сталеплавильного заводу.
Фестиваль у Санремо	Поп-музика	Початок лютого	Санремо (Лігурія)	Головна поп-музична подія країни з 1951

(Festival di Sanremo)				року, яка стала прототипом «Євробачення». Національний культ для італійців.
Ярмарок білого трюфеля (Fiera del Tartufo d'Alba)	Гастрономія преміум-класу	Жовтень – Листопад	Альба (П'ємонт)	Головна світова подія для гурманів. Полювання, дегустації та закриті аукціони найрідкіснішого і найдорожчого гриба планети.
Битва апельсинів в Івреї (Carnevale di Ivrea)	Екстремальний фуд-фестиваль	Лютий	Іврея (П'ємонт)	