



CULTURA, TURISMO E MERCATO

Il patrimonio artistico: motore dello sviluppo del sistema Italia

Roma, 5 novembre 2009
Cnel, Sala del Parlamentino
Via David Lubin, 2

Intervento del Cav. Lav. Mario Resca
Presidente Confimprese



INTRODUZIONE

I NUMERI DI CONFIMPRESE

- 100 Associati
- 300 marchi commerciali
- 30.000 punti vendita
- 26 mld di euro di fatturato (2% del Pil)
- 450.000 addetti

LA MISSION DI CONFIMPRESE

- Dialogo con le Istituzioni per favorire la modernizzazione e la competitività del sistema distributivo
- Dieci anni di attività 1999-2009

LA CULTURA E IL TURISMO IN ITALIA

DATI DI SETTORE (fonte Bain & Company)

- 210 mld di euro di fatturato
- 10% valore dell'industria turismo sul Pil
- 43% dei flussi turistici in Italia è verso città d'arte e storiche, musei e siti archeologici (15 anni fa era il 15%)
- 10 miliardi ca. spesi dagli stranieri per vacanze artistico-culturali con una spesa giornaliera pro-capite di 100 euro comprensiva di beni culturali e trasporti, artigianato, strutture ricettive, occupazione
- rapporto tra **ricavi retail** (bookshop e punti ristoro) e **ricavi core** (biglietti d'ingresso, audio guide, prevendite e visite guidate): 0,5 per la Galleria degli Uffizi e 0 per Pompei contro l'1,6 del Metropolitan e il 3,8 della Tate



- ricavi retail per visitatore: 14,2 euro al Metropolitan, 18,4 al Moma, 3,8 agli Uffizi, 0,3 a Pompei

L'Italia è un 'museo all'aperto', possiede il più ampio patrimonio culturale del mondo:

- su 878 siti Unesco, il più alto numero pari a 44 è in territorio nazionale, così come i musei (4.739), i parchi nazionali (23), gli eventi dello spettacolo dal vivo (81.500).
- Nel 2008 il museo nazionale più visitato, **Palazzo degli Uffizi a Firenze, ha registrato 1.5 milioni di visitatori** seguito da Palazzo Ducale a Venezia con 1,3 milioni, nulla in confronto agli **8,5 del Louvre, ai 5.9 del British Museum e ai quasi 5 del Tate Modern.**

Tali cifre evidenziano il divario esistente tra la ricchezza del patrimonio artistico e culturale nazionale e i ridotti flussi turistici verso l'Italia e devono soprattutto indurre a riflettere chi ha la responsabilità di sostenere e guidare tale patrimonio

PROSPETTIVE DI SVILUPPO

- tutelare e conservare il patrimonio artistico-culturale
- valorizzare il patrimonio artistico-culturale
- puntare sulla crescita dei visitatori
- investire in cultura: riqualificare i musei
- ampliare l'esperienza turistica a 360°: creare sinergie con eventi di attualità (es. musica, moda, sport)
- puntare sull'organicità della comunicazione – nuovi linguaggi
- investire su Internet e su nuovi media
- sviluppare infrastrutture efficienti e competitive con un buon rapporto qualità-prezzo



L'IMPEGNO DI CONFIMPRESE PER LA VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ITALIANO ATTRAVERSO IL RETAIL

- *È necessario investire in cultura, ampliare i contenuti dell'offerta turistica culturale, sviluppare la rete di infrastrutture.* E, altrettanto, si deve fare sistema e programmare azioni efficaci in modo strutturato, valorizzando anche le competenze dei privati e stimolare gli investimenti da parte degli stessi. *La sfida del rilancio culturale e artistico del Paese passa unicamente attraverso un lavoro di squadra.* Serve il concorso e il lavoro di tutti per vincere questa sfida: istituzioni, associazioni, imprese, cittadini.

Confimprese si propone di rendere più fruibile al turismo italiano e internazionale il nostro patrimonio artistico e culturale attraverso lo sviluppo del mondo dei servizi, dei trasporti, della ristorazione, del retail di prodotti made in Italy, strettamente connessi al turismo culturale.

- *Il solo fatto di introdurre programmi mirati di investimenti, alla luce della situazione di vantaggio competitivo nazionale inespresa in questo settore, potrebbe portare a un significativo stimolo in termini di Pil e di occupazione. Analogamente, il valore economico generato da eventi culturali e sportivi e da interventi infrastrutturali di rilevanza regionale/nazionale condurrebbe risultati sorprendenti.*
- *Confimprese propone di sfruttare le potenzialità offerte dal nostro patrimonio culturale in ogni angolo d'Italia per arrivare a una maggiore efficienza nella distribuzione di prodotti e servizi, creando una reale possibilità di sviluppo anche per l'intero mondo del retail.* La funzionalità del sistema infrastrutturale, che tra l'altro implica anche la creazione di un programma di accoglienza per i milioni di turisti che affluiscono in Italia ogni anno, rappresenta un presupposto indispensabile per dare al



sistema Paese una connotazione diversa e conferirgli un ruolo di prim'ordine nel contesto economico europeo e mondiale.

DIALOGO CON LE ISTITUZIONI

- Confimprese porta avanti da anni un dialogo con le istituzioni cui chiede di snellire la burocrazia, o meglio le burocrazie, visto che spesso, soprattutto nel caso del retail, le normative sono diverse, numerose e locali.

IL CONVEGNO ODIERNO

- Il convegno odierno si propone di affrontare con autorevoli protagonisti del mondo economico e imprenditoriale il problema del divario esistente tra la ricchezza del patrimonio artistico e culturale nazionale e i ridotti flussi turistici verso il Bel Paese.

- La ricerca, realizzata da Bain & Company svolge una comparazione internazionale tra i musei più visitati, analizzando il conto economico e la capacità di valorizzazione commerciale. Promossi solo i Musei Vaticani e il Poldi Pezzoli di Milano, bocciati gli Uffizi, la Galleria Comunale d'Arte Moderna di Roma e la Pinacoteca di Brera.

- Senza anticipare i risultati della ricerca, voglio ora lanciare un messaggio alla business community. Dobbiamo essere pronti a:

1. creare sistema collegando Regioni, Province, Apt ecc. e snellire la burocrazia migliorando il coordinamento tra le realtà pubbliche centrali e locali

2. facilitare l'iniziativa privata, mantenendo allo Stato la proprietà del patrimonio
3. puntare sullo sviluppo non solo turistico ma anche economico.
Dobbiamo aumentare i ricavi retail rispetto ai ricavi core e rendere equilibrato questo rapporto
4. valorizzare l'esistente, quindi: lavorare sì per lo sviluppo, ma allo stesso tempo, rendere efficiente ed economicamente rilevante quello che sin qui è stato realizzato
5. finalizzare i localismi e la segmentazione delle competenze a un progetto e a un obiettivo comune secondo standard e parametri che rendano percepibile in modo unitario il patrimonio artistico e culturale
6. individuare e sviluppare, oltre agli attrattori culturali e artistici, anche i subattrattori, capaci di offrire al turista un'offerta completa che soddisfi tutte le sue esigenze. In questo senso dobbiamo guardare anche alle famiglie pensando a 'pacchetti completi' e offerte ad hoc

Solo così potremo garantire buone performance e longevità al nostro patrimonio artistico e culturale

RINGRAZIAMENTI

- Presenze istituzionali:



- **on. Sandro Bondi** Ministro per le Attività e i Beni Culturali
- **on. Mauro Cutrufo** vice sindaco di Roma
- **Giulia Rodano** assessore alla Cultura, Spettacolo e Sport regione Lazio
- **Maurizio Flammini** presidente di Federlazio

- Intervento:

Roberto Scaramella partner Bain & Company

- **I relatori** che interverranno alle due tavole rotonde, sono tutti esponenti di spicco del mondo imprenditoriale e manageriale italiano e internazionale

- Moderatore:

- **Germano Gaudenzi**, vice presidente Area Servizi di Confimprese, che si è molto prodigato per l'organizzazione di questo convegno

Sponsor:

- **gli Associati:**

Autogrill

Maggiore

Fresystem

- l'azienda 6 di Casa

Ente patrocinante:



- Ministero per i Beni e le Attività Culturali