

SELPRESS
www.selpress.comDirettore Responsabile
Giorgio MulèDiffusione Testata
66.775

l'analisi

Dovremmo fare
un monumento
allo sviluppo

L'Italia possiede il più importante patrimonio culturale del mondo, che però «rende» sempre meno. Perché mancano infrastrutture, servizi e... una cabina di regia.

di Mario Resca *

■ In Italia l'industria del turismo vale il 10% del Pil e genera un'economia di oltre 210 miliardi di euro. Il 30% dei flussi turistici verte sulle città d'arte e storiche, dove i turisti stranieri spendono 9,8 miliardi, con una spesa giornaliera procapite di 100 euro.

Sono alcuni dei dati emersi dalla ricerca «Il turismo culturale in Italia. Scenario e potenzialità di sviluppo» condotta da Bain & Company per Confimprese, che viene presentata giovedì 5 novembre nel corso del convegno «Cultura, Turismo e Mercato. Il patrimonio artistico: motore dello sviluppo del sistema Italia», organizzato da Confimprese a Roma alla presenza del ministro per i Beni e le attività culturali Sandro Bondi.

L'Italia possiede il più ampio patrimonio culturale del mondo: su 878 siti Unesco, il più alto numero, pari a 43, è in territorio nazionale, così come i musei (5.500), i parchi nazionali (23), gli eventi dello spettacolo dal vivo (81.500), il patrimonio enogastronomico (164 prodotti Dop e Igp, 359 vini Doc e Docg). Sono numeri importanti, sufficienti però a fotografare i molti scuri e pochi chiari che affliggono l'industria culturale turistica italiana. Numeri che collocano l'Italia nelle posizioni di coda rispetto alle *best performance* degli altri Paesi europei. Per arrivarci il nostro Paese si posiziona al quinto posto con un percorso di crescita meno significativo rispetto alle altre principali nazioni. 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 di Londra.

La valorizzazione del patrimonio culturale e artistico di una nazione è una leva efficace per sviluppare il vantaggio competitivo in termini di crescita economica, creazione di nuovi posti di lavoro, reputazione e immagine, input strategico. Nel mondo ci sono molti esempi di efficace valorizzazione del patrimonio artistico e naturale. *La Gioconda* le cascate del Niagara, il Guggenheim, le Piramidi d'Egitto: ovunque sono state avviate azioni per sostenere la ricchezza artistico-culturale, grazie a nuovi modelli di business come l'online advertising, il network management, il licensing, l'organizzazione di eventi aziendali nella sale museali valorizzando il potenziale commerciale dei servizi retail. Iniziative intelligenti che permettono di generare un indotto per tutto il terziario. Ma se mancano le infrastrutture e i servizi, come è il caso del nostro Paese, il gioco si fa duro.

Basterebbe sfruttare le potenzialità offerte dal nostro patrimonio culturale per arrivare a una maggiore efficienza nella distribuzione di prodotti e servizi, creando sviluppo per il settore retail. Introdurre programmi mirati di investimenti potrebbe portare a un significativo stimolo in termini di Pil e di occupazione. Il valore economico generato da eventi culturali e sportivi e da interventi infrastrutturali di rilevanza regionale o nazionale condurrebbe a risultati sorprendenti. La funzionalità delle infrastrutture, che implica anche la creazione di un programma di accoglienza per i turisti, 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.

È necessario investire in cultura, ampliare i contenuti dell'offerta turistica, sviluppare la rete di infrastrutture. Ma anche programmare azioni efficaci, valorizzando le competenze dei privati per stimolarne gli investimenti. E dopo avere identificato questa cabina di regia, potremo iniziare a lavorare su alcune priorità. Per superare il gap che ci separa dagli altri Paesi. ©

* presidente Confimprese, direttore generale per la valorizzazione del patrimonio culturale ministero Beni e attività culturali



SOUVENIR ROMANI
Ogni anno i turisti stranieri spendono 9,8 miliardi di euro per visitare le città d'arte italiane (nella foto, souvenir a Roma).