srm

Cultura e Archeologia per un turismo sostenibile di qualità

L'impatto del brand Unesco sui territori

N.3

SRM

Centro Studi con sede a Napoli, collegato al Gruppo Intesa Sanpaolo, nato come presidio intellettuale e scientifico, ha come obiettivo il miglioramento della conoscenza del territorio sotto il profilo infrastrutturale, produttivo e sociale in una visione europea e mediterranea. É specializzato nell'analisi economica delle dinamiche regionali, con particolare attenzione al Mezzogiorno. Ha creato, inoltre, due Osservatori di ricerca a carattere internazionale che monitorano e analizzano settori strategici come i Trasporti Marittimi, la Logistica e l'Energia.

www.sr-m.it

IL TEAM DI RICERCA

Direttore

Massimo Deandreis

Autori

Salvio Capasso (Responsabile), Agnese Casolaro, Autilia Cozzolino

Autori esterni

Riccardo Achilli

Concept e grafica

Raffaela Quaglietta

Disclaimer

Le analisi contenute nella ricerca rappresentano i risultati di uno specifico progetto di SRM e non hanno la pretesa di essere esaustivi, inoltre non impegnano né rappresentano in alcun modo il pensiero e l'opinione dei Soci fondatori ed ordinari di SRM. La ricerca ha finalità esclusivamente conoscitiva e informativa, e non costituisce, ad alcun effetto, un parere, un suggerimento di investimento, un giudizio su aziende o persone citate. Le informazioni proposte sono ricavate da fonti ritenute da SRM affidabili, ma non sono necessariamente complete, e l'accuratezza delle stesse non può essere in alcun modo garantita. SRM, inoltre, non è responsabile dei fatti, delle opinioni e dei dati contenuti nei capitoli non elaborati direttamente. È consentito l'uso della ricerca e delle informazioni in essa contenute ai fini di studio ed approfondimento di settore, citando regolarmente la fonte. Pubblicazione aggiornata con dati e informazioni disponibili a ottobre 2023.

Indice

Premessa	2
Definizione ed inquadramento dell'ambito di analisi	3
L'impatto complessivo dei siti Unesco	11
I casi di studio	
Pompei: una success story?	18
Il sito Unesco di Palermo arabo-normanna	24
Matera, sito Unesco e capitale europea della cultura	30
La spinta economica del turismo culturale integrato: le potenzialità meridionali ed il ruolo del PNRR	38
Alcuni spunti conclusivi sui possibili impatti di politica integrata dei siti UNESCO meridionali	42
Bibliografia e Sitografia	44

Premessa

La collana studio Cultura e Archeologia per un turismo sostenibile e di qualità quest'anno, in occasione della XXV edizione della Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico, è dedicata al tema "L'impatto del brand Unesco sui territori".

L' United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization –UNESCO-, che in italiano viene tradotto con "Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura", si propone di contribuire al mantenimento della pace e della sicurezza rafforzando la collaborazione tra le nazioni con l'educazione, le scienze e la cultura. In particolare, l'Organizzazione contribuisce e preserva la pace proprio attraverso la tutela del patrimonio universale rappresentato da libri, opere d'arte ed altri monumenti d'interesse storico o scientifico. Oltre all'interculturalità, promuove anche la diffusione stessa della cultura, la tutela dell'ambiente e la difesa delle minoranze.

La notorietà internazionale dell'UNESCO è attribuibile anche alla "Lista del Patrimonio Mondiale" dove sono indicate le opere frutto dell'ingegno umano o della natura, la cui conoscenza e salvaguardia è ritenuta fondamentale per tutta l'Umanità. Si tratta di una lista non esaustiva ed in continuo aggiornamento. L'UNESCO ha fino ad oggi riconosciuto 1.199 siti (933 siti culturali, 227 naturali e 39 misti) presenti in 168 Paesi del mondo. Attualmente l'Italia detiene il maggior numero di siti inclusi nella lista dei patrimoni dell'umanità: 59 siti (www.unesco.it).

Si è detto che l'obiettivo è quello di proteggere e trasmettere alle generazioni future il patrimonio universale ma al contempo, l'inserimento di un sito nella lista può essere anche fonte di valorizzazione del sito con un impatto socio-economico sul territorio. Molti dei beni presenti nella World Heritage List sono delle vere e proprie attrazioni turistiche.

In questo lavoro, anche con il supporto di casi di studio, si analizzerà il potenziale impatto territoriale, alla luce dell'attribuzione del riconoscimento Unesco, dei grandi siti di turismo archeologico-culturale, con particolare riferimento al Mezzogiorno.

Lo studio parte da un inquadramento definitorio del concetto di sito Unesco per poi tracciare una mappatura dello stesso per l'Italia e realizzare una analisi generale dei flussi turistici nazionali e regionali. Si discute, quindi, sull'impatto complessivo dei siti Unesco sul territorio secondo la letteratura prevalente, nazionale e non, e vengono illustrati tre casi di studio di siti Unesco per il Mezzogiorno: Pompei, Palermo-Cefalù e Matera (quest'ultima destinataria anche della nomina a capitale europea della cultura).

Infine, dall'analisi della spinta economica che un turismo culturale in sinergia con altre forme turistiche può dare al territorio, si stimano le opportunità economiche che il Mezzogiorno può cogliere nel valorizzare siti UNESCO mediante una politica integrata attiva.

Definizione ed inquadramento dell'ambito di analisi

Poiché l'Unesco attribuisce il suo marchio ad una pluralità di beni materiali ed anche immateriali, è bene circoscrivere sin da subito l'ambito dell'analisi ai soli siti che afferiscono ad una particolare tipologia di turismo, ovvero quello storico-archeologico. Tale tipologia di turismo è una sottospecificazione di quello culturale, ed è mirato specificamente all'archeologia ed alla conservazione dei siti storici. In quanto tale, esso è legato ad una offerta prevalentemente pubblica, poiché i beni archeologico-culturali sono generalmente demaniali, quindi a proprietà pubblica, o comunque sottoposti a vincoli e normative di tutela pubbliche, e ricomprende tutti i prodotti associati alla promozione archeologica pubblica, comprese le visite a siti archeologici, musei, centri di interpretazione, ricostruzioni di eventi storici, festival o teatri.

Il turismo archeologico ha una offerta estremamente fragile, che lo pone costantemente a rischio di turismo invasivo. Quando i siti archeologici sono gestiti da enti turistici, le tasse dei biglietti e le entrate dei souvenir possono diventare una priorità, e la domanda rimane se un sito vale la pena aprirsi al pubblico o rimanere chiuso e mantenere il sito fuori pericolo. Il danno a materiali archeologici insostituibili non è solo diretto, come quando i resti sono disordinati, alterati, distrutti o saccheggiati, ma spesso il risultato indiretto di uno sviluppo mal pianificato di servizi turistici, come alberghi, ristoranti, strade e negozi.

L'attribuzione della qualifica di "sito Unesco" segue un iter specifico, con delle caratteristiche proprie per i beni culturali ed archeologici rispetto agli altri beni che l'Unesco tutela. Possono chiedere di iscriversi alla lista del patrimonio mondiale, per la parte storico-archeologica, i seguenti beni:

- monumenti: opere architettoniche, plastiche o pittoriche monumentali, elementi o strutture di carattere archeologico, iscrizioni, grotte e gruppi di elementi di valore universale eccezionale dall'aspetto storico, artistico o scientifico;

- agglomerati: gruppi di costruzioni isolate o riunite che, per la loro architettura, unità o integrazione nel paesaggio hanno valore universale eccezionale dall'aspetto storico, artistico o scientifico;

- siti: opere dell'uomo o opere coniugate dell'uomo e della natura, come anche le zone, compresi i siti archeologici, di valore universale eccezionale dall'aspetto storico ed estetico, etnologico o antropologico.

Per essere inseriti nella Lista i siti devono essere di eccezionale valore universale e rispondere ad almeno uno dei 6 criteri previsti nelle Linee-Guida Operative:

i) Rappresentare un capolavoro del genio creativo dell'uomo.

(ii) Mostrare un importante interscambio di valori umani in un lungo arco temporale o all'interno di un'area culturale del mondo, sugli sviluppi dell'architettura, nella tecnologia, nelle arti monumentali, nella pianificazione urbana e nel disegno del paesaggio.

(iii) Essere testimonianza unica o eccezionale di una tradizione culturale o di una civiltà vivente o scomparsa.

(iv) Costituire un esempio straordinario di una tipologia edilizia, di un insieme architettonico o tecnologico o di un paesaggio che illustri uno o più importanti fasi nella storia umana.

(v) Essere un esempio eccezionale di un insediamento umano tradizionale, dell'utilizzo di risorse territoriali o marine, rappresentativo di una cultura (o più culture) o dell'interazione dell'uomo con l'ambiente, soprattutto quando lo stesso è divenuto vulnerabile per effetto di trasformazioni irreversibili.

(vi) Essere direttamente o materialmente associati con avvenimenti o tradizioni viventi, idee o credenze, opere artistiche o letterarie dotate di un significato universale eccezionale.

L'Italia è una eccellenza mondiale per numero e diversità dei siti Unesco ivi riconosciuti. L'elenco, per quanto attiene i beni storico-archeologici (quindi al netto di quelli naturalistico-ambientali o di quelli immateriali), per anno di riconoscimento, è il seguente:

- 1979 Arte Rupestre della Valcamonica
- 1980 (e 1990) Centro storico di Roma, le proprietà extraterritoriali della Santa Sede nella città e San Paolo fuori le Mura
- 1980 La Chiesa e il convento Domenicano di Santa Maria delle Grazie e il 'Cenacolo' di Leonardo da Vinci
- 1982 Centro storico di Firenze
- 1987 Venezia e la sua Laguna
- 1987 Piazza del Duomo a Pisa
- 1990 Centro Storico di San Gimignano
- 1993 I Sassi e il Parco delle Chiese Rupestri di Matera
- 1994 La città di Vicenza e le ville del Palladio in Veneto
- 1995 Centro storico di Siena
- 1995 Centro storico di Napoli
- 1995 Crespi d'Adda
- 1995 Ferrara, città del Rinascimento, e il Delta del Po
- 1996 Castel del Monte
- 1996 Trulli di Alberobello
- 1996 Monumenti paleocristiani di Ravenna

- 1996 Centro storico di Pienza
- 1997 Aree archeologiche di Pompei, Ercolano e Torre Annunziata
- 1997 Il Palazzo reale del XVIII secolo di Caserta con il Parco, l'Acquedotto vanvitelliano e il Complesso di San Leucio
- 1997 Modena: Cattedrale, Torre Civica e Piazza Grande
- 1997 Residenze Sabaude
- 1997 Su Nuraxi di Barumini
- 1997 Area Archeologica di Agrigento
- 1997 Piazza Armerina, villa romana del Casale
- 1998 Area archeologica e Basilica Patriarcale di Aquileia
- 1998 Centro Storico di Urbino
- 1998 Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano, con i siti archeologici di Paestum, Velia e la Certosa di Padula
- 1999 Villa Adriana (Tivoli)
- 2000 Assisi, La Basilica di San Francesco e altri siti Francescani
- 2000 Città di Verona
- 2001 Villa d'Este (Tivoli)
- 2002 Le città tardo barocche del Val di Noto (Sicilia sud-orientale)
- 2004 Necropoli Etrusche di Cerveteri e Tarquinia
- 2005 Siracusa e le necropoli rupestri di Pantalica
- 2006 Genova, le Strade Nuove e il Sistema dei Palazzi dei Rolli
- 2008 Mantova e Sabbioneta
- 2011 I longobardi in Italia. Luoghi di potere
- 2011 Siti palafitticoli preistorici delle Alpi
- 2013 Ville e giardini medicei in Toscana
- 2015 Palermo arabo-normanna e le cattedrali di Cefalù e Monreale
- 2017 Opere di difesa veneziane del XVI e XVII sec. Stato di Terra-Stato di Mare Occidentale (bene transnazionale, per l'Italia Peschiera, Bergamo, Palmanova)

- 2018 Ivrea, città industriale del XX secolo
- 2021 Padova Urbs Picta - Giotto, la Cappella degli Scrovegni e i cicli pittorici del Trecento
- 2021 Le Grandi Città Termali d'Europa
- 2021 I Portici di Bologna.

Tale molteplicità copre periodi storici molto diversi tra loro, non sempre quindi appartenenti all'antichità classica o alla preistoria, periodi di cui si occupa più direttamente l'archeologia sul campo, ma sono tutti siti connotati da un retaggio storico importante.

La dimensione economica del fenomeno, per il nostro Paese, è fortemente influenzata dai flussi di visitatori internazionali. La spesa turistica degli stranieri, in Italia, torna, nel 2022, ai livelli pre-Covid, dopo il crollo dovuto al lockdown del 2020, su un trend costantemente crescente.

Spesa dei turisti internazionali in Italia per anno – milioni di euro

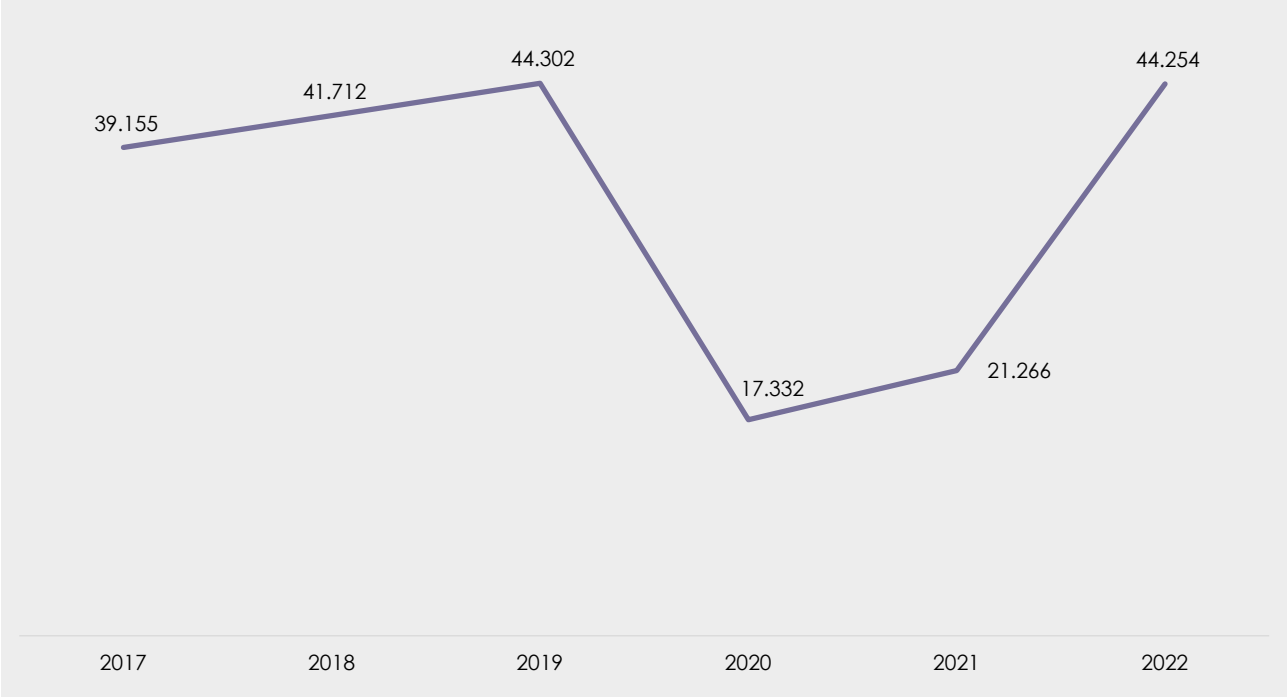

Grafico 1 - Fonte: Banca d'Italia

Il grosso di tale spesa proviene dall'area Ue, grazie anche alla moneta unica, e riguarda Paesi come Francia e Germania, mentre fuori dall'area Ue rilevanti sono i flussi da Stati Uniti, Paesi dell'America Latina, Regno Unito e Svizzera. Il turismo da Paesi asiatici diversi dal Giappone (essenzialmente Cina e Corea del Sud) è un fenomeno emergente di sempre maggior rilevanza.

Spesa per Paese/area geografica di origine dei visitatori internazionali, anno 2022, (Mln €)

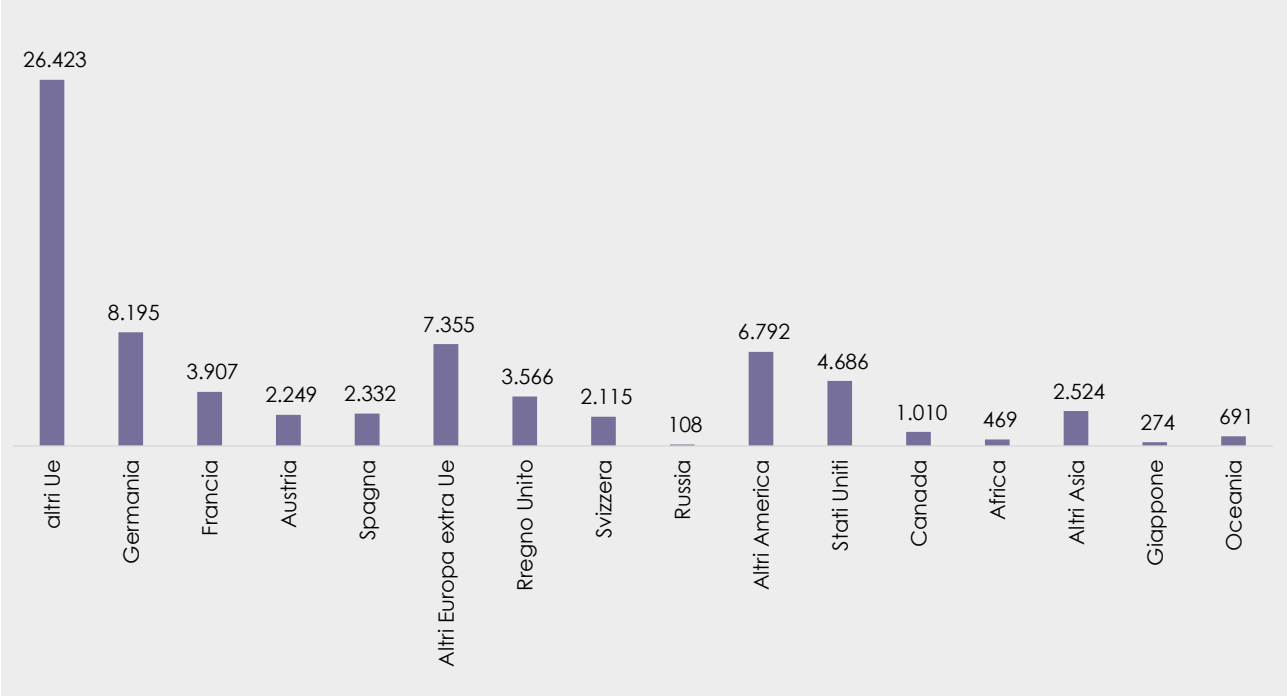

Grafico 2 - Fonte: Banca d'Italia

Solo 7,4 miliardi, dei 44,3 spesi in Italia da viaggiatori internazionali, ovvero meno del 17%, ricadono nel Mezzogiorno, benché 12 dei 45 siti archeologici Unesco, ovvero circa il 27%, siano concentrati al Sud. Già da tale dato molto generale di discrepanza fra quota di spesa e quota di offerta di siti Unesco si riscontra una difficoltà di sistema da parte del Mezzogiorno nell'attrarre dall'estero una spesa turistica all'altezza della numerosità ed importanza dei suoi siti.

Per quanto invece riguarda lo specifico segmento del turismo archeologico, è possibile utilizzare i dati Istat/Ministero della Cultura. Come è possibile vedere, il turismo storico-archeologico ha subito in misura grave gli effetti del Covid, come del resto tutti i comparti turistici italiani. Dopo il punto minimo in termini di visitatori raggiunto nel 2020, soprattutto per le aree archeologiche, che perdono più di 11 milioni di visitatori rispetto all'anno precedente, nel 2021 i flussi aumentano per tutti i segmenti (musei, circuiti museali, beni archeologici) ma, per quest'ultima categoria, la ripresa appare più lenta e, comunque, si rimane ancora lontani dai valori precedenti il Covid, quando i visitatori delle aree archeologiche sfioravano i 30 milioni all'anno, con introiti per quasi 80 milioni, mentre musei e circuiti museali erano tranquillamente al di sopra dei 25 milioni di visitatori, con introiti attorno ai 160 milioni.

Per lo specifico segmento storico-archeologico, relativo ai visitatori dall'Italia e dal resto del mondo, il Mezzogiorno ha una parte adeguata rispetto al 27% di aree Unesco storico archeologiche riconosciute: il 30% dei visitatori ed il 27% degli introiti totali. Ciò significa che è soprattutto il flusso di turisti italiani ad innalzare le performance del sistema museale ed archeologico meridionale, atteso che, come detto prima, la spesa turistica degli stranieri in tale ripartizione è particolarmente bassa.

Numero visitatori e introiti lordi di musei, aree archeologiche e circuiti museali, anno 2021

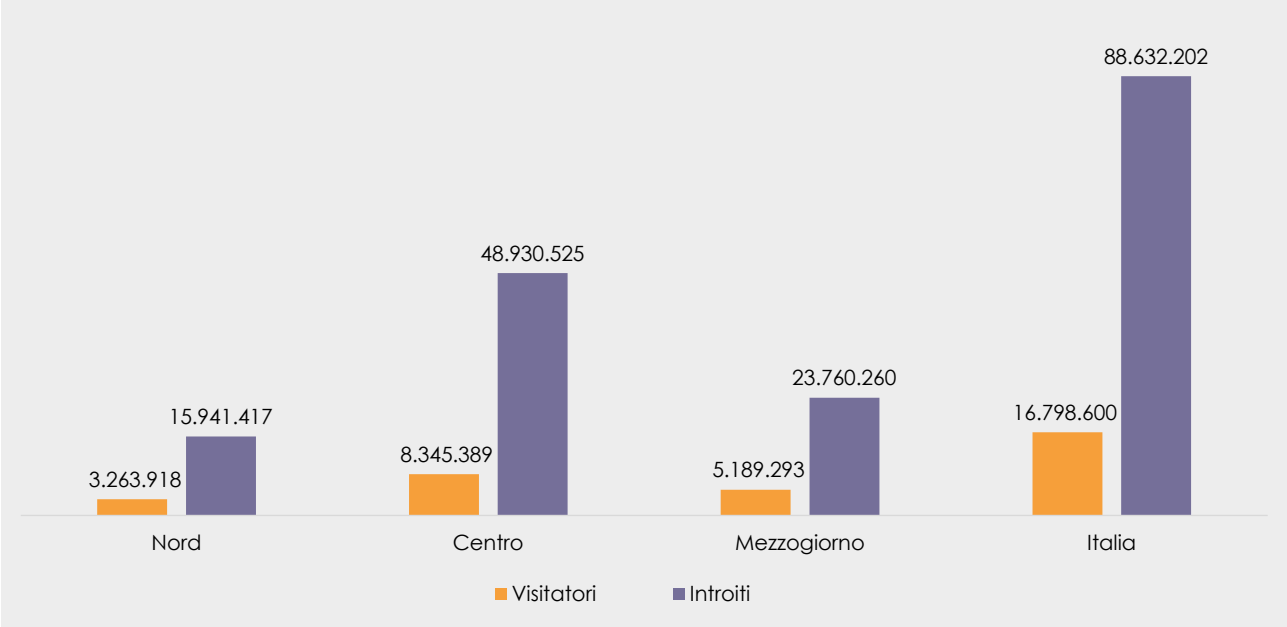

Grafico 3 - Fonte: Banca d'Italia

In particolare, in termini di numero di visitatori nel 2021, grazie alla sua offerta storico-archeologica molto articolata (Pompei ed Ercolanum, centro storico di Napoli, reggia di Caserta, area archeologica di Paestum, testimonianze normanne a Salerno, ecc.) il sistema museale e monumentale-archeologico campano è secondo soltanto al Lazio, superando regioni molto rinomate come la Toscana o il Veneto.

La Campania assorbe, però, più dell'80% dei flussi di turismo storico-archeologico del Mezzogiorno, con le altre regioni del Sud in posizione del tutto secondaria: la Puglia è solo nona, la Sardegna undicesima, seguita da Calabria e Basilicata, Molise ed Abruzzo sono i fanalini di coda.

Pertanto, il turismo storico-archeologico del Sud, che potrebbe valorizzare moltissimi territori per la sua rete di siti Unesco distribuita fra Puglia, Basilicata, Sicilia, Sardegna (oltre che la Campania) è però polarizzato in misura eccessiva sulla sola Campania e, in particolar modo, sulla provincia di Napoli (che da sola assorbe il 67% circa di tutti i visitatori del sistema museale ed architettonico-monumentale del Meridione ed è, con i suoi oltre 3,5 milioni di visitatori, seconda soltanto a Roma, distanziando persino i 2,5 milioni di visitatori di Firenze). È ovvio che l'area di Pompei ha una funzione catalizzatrice assolutamente primaria.

Per il 2022 si stima un numero dei visitatori nei musei, monumenti ed aree archeologiche italiane pari a poco oltre i 51 mln, in forte recupero rispetto all'anno pandemico. Infatti, mancherebbero all'appello solo circa 3.5 mln di visitatori per uguagliare il 2019. Ulteriori stime ci conducono a valutare i visitatori nel Mezzogiorno in circa 11,5 mln, con un recupero di quasi il 93% del valore pre-covid.

Numero di visitatori di musei, aree archeologiche e circuiti museali per regione, anno 2021

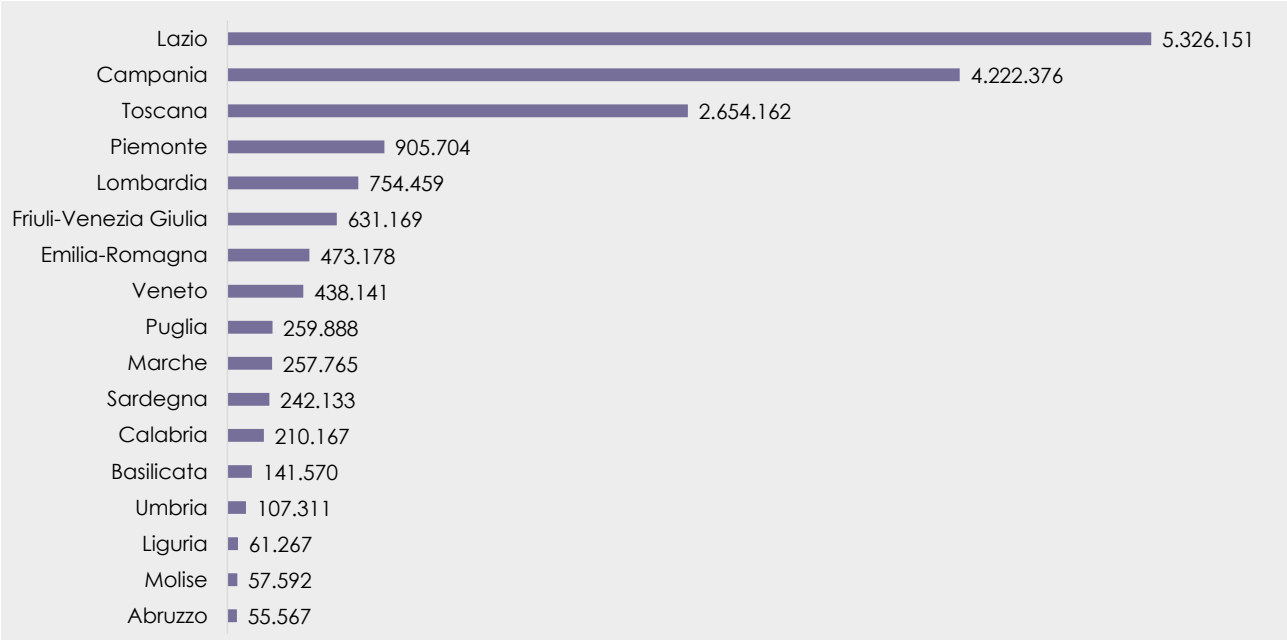

Grafico 4 - Fonte: Istat

Un'altra caratteristica di questa tipologia turistica è quella di una stagionalità che, seppur molto meno marcata rispetto a quella del turismo generale, è comunque esistente, con i visitatori che si concentrano soprattutto nel trimestre estivo, con un minimo fra marzo ed aprile. Pur non risentendo, o risentendo in termini più lievi, di fattori di tipo climatico, il turismo culturale ha comunque una certa stagionalità, che non garantisce agli operatori un flusso di cassa costante per tutto l'anno.

Andamento del numero di visitatori di musei, aree archeologiche e circuiti museali e di arrivi totali negli esercizi ricettivi in Italia per mese, anno 2021

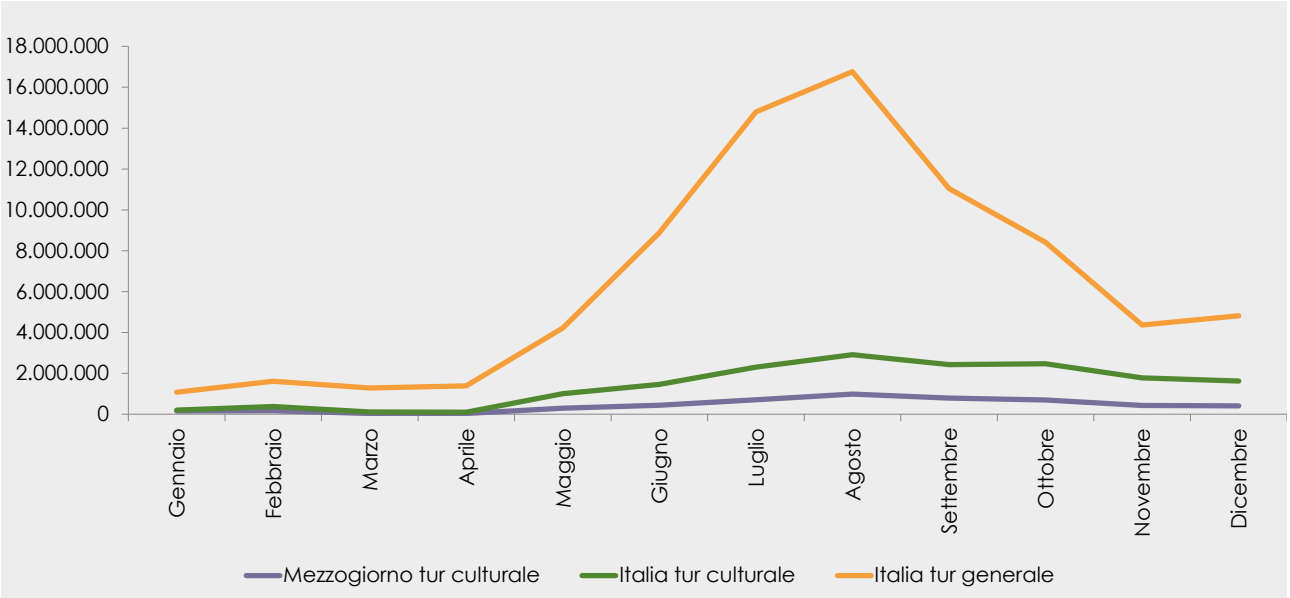

Grafico 5 - Fonte: Istat

Numero di visitatori e valore degli introiti lordi per il turismo storico-archeologico in Italia negli anni 2017-2021 per alcune caratteristiche (istituti a pagamento e gratuiti)

ANNI	ISTITUTI			VISITATORI					
				degli Istituti a Pagamento			degli Istituti Gratuiti	Totale	INTROITI LORDI * (Euro)
	A Pagamento	Gratuiti	Totale	Paganti	Non Paganti	Totale			
MUSEI									
2017	151	59	210	8.450.776	4.522.221	12.972.997	634.155	**13.607.152**	64.214.691,77
2018	154	59	213	8.427.768	4.887.322	13.315.090	697.580	**14.012.670**	73.897.739,56
2019	149	57	206	8.364.794	5.136.158	13.500.952	683.198	**14.184.150**	80.558.741,21
2020	155	56	211	2.785.993	1.461.013	4.247.006	174.970	**4.421.976**	24.527.386,33
2021	147	51	198	4.523.703	1.523.312	6.047.015	153.365	**6.200.380**	40.382.785,98
MONUMENTI E AREE ARCHEOLOGICHE									
2017	115	165	280	7.365.504	3.452.787	10.818.291	14.559.917	**25.378.208**	60.298.011,72
2018	119	156	275	7.700.690	3.688.282	11.388.972	18.243.806	**29.632.778**	76.794.322,77
2019	112	161	273	7.918.311	3.842.370	11.760.681	17.202.846	**28.963.527**	78.937.396,19
2020	113	149	262	2.018.801	770.486	2.789.287	4.777.047	**7.566.334**	17.666.887,11
2021	112	140	252	3.202.970	911.417	4.114.387	4.375.634	**8.490.021**	27.933.400,03
CIRCUITI MUSEALI									
2017	-	-	-	8.252.424	2.931.532	11.183.956	0	**11.183.956**	69.403.061,59
2018	-	-	-	8.855.427	2.812.897	11.668.324	0	**11.668.324**	78.939.036,61
2019	-	-	-	8.793.106	2.904.974	11.698.080	0	**11.698.080**	82.914.493,89
2020	-	-	-	1.011.043	337.090	1.348.133	0	**1.348.133**	10.388.824,12
2021	-	-	-	1.783.107	325.092	2.108.199	0	**2.108.199**	20.316.016,11

Tabella 1 - Fonte: Istat

L'impatto complessivo dei siti Unesco

Nel presente paragrafo si cercherà di dare conto, sulla base di alcuni studi specializzati esistenti, dell'impatto complessivo sul territorio che i siti Unesco generano, e degli aspetti, anche critici, che sono collegati a tali beni. A livello internazionale, la ricerca sul rapporto fra costi e benefici del riconoscimento Unesco dei siti culturali è diventata molto ampia, soprattutto dagli anni Novanta, anche in considerazione del costo pubblico non indifferente per la partecipazione a tale organizzazione, andato crescendo per i Paese aderenti, come il nostro, dopo la fuoriuscita del principale finanziatore, gli Stati Uniti, durante la presidenza di Trump. Nel complesso, i 194 stati membri versano 141.116.842 dollari. L'Italia, nello specifico, versa 5.922.552 di dollari all'anno, cifra che non è variata nell'ultimo biennio con l'emergenza Covid. A questo si aggiungono contributi straordinari come il milione di euro che l'Italia ha versato all'organizzazione parigina per il Museo libanese Sursock di Beirut[1].

Peraltro, lo stesso processo di riconoscimento Unesco comporta costi specifici talvolta gravosi per le stesse comunità locali. Si stimano in circa 450-500 mila euro i costi di investimento da sostenere per le procedure di iscrizione di un sito alla Lista, cui si aggiungono circa 170 mila euro di costi annuali di gestione (la stima si riferisce a siti del Regno Unito nel 2008[2] ed è quindi necessariamente più bassa di un dato attualizzato che tenga conto anche dell'inflazione).

A fronte di un impegno finanziario pubblico non indifferente, in tempi di austerità di bilancio, gli studi internazionali sugli impatti del brand Unesco sui territori interessati si suddividono in tre filoni principali (Solima, 2013)[3]:

- Un primo che, considerando le serie storiche relative ai flussi turistici in un dato territorio, cerca di comprendere se vi siano state variazioni significative nelle dinamiche di tali flussi a far data dall'anno di iscrizione di un determinato sito nella Lista; il limite di questi studi, peraltro spesso dichiarato dagli stessi ricercatori, risiede nella difficoltà di stabilire un nesso di causa-effetto certo fra l'eventuale incremento dei flussi e l'iscrizione alla Lista, dato che molti altri fenomeni (congiunturali e strutturali) possono contribuire a modificare le dinamiche turistiche;
- Un secondo filone concentra l'attenzione sul brand Unesco come elemento in grado di contribuire alla formazione dell'identità turistica di un territorio ed affronta il tema con metodologie qualitative (interviste alla comunità dei residenti, a piccoli campioni di turisti etc.);
- Il terzo filone, attraverso analisi econometriche o di regressione, cerca invece di stabilire l'impatto socio-economico dell'iscrizione alla Lista per un determinato sito; in questo caso, il principale limite di questi studi è che essi vengono generalmente svolti con una metodologia di analisi indiretta, basata cioè sul ricorso prevalente a dati di tipo secondario.

[1] M. Pirrelli, C. Giardini (2021) "Più turisti, più responsabilità:l'importanza di chiamarsi «Patrimonio Unesco»", su Il Sole 24 Ore del 01.08.2021.
[2] DCMS (2008), "World Heritage for the Nation: Identifying, Protecting and Promoting our World Heritage, A consultation paper".
[3] L. Solima (2013), "La valutazione del ruolo del marchio Unesco nella valorizzazione turistica del territorio attraverso uno studio su tre siti italiani: aspetti metodologici, evidenze empiriche ed indicazioni operative", su Aidea, Economia Aziendale, nr. 180, 2013.

Tali studi riportano una panoplia di conclusioni differenti, basate sia sulla diversa metodologia utilizzata, sia sul diverso territorio di applicazione dell'indagine. In alcuni casi, come proprio nel caso della citata ricerca del DCMS basata sulla Gran Bretagna, non risulta possibile stabilire in modo certo una relazione fra turismo, rigenerazione territoriale e la designazione Unesco; l'effetto, infatti, risulta minimo e non chiaramente attribuibile al marchio Unesco, poiché la variazione dei visitatori fra prima e dopo l'attribuzione del marchio appare minima, e non chiaramente correlabile al marchio stesso. Lo studio, quindi, considera che la designazione è una condizione non sufficiente ad attivare processi di sviluppo turistico del territorio, se non viene accompagnata da politiche ad hoc. Detto in termini diversi, la designazione è una sorta di "leverage", di leva, che consente ai diversi attori del territorio di coagularsi attorno ad una visione di sviluppo comune, per attrarre finanziamenti aggiuntivi se utilizzata come fattore di marketing territoriale, per generare nuove idee in materia di sviluppo del territorio, attrarre attività di restauro e conservazione, di formazione ed educazione storico-archeologica, ecc. se non viene usata come leva per determinare tali effetti, la mera designazione rimarrebbe, secondo tale approccio, del tutto sterile.

Un secondo tipo di conclusioni è molto affine al primo, ed evidenzia come gli impatti dipendano dalle differenze tra i diversi siti analizzati in termini di condizioni iniziali di contesto, ma anche dalle scelte di utilizzo fatto da questi della propria designazione o dal modello di governance e concertazione applicato al sito: ad esempio, un sito periferico con una popolazione residente non numerosa ed un mercato turistico ridotto, o una dotazione infrastrutturale di accesso inadeguata, beneficerà in modo ridotto della designazione Unesco. Una governance del sito dall'alto, che non coinvolge la comunità locale, rischia di isolarsi dal territorio e non produrre le necessarie pressioni per fare le politiche di contesto volte a valorizzare il sito stesso (ad es. realizzare adeguate infrastrutture di accesso, fare fund raising). Più in generale, laddove i responsabili del sito lavorano in accordo con gli amministratori locali ed il mondo imprenditoriale, la concertazione produce una migliore valorizzazione del sito Unesco stesso[4].

Uno studio molto esteso di Prud'Homme (2008)[5] mette a confronto tre lavori diversi sul tema. Il primo evidenzia come il nesso tra sviluppo economico e designazione Unesco sia incerto e con ogni probabilità piuttosto tenue e che l'appartenenza alla Lista da sola non sia un fattore causale sufficiente ad innescare processi di sviluppo locale.

Il secondo è uno studio che ha preso in considerazione i flussi turistici e le loro ricadute in termini di crescita economica, prima e dopo la designazione Unesco di cinque siti francesi, determinando per tale via che l'iscrizione alla Lista non costituisce una causa statisticamente rilevante per un incremento del turismo, a parità di tutte le altre condizioni considerate.

Il terzo studio preso in esame è invece basato su un'analisi comparativa di tipo qualitativo, con survey su siti culturali in Turchia iscritti e non iscritti alla Lista Unesco, e conclude che la designazione ha contribuito, in uno dei siti Unesco, ad una migliore attività di conservazione

[4] Cfr. ad es. Scottish Natural Heritage (2007), "Social, Economic and Environmental Benefits of World Heritage Sites, Biosphere Reserves and Geoparks".
[5] Prud'Homme R. (2008), "Les impacts socio-économiques de l'inscription d'un site sur la liste du patrimoine mondial: trois études", su https://docplayer.fr/15236757-Les-impacts-socio-economiques-de-l-inscription-d-un-site-sur-la-liste-du-patrimoine-mondial-trois-etudes-1-remy-prud-homme-2.html

del patrimonio ed allo sviluppo di attività di restauro, ma non ha avuto significativi impatti in termini di sviluppo locale. Quasi paradossalmente, in tale lavoro, un sito turco non facente parte del patrimonio Unesco ha ottenuto livelli di sviluppo superiori rispetto alle aree con siti Unesco, perché ha costretto i policy maker locali ad "inventare" nuove ed originali strade per lo sviluppo turistico del loro territorio ed ha tolto di mezzo alcuni vincoli di carattere conservativo legati al riconoscimento Unesco, che hanno favorito le attività economiche. Inoltre, questo studio ha anche messo in evidenza come la decisione di visitare uno specifico sito sia fondamentalmente basata sulla sua reputazione e non sul marchio Unesco ad esso associato: si va a vedere Pompei perché è Pompei, non perché è associata al brand dell'Unesco.

Infine, un interessante lavoro della società di consulenza Rebanks (2009)[6] condotto in occasione del progetto "Lake Project WHP" e basato su 13 casi di studio di siti Unesco (per la verità non tutti siti di interesse storico-archeologico, essendovi anche il sito di interesse ambientale delle Cinque Terre, o il sito delle Montagne Rocciose negli USA, anch'esso di tipo prettamente ambientale) evidenzia come la designazione di un sito offra delle opportunità, che però vanno colte e "lavorate" per poter divenire benefici effettivi.

Secondo gli autori, infatti, la designazione offre ai soggetti locali l'opportunità di generare alcuni elementi immateriali utili per lo sviluppo locale: l'orgoglio comunitario, la capacità degli attori locali di lavorare insieme, insieme ad un miglioramento delle capacità di conservazione/restauro e della possibilità di raccogliere fondi aggiuntivi. Tuttavia, convertire tali elementi in veri e propri motori di sviluppo locale dipende in larga misura dalla volontà, ovvero dalle intenzioni, dei soggetti locali, nel momento in cui promuovono il processo di designazione di un sito. Occorre, cioè, che a monte della scelta di candidarsi per la designazione, in itinere ed a valle, si produca una ben determinata catena logica:

- Identificazione dei problemi di sviluppo cui i soggetti locali vogliono rispondere.
- Comprensione di come il marchio Unesco possa influire su tali problemi.
- Scelte di investimento, attività e processi che si vogliono implementare per il territorio.

In altri termini, l'impatto del riconoscimento Unesco sul territorio dipende dalle motivazioni dei soggetti proponenti e dalla loro capacità di elaborare una strategia di sviluppo locale più ampia, che lo includa come uno dei tasselli. Lo studio conclude che l'impatto del marchio Unesco su un sito dipende da ciò che si è fatto di tale riconoscimento.

Inoltre, come già rilevato da altri lavori, l'impatto del riconoscimento Unesco dipende dalle condizioni di contesto di un determinato territorio: un'area isolata, che non ha una buona reputazione turistica o una immagine positiva, riceverà meno benefici di un'area con migliore accessibilità ed immagine turistica sui mercati più robusta, indipendentemente dal riconoscimento Unesco.

[6] Rebanks Consulting ltd, Trend Business Research (2009), "World Heritage Status: is there an opportunity for economic gains?" su https://www.yumpu.com/en/document/read/48805041/2009-world-heritage-status-is-there-opportunity-for-economic-gain

Fondamentalmente, se ciò che conta primariamente è l'obiettivo che ci si pone con il riconoscimento (ciò che si vuole fare del marchio Unesco) il lavoro identifica quattro macro categorie di motivazioni:

- La motivazione puramente premiale: in tale caso, lo sviluppo locale non è nemmeno l'obiettivo che ci si pone, ci si propone soltanto di conservare il sito. Il riconoscimento Unesco è solo il premio di tale sforzo di mera conservazione;

- La motivazione "SOS": il riconoscimento Unesco serve solo per attrarre investimenti emergenziali di conservazione di siti a rischio di degrado definitivo. Anche qui, non ci si pone un obiettivo di sviluppo locale. Questa peraltro è la motivazione di base alla origine stessa della genesi del marchio Unesco;

- La motivazione di marketing/branding: il riconoscimento serve per attivare azioni di promozione del territorio presso investitori esterni e per meglio posizionare il prodotto territoriale sul mercato turistico e presso i tour operator. In questo caso, la visione di sviluppo del territorio dipende dalle capacità complessive di comunicare e vendere un prodotto territoriale, quindi da un più generale investimento promozionale, di cui il riconoscimento fa parte;

- Una motivazione di "catalizzatore locale": in questo caso, il riconoscimento è un tassello di una strategia di sviluppo locale molto più articolata ed ampia, più ampia anche della precedente strategia meramente promozionale, che necessita di un network di stakeholder locali molto sviluppato e complesso. In questo caso, il riconoscimento può contribuire a generare effetti di sviluppo.

In sostanza, i principali studi internazionali evidenziano uno spettro di conclusioni sintetizzato dalla figura seguente. La direzione della freccia tende ad andare verso l'alto, ovvero verso la conclusione che vi è impatto significativo solo se il riconoscimento del sito viene inserito consapevolmente in una strategia di sviluppo più ampia ed in un contesto territoriale e di capitale sociale idoneo a generare effetti positivi (buon livello di infrastrutturazione, buona immagine del territorio, capacità dei soggetti locali di fare rete, disponibilità finanziarie per lo sviluppo, ecc).

Sintesi dei principali studi internazionali sull'impatto dei siti Unesco in termini di sviluppo locale

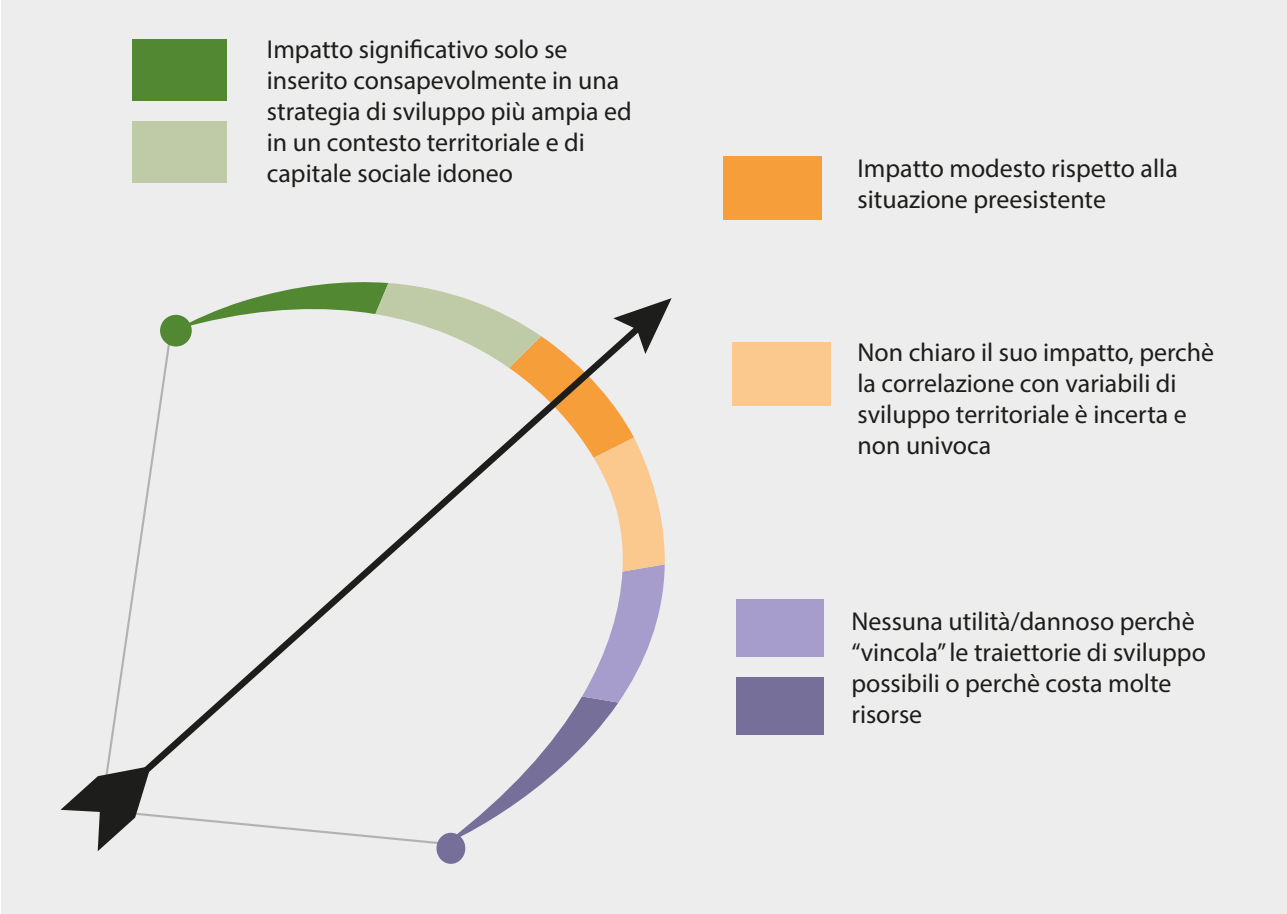

Figura 1 - Fonte: elaborazione SRM

Queste analisi, però, tendono a studiare i mercati turistici e quindi i flussi di visitatori in forma aggregata e totale, mentre sarebbe interessante verificare se vi è un impatto differenziale fra i visitatori stranieri e quelli locali, più vicini al territorio di insediamento del sito. Così Van der Aa (2005)[7] ha analizzato oltre 60 casi studio di siti UNESCO in Olanda, Gran Bretagna, Stati Uniti, Polonia, Messico e Spagna. In primo luogo, risulta che solo il 18% dei siti nominati direttamente dalle autorità centrali ha testimoniato una forte crescita nelle presenze turistiche dopo l'iscrizione al Patrimonio Mondiale. Questo è in particolare dovuto al fatto che le proprietà iscritte dalle autorità nazionali sono anche i siti culturali e naturali che già ricevono più visitatori. Al contrario, circa il 50% dei siti inizialmente proposti da stakeholder locali hanno testimoniato una forte crescita di visitatori. Allo stesso modo, i siti nominati direttamente dalle autorità centrali sono quelli che attraggono maggiormente i visitatori stranieri, mentre i siti inizialmente proposti da stakeholder locali conquistano delle nicchie nel mercato turistico nazionale.

Ed in Italia? Nello specifico del nostro Paese, che è una eccellenza per numero e pregio dei siti certificati dall'Unesco, è da considerare l'indagine Unesco/Iulm sul valore del brand

[7] Van der Aa, B. (2005), "Preserving the Heritage of Humanity? Obtaining World Heritage Status and the Impacts of Listing", Netherlands Organization for Scientific Research, Amsterdam.

Unesco[8]. Tale indagine, condotta con il taglio tipico delle analisi di mercato, vuole in primo luogo comprendere quale sia il grado ed il tipo di percezione che il pubblico e gli opinion makers hanno del brand Unesco.

Dall'indagine somministrata ad un campione di rispondenti, è emerso che vi è una alta diffusione della conoscenza di base del marchio UNESCO, che caratterizza il 98% del campione, ed altrettanto alto è l'indice di reputazione (al 76%). Tuttavia, l'alta percentuale di conoscenza del marchio Unesco non è un dato significativo, nella misura in cui è collegato ad una altrettanto alta conoscenza di tutte le principali agenzie dell'ONU. Il dato è, infatti, in linea con quello delle Nazioni Unite, di altre agenzie dell'ONU (Unicef 99%, FAO 99%), e delle principali organizzazioni non governative (Croce Rossa 99%, Medici Senza Frontiere 99%, WWF 99%, e ancora Greenpeace, Save the Children).

Tuttavia, a tale notorietà di UNESCO, non sembra però corrispondere una reale e approfondita conoscenza della missione, dei compiti, delle attività e dei risultati. L'organizzazione è prevalentemente identificata con l'ambito culturale, in particolare con la tutela dei beni culturali (77%) e naturalistici (68%), con la promozione e tutela delle culture locali (64%). Meno diffusa invece la conoscenza delle attività Unesco di promozione e innovazione culturale (50%), di promozione dello sviluppo sostenibile e della tutela della biodiversità (entrambe al 39%). Il divario di conoscenza tra ambiti operativi e filosofia d'intervento (tutela vs promozione) non è correlato al livello d'importanza che gli intervistati attribuiscono alle attività alla base della mission UNESCO, ritenute in egual misura importanti (oltre il 75% del campione). Tuttavia, la minore conoscenza delle attività di promozione dei territori è sintomatica di una debole percezione dell'effettivo ruolo che il brand Unesco può svolgere in processi di sviluppo locale, ed è quindi una indicazione di una debole capacità, da parte dell'Unesco, di entrare in forma proattiva in tali processi, di una modesta capacità di comunicazione o di una percezione di modesto impatto che i siti certificati possono avere sullo sviluppo dei territori.

Uno degli aspetti indagati nella ricerca è la trasferibilità del brand UNESCO, ovvero la capacità di proiettare su altri soggetti ed iniziative i propri valori e così da orientare positivamente i comportamenti. Il 75% del campione ritiene il marchio UNESCO importante per la promozione di attività, il 52% lo considera garanzia di qualità, il 40% elemento di eccellenza. UNESCO porta valore aggiunto nella tutela dei beni culturali (88%), nella promozione dei beni naturalistici (86%), e dei monumenti (84%). Gli intervistati si mostrano favorevoli all'inclusione nelle attività proprie dell'UNESCO di manifestazioni culturali associate all'intrattenimento.

Vi è quindi, evidentemente, nella percezione del campione italiano, un ruolo che Unesco può svolgere anche per la promozione dello sviluppo, ma la capacità effettiva di coprire tale ruolo non sembra essere percepita in misura maggioritaria dagli intervistati stessi. C'è quindi un differenziale, in parte dovuto a scarsa capacità di comunicazione delle proprie attività da parte dell'Unesco, ed in parte dovuto, probabilmente, al debole impatto percepito delle attività a sostegno dello sviluppo economico e sociale locale.

[8] Iulm/Commissione Nazionale Unesco, "Il valore del brand Unesco", novembre 2011.

I casi di studio

Nel presente paragrafo saranno riportati alcuni casi di studio di siti storico-culturali dell'Unesco in Italia. In particolare:

- L'area archeologica di Pompei, che, come si è visto, è il principale attrattore del turismo storico-archeologico del Sud, responsabile principale degli ottimi risultati in termini di attrazione da parte della Campania. In questo caso di studio, si utilizzeranno i dati e gli studi già effettuati per evidenziare l'impatto socio-economico di Pompei sul territorio;
- Il sito Unesco di Palermo arabo-normanna, riconosciuto nel 2015: tale caso di studio, grazie alla relativa freschezza del riconoscimento, consentirà di analizzare, in termini di impatto socio-economico, un prima ed un dopo, ovvero uno scenario controfattuale ed uno fattuale;
- Il sito Unesco dei Sassi di Matera: in questo caso, saranno studiati gli effetti specifici di un ulteriore riconoscimento, oltre a quello Unesco, ovvero il riconoscimento di Matera come capitale della cultura nel 2014, con l'evento tenutosi nell'intero anno 2019. Tale riconoscimento, sovrapponendosi a quello Unesco, dovrebbe, in teoria, potenziarne sinergicamente gli effetti socio economici. Si verificherà se così è stato, e si utilizzeranno a tal fine gli studi valutativi esistenti.

Pompei:
una success story?

Pompei: una success story?

Il sito archeologico di Pompei, unico al mondo per livello di conservazione di una intera cittadina romana di epoca imperiale, è stato riconosciuto dall'Unesco nel 1997, insieme alle aree archeologiche di Ercolano e Torre Annunziata. Dopo il crollo nell'anno del Covid e del lock down, il flusso di visitatori nell'area citata è cresciuto molto rapidamente, fino quasi a ritrovare i picchi storici raggiunti nel 2017, quando si superarono i 4 milioni di ingressi. Se si eccettuano il 2020 ed un lieve calo nel 2007-2008, legato al contesto più generale di crisi economica, i visitatori dell'area sono costantemente cresciuti.

Nel 2023, le statistiche fornite dal Parco Archeologico stesso, ferme al mese di giugno, parlano già di più di 1,8 milioni di visitatori, con una crescita del 54,3% sul medesimo periodo (gennaio-giugno) del 2022, lasciando sperare che l'anno in corso si chiuda con almeno 4 milioni di ingressi, tornando ai massimi storici pre-Covid, e probabilmente anche superandoli. Questo perché vi è una forte stagionalità: nel 2022, oltre il 62% delle visite si è concentrato nel periodo maggio-settembre.

Il 90% degli ingressi circa è attribuibile specificamente a Pompei. Segue Ercolano, con 200.000-300.000 visite all'anno. Si tratta di valori impressionanti: Pompei concentra il 24,5% delle visite a musei, aree museali e aree archeologiche in tutta la Campania nel 2021 ed il 6,2% di quelle nazionali. Negli anni pre-covid, al massimo della sua capacità, il sito riusciva ad attrarre circa il 7,5-8% dell'intero turismo storico-archeologico italiano.

Visitatori del parco archeologico di Pompei per anno

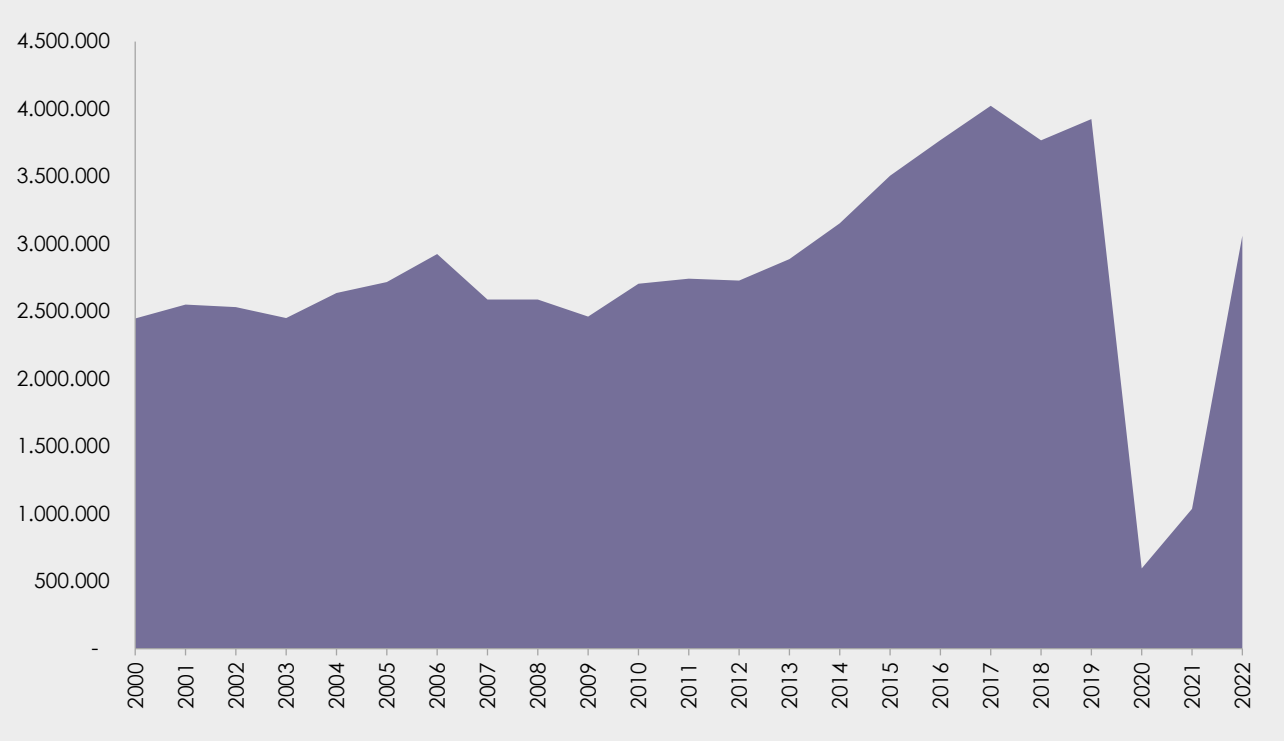

Grafico 6 - Fonte: Parco Archeologico di Pompei

A tale straordinario livello di crescita dell'attrattività turistica, non corrisponde però un parallelo sviluppo delle attività economiche e dell'occupazione legate al turismo. Benché, come detto, Pompei rappresenti fra il 24 ed il 25% dei flussi turistici campani, i posti letto negli esercizi ricettivi del comprensorio dei Comuni orbitanti attorno all'area archeologica sono soltanto il 4,1% del totale regionale, gli addetti appena l'1%, mentre l'occupazione nella ristorazione, negli esercizi ricettivi e nelle agenzie di viaggio, tour operator, ecc. oscilla attorno al 7% regionale. Tali quote sono persino inferiori al peso di tale area sulla popolazione regionale totale, che supera l'8%. In sostanza, nel comprensorio allargato di Pompei[9], la quota di occupazione generata dalle attività più prettamente turistiche (esercizi ricettivi, bar e ristorazione, agenzie di viaggio) è pari a 6.810 addetti, ovvero il 3,7% del totale di tali settori in tutta la Campania.

Non sembra quindi che vi sia stato uno sviluppo effettivo di attività produttive legate direttamente al turismo. I motivi sono, evidentemente, diversi. In primis, pesa la "concorrenza" di Napoli come centro aggregatore di servizi turistici per tutta l'area, per cui il comprensorio di Pompei non ha potuto, in qualche sorta, "emanciparsi" dalla città capoluogo, rimanendone asservito per ciò che riguarda l'accoglienza e l'orientamento dei turisti.

In secondo luogo, pesa evidentemente la quota di turismo crocieristico, un tipo di turismo ben sviluppato attorno ad aree archeologiche, come Pompei, vicine a porti di grandi dimensioni: il turista delle crociere, infatti, spende molto poco sulla terraferma che visita, poiché tutti i servizi principali di vitto ed alloggio, ma anche di assistenza e guida, sono forniti dalla compagnia armatoriale[10].

Nel tentativo di dare più "ossigeno" allo sviluppo locale dell'area, partendo dal sito di Pompei, è stato realizzato il Grande Progetto. Il Grande Progetto Pompei, dell'importo di 105 milioni di euro, due terzi dei quali finanziati dall'Unione Europea, il cui cronoprogramma prevedeva la conclusione delle attività entro dicembre 2015, è stato ultimato nel corso del 2020, ad eccezione di due interventi rimasti sospesi per i quali necessitano lavori integrativi, a seguito della crisi economica dell'impresa appaltatrice posta in liquidazione.

La prima fase del Grande Progetto Pompei (riguardante esclusivamente il sito entro le mura dell'antica Pompei), finanziata nell'ambito del Programma operativo interregionale "Attrattori culturali, naturali e turismo" 2007- 2013, era stata chiusa al 31 dicembre 2015 con il compimento di 42 interventi e una spesa complessiva ammessa a finanziamento dell'Unione Europea di 39,7 milioni di euro. La seconda fase, finanziata a valere sulle risorse del PON – "Cultura e sviluppo" – FERST 2014-2020, comprendente 30 interventi con un fabbisogno finanziario di 65,3 milioni, si è pressoché conclusa nel corso del 2020 (ad eccezione di due interventi rimasti sospesi a causa della crisi economica dell'impresa appaltatrice posta in liquidazione) come evidenzia lo stato di avanzamento fisico degli interventi al 25 marzo 2020 trasmesso dal direttore del Parco Archeologico di Pompei. Sul piano finanziario la spesa dichiarata dal Parco, al 31 dicembre 2019, della seconda fase del progetto, è di 44 milioni di euro, di cui 42,5 ammessi a finanziamento.

[9] Il comprensorio considerato è più ampio della buffer zone del CIS, di cui si parlerà a breve.
[10] Dai dati di fonte Adsp Tirreno Centrale, risulta infatti che i passeggeri delle navi da crociera transitati da Napoli passano da 406.000 circa nel 2000 a oltre 1.144.000 nel 2022. Su Salerno, si passa dai 19.000 del 2007 ai 63.000 nel 2022.

Posti letto alberghieri e in strutture simili ed addetti negli esercizi ricettivi, nei bar, ristoranti ed altri pubblici esercizi e nelle agenzie di viaggio-tour operator e popolazione nei Comuni dell'areale di Pompei, anno 2022 (gli addetti sono al 2020)

	Posti-letto	Addetti esercizi ricettivi	Addetti, bar, ristoranti e PPEE	Agenzie viaggio, tour operator	Popolazione
Pompei	1.593	233	802	69	23.910
Castellammare di Stabia	2.278	112	1.080	43	62.772
Boscoreale	119	14	193	6	25.939
S. Antonio Abate	82	17	182	1	19.065
Scafati	156	21	481	14	48.045
Torre Annunziata	25	19	381	9	40.153
Ercolano	502	407	348	11	50.124
Ottaviano	109	7	215	14	23.115
Portici	50	44	733	24	52.054
San Giorgio a Cremano	-	5	412	22	42.485
Somma Vesuviana	21	11	377	9	33.697
Sant'Anastasia	66	10	250	6	26.170
Trecase	80	9	56	3	8.533
Boscotrecase	142	79	79	2	9.795
Totale comprensorio	*5.223*	*988*	*5.589*	*233*	*465.857*
Totale Campania	*126.633*	*97.790*	*82.785*	*3.117*	*5.592.175*
% su Campania	**4,1**	**1,0**	**6,8**	**7,5**	**8,3**

Tabella 2 - Fonte: Istat

Il Grande Progetto Pompei è consistito in una preliminare approfondita fase conoscitiva dello stato del sito e degli edifici, mediante una vasta opera di rilievi, indagini e diagnosi; nella messa in sicurezza delle domus e degli edifici, nel loro recupero, nei restauri degli apparati decorativi; nel rafforzamento della vigilanza e nelle azioni dirette a rendere maggiormente fruibile il sito archeologico per il pubblico, con percorsi idonei a superare le barriere architettoniche e sistemi funzionali al miglioramento dei servizi e della comunicazione. Come si vede, quindi, il finanziamento si è concentrato sul sito e sulla sua fruizione, non sull'apparato socio-economico che gli ruota attorno, nell'aspettativa che la migliore fruibilità facesse "da traino" sull'intera area. Tuttavia, il progetto in sé ha sofferto di tre eventi negativi:

- La crisi economica dell'impresa appaltatrice, oggi in liquidazione, ha determinato la necessità di riappaltare a terzi due interventi per lavori residui o necessari per eliminare difetti di conformità di voci di lavorazione al progetto rilevati dai collaudatori in corso d'opera;

- il contratto con l'originaria appaltatrice è stato rescisso per violazione del protocollo di legalità, con conseguente affidamento dei lavori residui a ditta classificata immediatamente dopo, con lo stesso ribasso offerto dalla originaria contraente;
- le varianti in corso d'opera sono state numerosissime, con ribassi a base d'asta molto consistenti e per i quali è stato necessario fare indagini per accertare l'assenza di anomalie.

Il Progetto prevedeva anche lo sviluppo della c.d. "buffer zone", comprendente e circostante le aree archeologiche di Pompei, Ercolano e Torre Annunziata, anche mediante adeguate opere infrastrutturali volte a migliorare l'attrattività di tutta la zona. Il Piano di gestione della buffer zone si è poi tradotto, nel 2018, in un contratto istituzionale di sviluppo, stipulato nel 2022, che prevede un finanziamento cospicuo di 287 milioni di euro per 45 progetti così suddivisi:

- Interventi immediatamente eleggibili, a valere sul Fondo per lo sviluppo e la coesione 2014-2020;
- Interventi immediatamente eleggibili, a valere su risorse del Ministero della cultura o dei propri Istituti;
- Interventi non immediatamente eleggibili ma comunque ammissibili al CIS, con priorità media, la cui realizzazione potrà essere attivata sulla base delle nuove o maggiori risorse che dovessero rendersi disponibili anche a seguito delle economie maturate in sede di realizzazione degli interventi di cui agli allegati A.1.1 e A.1.2, fermo restando in ogni caso l'assicurazione del completamento degli stessi, fatte salve le specifiche disposizioni afferenti al reimpiego delle risorse provenienti dalle economie maturate nell'ambito dell'attuazione di interventi finanziati con fondi del Ministero della Cultura;
- Ulteriori interventi, con priorità bassa, la cui realizzazione potrà essere attivata sulla base delle nuove o maggiori risorse che dovessero rendersi disponibili anche a seguito dell'economie maturate in sede di realizzazione degli interventi di cui sopra, fermo restando in ogni caso l'assicurazione del completamento degli stessi.

I Comuni interessati sono Portici, Ercolano, Torre del Greco, Torre Annunziata, Boscoreale, Boscotrecase, Terzigno, Trecase, Pompei e Castellammare di Stabia.

A tal proposito, recente è la notizia dell'approvazione da parte del Comitato del Patrimonio Mondiale (settembre 2023) della proposta di ampliamento della cosiddetta Buffer Zone (zona cuscinetto) del sito Unesco "Aree Archeologiche di Pompei, Ercolano e Torre Annunziata", al termine di un iter durato circa 10 anni. La nuova perimetrazione ha un'estensione complessiva di 17,26 chilometri quadrati e coinvolge i suddetti 10 Comuni (Portici, Ercolano, Torre del Greco, Torre Annunziata, Boscoreale, Boscotrecase, Terzigno, Trecase, Pompei e Castellammare di Stabia) a fronte degli originari 0,24 chilometri quadrati che interessavano i soli Comuni di Pompei, Torre Annunziata ed Ercolano nel 1997.

Si vede già da questa composizione territoriale dell'area di intervento che si sta andando su un progetto di sviluppo più ampio di quella che può considerarsi la "buffer zone" in senso stretto dell'area archeologica, con un approccio di sviluppo che inevitabilmente è solo indirettamente connesso con la stessa.

Infatti, fra gli interventi immediati o a media priorità, rientrano l'allargamento di una strada comunale, la ristrutturazione di una ex caserma, una terrazza a mare sul lungomare di Napoli, la riqualificazione della tratta della Circumvesuviana e dell'area urbana prospiciente di Portici, il recupero di una darsena per allocare cantieri navali, e così via, che ben poco hanno a che fare con uno sviluppo territoriale imperniato sul sito archeologico, e che riguardano una ottica di sviluppo più ampia. Di fatto, solo 14 dei 45 progetti (il 31% del totale), per un finanziamento di 73 milioni sui 287 previsti (il 25% del totale) riguardano interventi di valorizzazione culturale e turistica direttamente gestiti dal Mibac. Il resto va su interventi di riqualificazione di centri urbani, filiere di produzione delle eccellenze locali, aree produttive dismesse, territori da bonificare, valorizzazione ambientale ed infrastrutture.

La visione è quindi più ampia e più complessa, l'area di intervento più larga del comprensorio che direttamente potrebbe fruire dei benefici economici dei siti archeologici, ed è ancora troppo presto per dare una valutazione del CIS, poiché gli interventi sono in fase di pre-avvio. Però è interessante che si sia focalizzata l'attenzione sull'area circostante i siti (anche se, come già detto, l'area appare troppo ampia e quindi dispersiva in termini di impatti economici possibili e molti interventi sono scollegati dai siti stessi e rientranti in logiche di policy diverse). Ciò che si può invece dire, in estrema sintesi, del Grande Progetto concluso nel 2020, in linea con la valutazione indipendente condotta[11], è senz'altro un giudizio molto positivo dal punto di vista procedurale, ovvero del rispetto dei target e delle tempistiche di attuazione delle azioni, nonostante i problemi con le aziende già rilevati anche dalla Corte dei Conti e sopra indicati, dal punto di vista del trasferimento di competenze organizzative e manageriali a favore della struttura di gestione del sito, e soprattutto dal punto di vista strutturale, cioè di recupero, restauro e valorizzazione dei beni archeologici, che ha consentito di fermare decenni di degrado dei beni e di aprire nuove zone dell'antica città di Pompei alla fruizione turistica.

Dal punto di vista dell'impatto economico, d'altra parte, la valutazione riprende, inesorabilmente, le conclusioni più generalmente accettate dalla letteratura internazionale in materia di insufficiente valorizzazione dei siti Unesco per fini di sviluppo regionale, e riassunte nel capitolo precedente: la presenza di un sito Unesco e gli investimenti per il suo recupero e valorizzazione, se possono avere effetti diretti di cantiere sulle imprese ed i tecnici coinvolti nel restauro, ed effetti di incremento della conoscenza del sito e quindi dell'aumento dei visitatori (l'analisi di Invitalia parla di circa 100 milioni di spesa turistica aggiuntiva dopo la chiusura dell'intervento) non riescono però ad avere effetti di sviluppo sull'area comprensoriale circostante. In un certo senso, è come se l'area urbana del comprensorio fosse percepita come una realtà staccata rispetto al sito archeologico, e gli effetti di maggiore spesa turistica evaporano, per così dire, al di fuori dell'area stessa. I turisti non rimangono a Pompei o Ercolano dopo o prima della visita, non spendono quindi nel comprensorio, non c'è nel Grande Progetto una sufficiente attenzione a collegare gli investimenti nel sito archeologico con quelli nella buffer zone. Gli impatti in termini di sviluppo rimangono così, come anche constatato dall'esame delle statistiche, inadeguati alle esigenze di un'area fortemente critica del Paese.

[11] Invitalia (2021), "Una valutazione dei risultati del Grande Progetto Pompei".

Il sito Unesco di Palermo arabo-normanna

Il sito Unesco di Palermo arabo-normanna

Istituito nel 2015, quindi in un periodo sufficientemente recente da consentire di analizzare lo scenario dei flussi turistici pre e post riconoscimento, tale sito ricomprende il centro storico di Palermo e le cattedrali di Cefalù e Monreale. Tra gli undici edifici selezionati e che costituiscono il sito nel suo insieme, nove sono localizzati all'interno della città di Palermo mentre gli altri due si trovano, uno per ciascuno, nei Comuni di Cefalù e Monreale, entrambi in provincia di Palermo. L'areale di interesse per l'analisi degli impatti socio-economici del riconoscimento Unesco riguarda, quindi, essenzialmente questi tre Comuni.

La particolarità di tale sito, che rende anche ardue le analisi, è che l'areale di interesse è già fortemente interessato da flussi turistici non connessi con motivazioni culturali, ad esempio di tipo balneare, congressistico-lavorativo, ecc.

Al netto di tali considerazioni, i dati sul tessuto imprenditoriale legato al turismo nell'area in esame mostrano come vi siano possibili segnali di un impatto favorevole sull'offerta: i posti-letto nell'area dei tre Comuni interessati, infatti, crescono di oltre il 28% dal riconoscimento Unesco avvenuto nel 2015 fino al 2022, mentre negli anni precedenti avevano mostrato segnali di declino. Inoltre, la crescita fra 2015 e 2022 è molto più rapida rispetto alla media regionale e nazionale sullo stesso periodo. La variazione è superiore anche alla media provinciale, rispetto alla quale i posti-letto dell'area dei tre Comuni interessati rappresentano il 55,4% del totale, ed è quindi una realtà turistica più articolata e complessa rispetto al solo sito Unesco.

Posti letto negli esercizi ricettivi e loro variazione % comparata a quella provinciale e regionale nell'areale del sito Unesco di Palermo

	Numero posti-letto			Variazione %				
	2007	2015	2022	Var. 07/15	Var. 22/15	Var. provinciale 22/15	Var. regionale 22/15	Var. nazionale 22/15
Cefalù	6.202	5.557	6.758	- 10,4	21,6			
Monreale	703	634	711	- 9,8	12,1			
Palermo	10.603	10.503	13.956	- 0,9	32,9			
Totale	17.508	16.694	21.425	- 4,6	28,3	17,2	11,3	6,6

Tabella 3 - Fonte: Istat

I microdati Istat a livello comunale, disponibili solo fino al 2017, mostrano infatti, per l'area interessata, un incremento dei flussi degli arrivi di un certo rilievo, ma anche un lieve declino delle presenze, quindi una diminuzione piuttosto marcata della permanenza media, che passa da 2,1 giornate nel 2015 ad appena 1 giornata media nel 2017.

Tale indicatore non è compatibile con un turismo di tipo storico-archeologico, che notoriamente è piuttosto "slow", e sembra fortemente influenzato dal fenomeno del crocierismo, ma anche dalle minori disponibilità economiche soprattutto delle famiglie italiane (sono infatti esse a ridurre in modo consistente le presenze, che per il segmento straniero invece aumentano costantemente su tutto il periodo). Entrambi tali fenomeni portano sempre più verso la tendenza a viaggi brevi con permanenze alberghiere ridotte, se non, nello specifico dei crocieristi veri e propri, pressoché inesistenti.

Tale fenomeno è peraltro generalizzato (in Italia, fra 2015 e 2017, la permanenza media dei turisti italiani diminuisce, passando da 3,4 a 3,3 giornate medie) e non influisce in modo significativo su una considerazione di impatto positivo del sito Unesco sui tre Comuni interessati.

Però il calo marcato della permanenza media influisce sulla stima della spesa turistica lasciata sul territorio dai turisti, quindi sulla capacità di impattare sull'intera economia locale, che permane modesta.

Arrivi e presenze per anno nell'area specifica del sito Unesco di Palermo

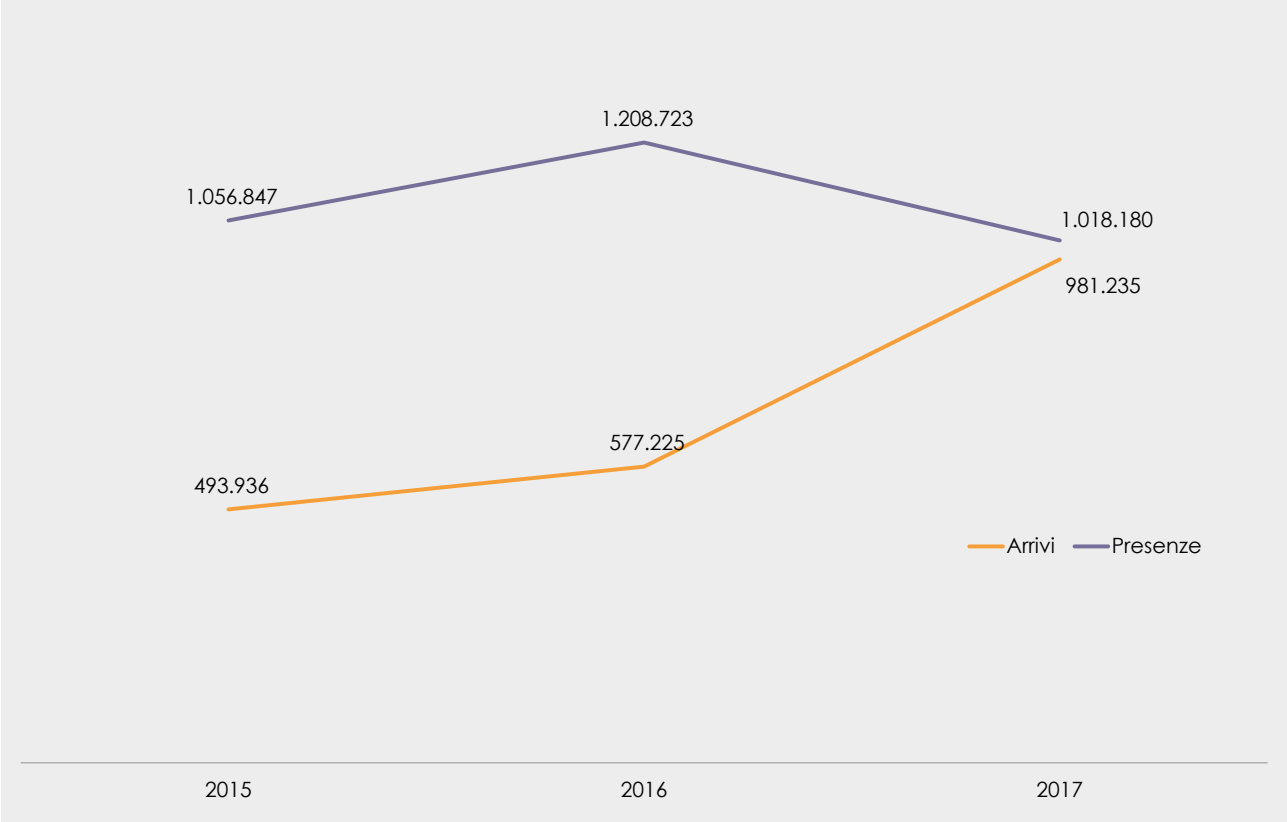

Grafico 7 - Fonte: R. Genovese (2018)[12]

[12] Roberta Genovese, Tesi di laurea "L'impatto Dei Siti Unesco Sui Flussi Turistici: Prime Valutazioni Del Sito "Palermo Arabo-Normanna E Le Cattedrali Di Cefalù E Monreale", presso Università di Palermo, a.a. 2017/2018, relatore Prof. Antonio Purpura.

Flussi per nazionalità nell'area del sito Unesco di Palermo

	Arrivi		Presenze	
	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri
2015	230.800	263.136	459.888	596.959
2016	305.745	271.480	584.663	624.060
2017	326.662	654.573	310.578	707.602

Tabella 4 - Fonte: R. Genovese (2018)

Peraltro, la crescita delle unità locali e degli addetti dell'areale nel periodo pre-Unesco (2012-2015) ed in quello post-Unesco (2015-2019, tralasciando il 2020 che, per via del Covid, è stato un anno particolare) è, nei settori "alloggio e ristorazione" e "noleggio e tour operator", da sempre più rapida del dato medio della provincia di Palermo nel suo insieme, ma mostra anche una accelerazione particolare dopo il 2015. Tale accelerazione particolarmente accentuata dal 2015 in poi può essere un indicatore di un possibile impatto favorevole del riconoscimento Unesco dell'area.

Va tuttavia ricordato che le motivazioni turistiche per un'area del genere possono essere molteplici e non tutte connesse con la visita del sito Unesco (turismo balneare, afflussi per motivi di lavoro o fieristici in una città capoluogo di Regione, turismo ambientale o enogastronomico, ecc.). Occorrerebbe una indagine ad hoc, di tipo field, sulle motivazioni del turismo incoming, per isolare in modo preciso l'effetto reale connesso strettamente al riconoscimento Unesco.

Tassi di variazione % degli addetti e delle unità locali dei comparti "alloggio e ristorazione" e "agenzie di viaggio, noleggio e tour operator"

	Areale Unesco		Provincia Palermo	
	Unità locali	Addetti	Unità locali	Addetti
2015/12	5,1	4,4	4,1	4,0
2019/15	12,2	20,8	10,8	20,3

Tabella 5 - Fonte: Istat

Unità locali ed addetti per anno, nell'area del sito Unesco di Palermo, per settore di interesse

	2012		2015		2019	
	Unità locali	Addetti	Unità locali	Addetti	Unità locali	Addetti
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	3.051	12.275	3.212	12.049	3.607	15.092
Noleggio, agenzie di viaggio	1.565	15.146	1.640	16.584	1.838	19.499
Totale	4.616	27.421	4.852	28.633	5.445	34.591

Tabella 6 - Fonte: Istat

Volendo esaminare le ricadute economiche più ampie, indirette ed indotte, risulta che, a livello dell'intera provincia di Palermo e nel macro settore del commercio, trasporti, alloggio e ristorazione, quindi in un macro aggregato settoriale più o meno direttamente interessato da effetti di leva provenienti dai turisti, il valore aggiunto del periodo 2019/2015 cresce di oltre il doppio rispetto al periodo 2015/2011, anche in questo caso testimoniando di un effetto di boosting prodotto dal turismo che, stante la data di discrimine (2015, anno di attribuzione del marchio Unesco) può, almeno in parte, essere attribuibile agli effetti del riconoscimento.

Tasso di crescita cumulato del valore aggiunto del comparto "commercio, trasporti, alberghi e ristoranti" nella provincia di Palermo

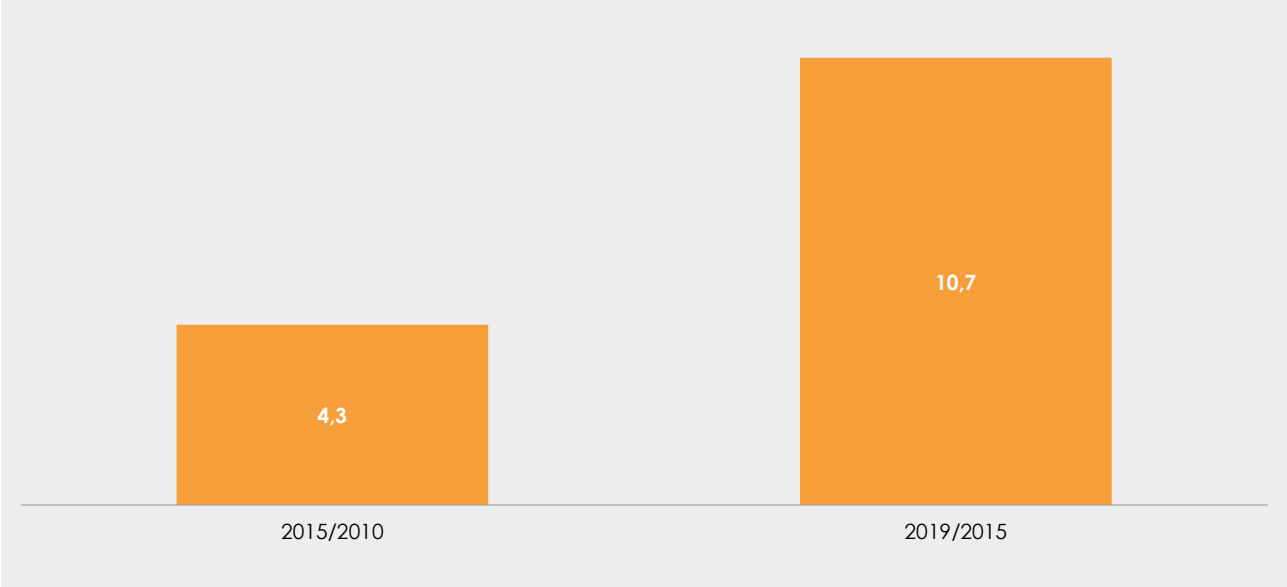

Grafico 8 - Fonte: Istat

Un possibile, forse anche probabile effetto positivo del riconoscimento Unesco sull'economia palermitana può derivare dalle specifiche politiche promozionali attuate. Come si ricorderà dalla parte generale, gli effetti percepibili del riconoscimento possono risaltare soprattutto se vengono fatte adeguate politiche di attrazione di contorno. Va in effetti notato come il Comune di Palermo abbia realizzato un sito apposito sull'area Unesco[13] in sei lingue, con l'indicazione dei posti dove mangiare e dormire, con un itinerario che include anche Monreale e Cefalù, imitato da tutte le compagnie armatoriali che gestiscono scali di traghetto sul porto di Palermo[14] mentre la città metropolitana propone l'itinerario completo[15].

Al di là della mera attività di tipo promozionale su web, presente in tutti i casi di patrimonio Unesco (o quasi…) vi è che a gennaio del 2023 è stato stipulato un Protocollo di intesa con

[13] https://turismo.comune.palermo.it/palermo-welcome-new-dettaglio.php?id=2202
[14] https://www.traghettiper-sicilia.it/tp-magazine/palermo-patrimonio-unesco/
[15] https://turismo.cittametropolitana.pa.it/alla-scoperta-del-percorso-unesco-arabo-normanno/

il Ministero del Turismo, del valore di un milione di euro, specificamente per la valorizzazione del sito arabo-normanno. Il progetto, in partenariato con le fondazioni Federico II e Le Vie dei Tesori, si snoda su due linee strategiche: l'aumento della riconoscibilità del sito attraverso processi di internazionalizzazione e una campagna di comunicazione e informazione; la qualificazione dell'offerta culturale e turistica diversificando contenuti, esperienze e servizi integrati a livello territoriale. Gli interventi prevedono la realizzazione di strumenti di valorizzazione e promozione turistica digitale con il sito www.italia.it (app, sito web, video e podcast, video guide in Lis e installazione di mappe tattili), nuovi itinerari turistici con installazione di un sistema di segnaletica innovativa, progetti di marketing ed organizzazione di eventi e allestimenti su siti culturali e paesaggistici.

Uno snodo importante, inoltre, anche per il passato, può derivare dalla istituzione di una specifica Fondazione, la Fondazione Federico II, una in-house della Regione Siciliana che cura la gestione dei servizi aggiuntivi del Complesso Monumentale di Palazzo dei Normanni e della Cappella Palatina (bigliettazione e bookshop). L'Ars, inoltre, ha concesso degli spazi propri quali le Sale Duca di Montalto, la Sala Pier Santi Mattarella, la Sala Pio La Torre e l'Oratorio dei Santi Elena e Costantino per l'organizzazione e la promozione di eventi, mostre, convegni di studio e di ricerche storico – giuridiche anche mediante la istituzione di borse di studio e la collaborazione con istituti universitari e di ricerca, italiani ed esteri, e con provveditorati agli studi siciliani.

La Fondazione Le Vie dei Tesori, anch'essa ubicata a Palermo, coinvolge 20 tra Comuni capoluogo, grandi città dell'Isola e oltre 50 borghi ed organizza da 15 anni il Festival Le Vie dei Tesori, il più grande Festival dedicato alla scoperta del patrimonio delle città siciliane, che produce ogni anno un indotto di oltre 5 milioni di euro sull'Isola.

Il modello della Fondazione, a controllo pubblico o privato, sembra, cioè, possedere un certo potenziale moltiplicativo, soprattutto in merito ai beni culturali ed archeologici. La caratteristica pervasiva del turismo, poi, contribuisce a generare effetti di crescita su ambiti settoriali piuttosto vasti.

Matera, sito Unesco e capitale europea della cultura

Matera, sito Unesco e capitale europea della cultura

La città di Matera, ed in particolare il suo centro storico rupestre (i Sassi) e la rete di chiese rupestri, è stata riconosciuta sito Unesco nell'ormai lontano 1993. Il riconoscimento, avvenuto esattamente 30 anni fa, dovrebbe già aver dato luogo ad un impatto significativo, stante il tempo trascorso. Non solo: nel 2014, Matera è stata designata "capitale europea della cultura", con gli eventi relativi che si sono svolti nel 2019. La Fondazione che ha presentato il dossier di candidatura, inoltre, è stata premiata nel 2018.

In un certo senso, il riconoscimento di capitale europea della cultura ha funzionato come recall, e per altri versi come potenziamento, della capacità promozionale indotta dal riconoscimento Unesco. Si potrebbe ipotizzare che i due riconoscimenti si alimentino l'uno con l'altro per rafforzare l'attrattività turistica della città, ed in effetti il marchio Unesco ha costituito un plus competitivo per la città, nel momento della sua candidatura a capitale della cultura.

Il grafico degli arrivi e delle presenze totali dal 1999 al 2023 mostra un aumento lento e costante fino al 2014, anno in cui, ad ottobre, è stato attribuito il titolo di capitale europea della cultura. A partire da quel momento, e facendo salvo l'ovvio crollo del 2020, coincidente con il lockdown pandemico, la crescita dei flussi si è impennata, accelerando in modo notevole: se fra 1999 e 2014, quindi nell'arco di 15 anni, la crescita delle presenze era stata del 176%, fra 2014 e 2019, ovvero in soli 5 anni, essa è del 198%! Nel 2022, nonostante il pesante crollo pandemico, che riporta le presenze sui livelli del 2014, la crescita è comunque molto rapida (+119% sul 2014, +112% sul lockdown del 2020).

Nello specifico, per il turismo internazionale, che è un indicatore affidabile della capacità promozionale e di intercettamento di itinerari di grandi tour operator internazionali (poiché è più improbabile che gli stranieri conoscano la "fama" di Matera rispetto agli italiani) c'è un andamento simile: una crescita costante ma molto lenta nel periodo 2004-2013/14 e poi una decisa accelerazione dal momento in cui Matera vince la nomination per capitale della cultura, che raggiunge il picco nel 2019, anno in cui si sono svolti gli eventi legati alla nomina. Ciò che però è più interessante è che, dopo il pesante crollo del 2020, nel 2022 le presenze di turisti internazionali tornano a raggiungere il picco massimo storico del 2019, evidenziando, probabilmente, un turismo di ritorno e, inoltre, anche una immagine turistica consolidata sui mercati esteri, ottenuta con la nomina a capitale della cultura.

Andamento degli arrivi e delle presenze totali nella città di Matera per anno

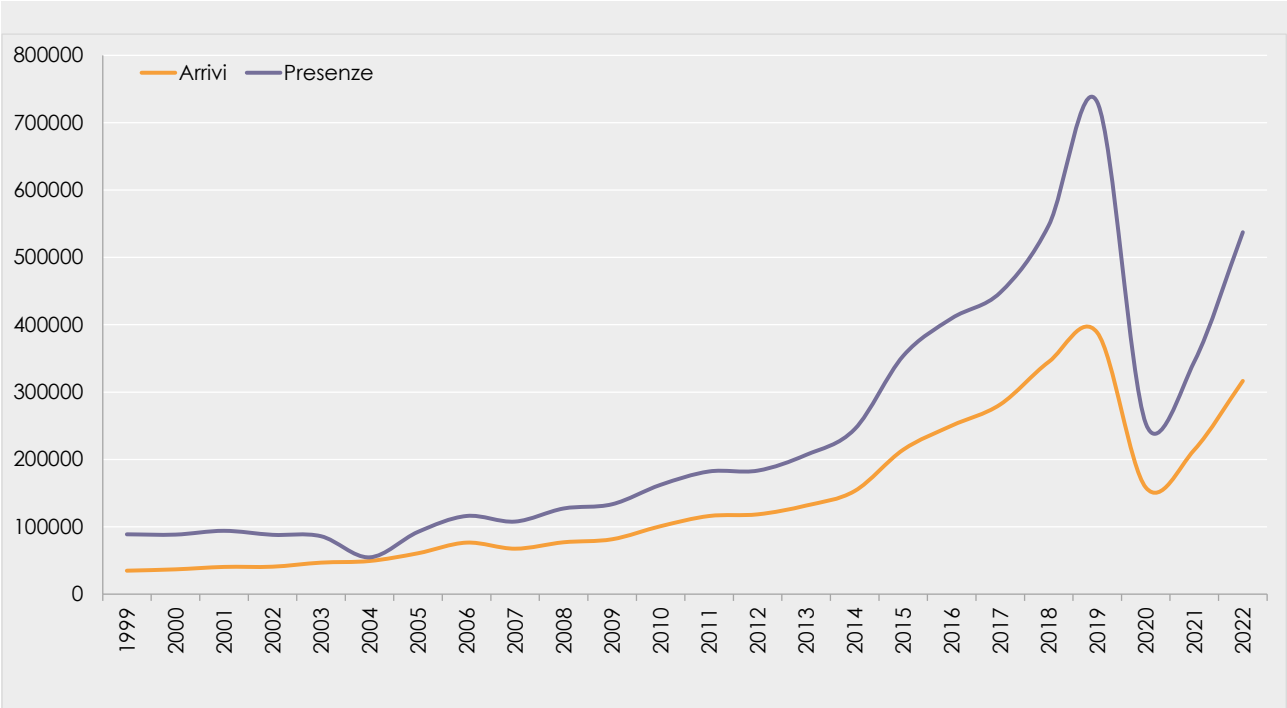

Grafico 9 - Fonte: Apt Basilicata

Tasso % di crescita cumulata delle presenze nella città di Matera per periodo

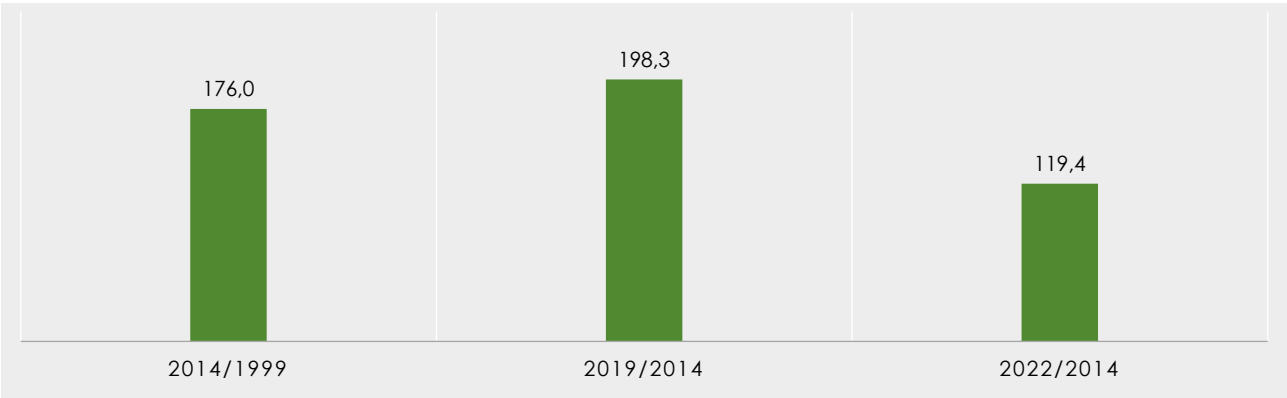

Grafico 10 - Fonte: elaborazioni SRM su dati Apt Basilicata

Detto in altri termini e con la massima chiarezza, sembra proprio di poter dire che la nomina a capitale europea della cultura abbia avuto un impatto turistico ed economico molto più evidente rispetto al precedente riconoscimento Unesco, che ha portato ad una crescita relativamente più debole dei flussi. Peraltro, detta crescita più lenta potrebbe essere connessa, più che al riconoscimento Unesco di per sé, "all'effetto di promozione dell'immagine della città lucana per il suo ruolo di set cinematografico di film di grande impatto, tra cui La Passione di Cristo"[16].

[16] Cst-Mibac, "Lo sviluppo turistico nei siti del patrimonio Unesco", 2013.

Andamento delle presenze di turisti internazionali nella città di Matera per anno

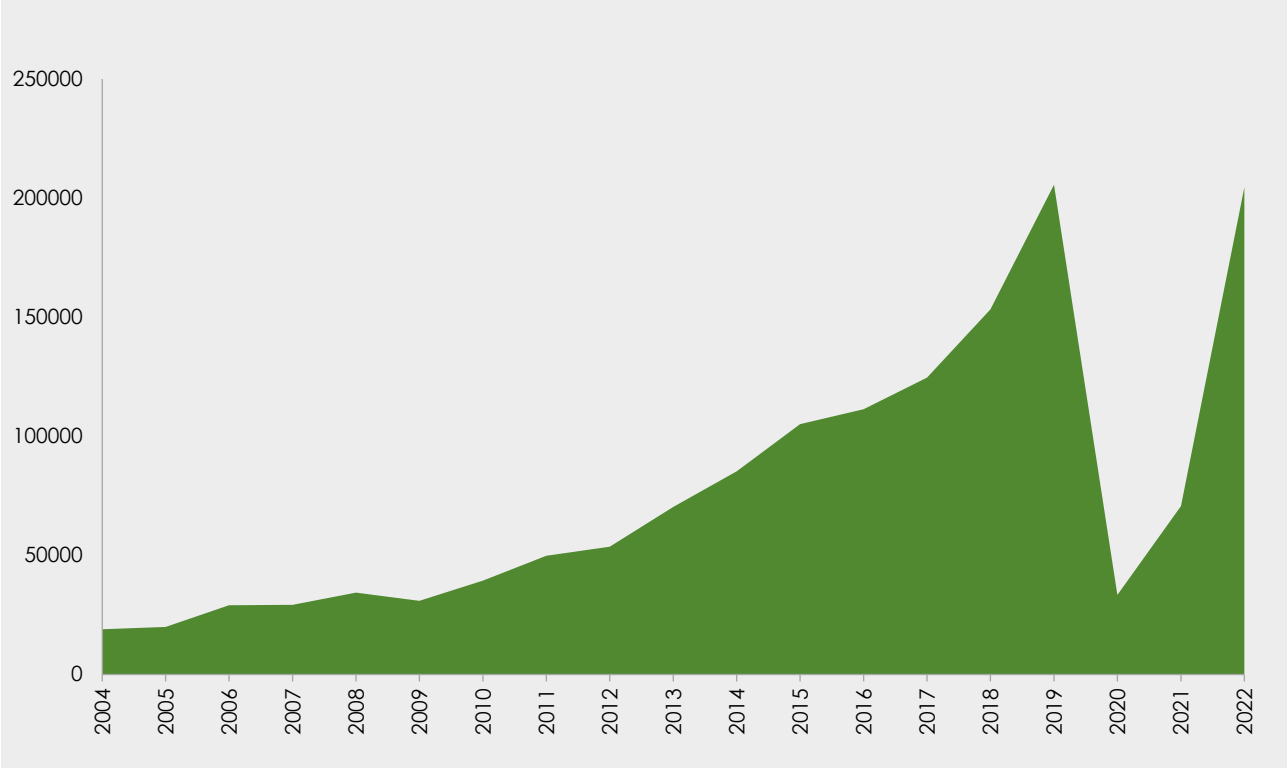

Grafico 11 - Fonte: Apt Basilicata

Il pernottamento in residenze alternative rispetto alla tradizionale offerta alberghiera è la vera chiave dell'esplosione dei flussi in arrivo a Matera: la crescita degli arrivi negli esercizi extralberghieri è infatti di quasi cinque volte superiore rispetto a quella degli alberghi tradizionali. In ciò si toccano, contemporaneamente, un punto di forza ed uno di debolezza dell'offerta ricettiva materana.

Infatti, da un lato la crescita degli arrivi fuori dalle strutture alberghiere tradizionali è legata al fascino di risiedere in uno dei Sassi, adattato a B&B, una offerta che è unica al mondo. Dall'altro, però, si constata la carenza di offerta alberghiera tradizionale: già dalla fine dello scorso decennio, infatti, i posti letto negli esercizi extralberghieri superano di molto quelli offerti dagli alberghi, e tale tendenza prosegue nel tempo. L'offerta alberghiera materana, soprattutto sul versante di lusso, cioè degli alberghi a 5 stelle o 5 stelle superiori, è quindi molto limitata, e ciò, evidentemente, ha dei riflessi negativi sull'ammontare di spesa turistica e sull'occupazione creata sul territorio, con quest'ultimo parametro che dipende, ovviamente, soprattutto dalle strutture alberghiere medio-grandi.

Tassi di crescita % degli arrivi negli esercizi alberghieri ed extralberghieri nella città di Matera fra il 2012 ed il 2022

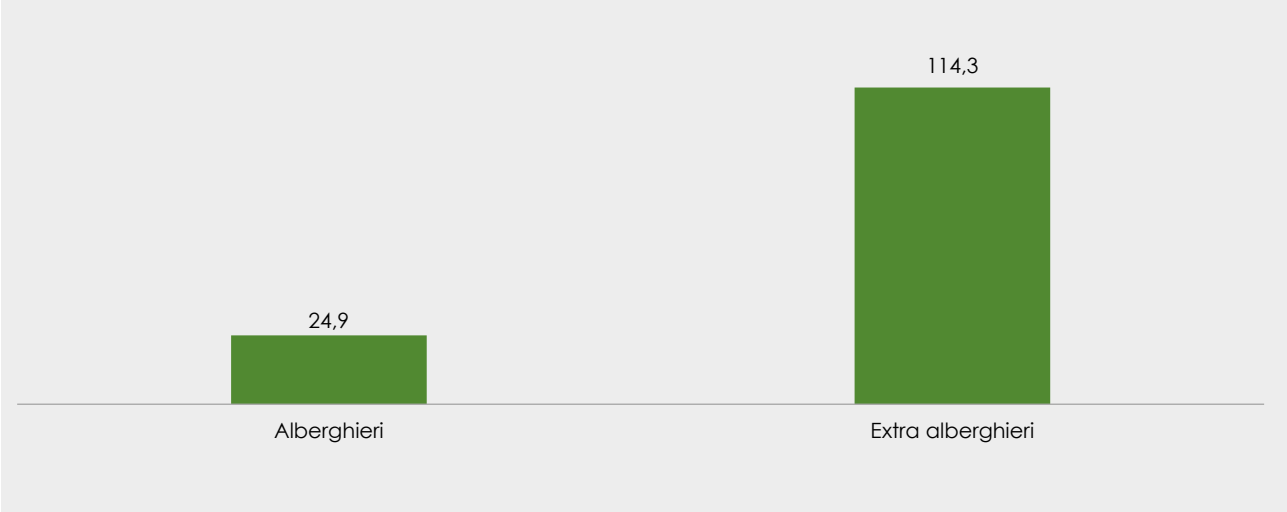

Grafico 12 - Fonte: elaborazioni SRM su dati Apt Basilicata

Posti-letto alberghieri ed extralberghieri offerti nella città di Matera per anno

	1999	2009	2019	2022
Posti letto alberghieri	760	1.437	2.071	2.134
- di cui a 5 stelle	-	*42*	*326*	*320*
Posti letto extralberghieri	25	661	4.495	6.571

Tabella 7 - Fonte: Apt Basilicata

La carenza di ricettività "tradizionale" è legata anche a periodi di permanenza media sempre più brevi. Dai 2,6 giorni medi del 1999 ci si attesta, negli ultimi anni, a poco più di un giorno e mezzo, prediligendo quindi, anche per motivi economici, un turismo sempre più escursionistico e superficiale, che ovviamente si avvale soprattutto di una offerta ricettiva spesso di qualità e prezzo medio-bassi, e che riduce l'impatto territoriale della crescita dei numeri di turisti in arrivo.

In ultima analisi, in termini di impatto economico complessivo, sembra che essi siano stati guidati soprattutto dall'evento di Capitale della Cultura del 2019. Secondo il rapporto valutativo di City-O[17], l'impatto fondamentale è in primo luogo di tipo infrastrutturale ed immobiliare, e non è connesso con il riconoscimento Unesco, ma con la vittoria della nomination a capitale della cultura. Una serie di importanti investimenti pubblici e privati in infrastrutture presentano un legame con Matera 2019. Per una parte di questi investimenti il legame è di tipo "istituzionale" e deriva da una programmazione pubblica multilivello

[17] City-O, "L'impatto economico di Matera Capitale della Cultura", dicembre 2020.

(Governo, Regione, Comune), come nel caso del Contratto Istituzionale di Sviluppo (CIS) sottoscritto nel 2017 ed esplicitamente legato a Matera 2019. Per un'altra parte si tratta di investimenti pubblici già programmati ma sbloccati o accelerati grazie a Matera 2019, anche in assenza di una specifica cornice istituzionale.

Numero di giornate di presenza media negli esercizi ricettivi della città di Matera per anno

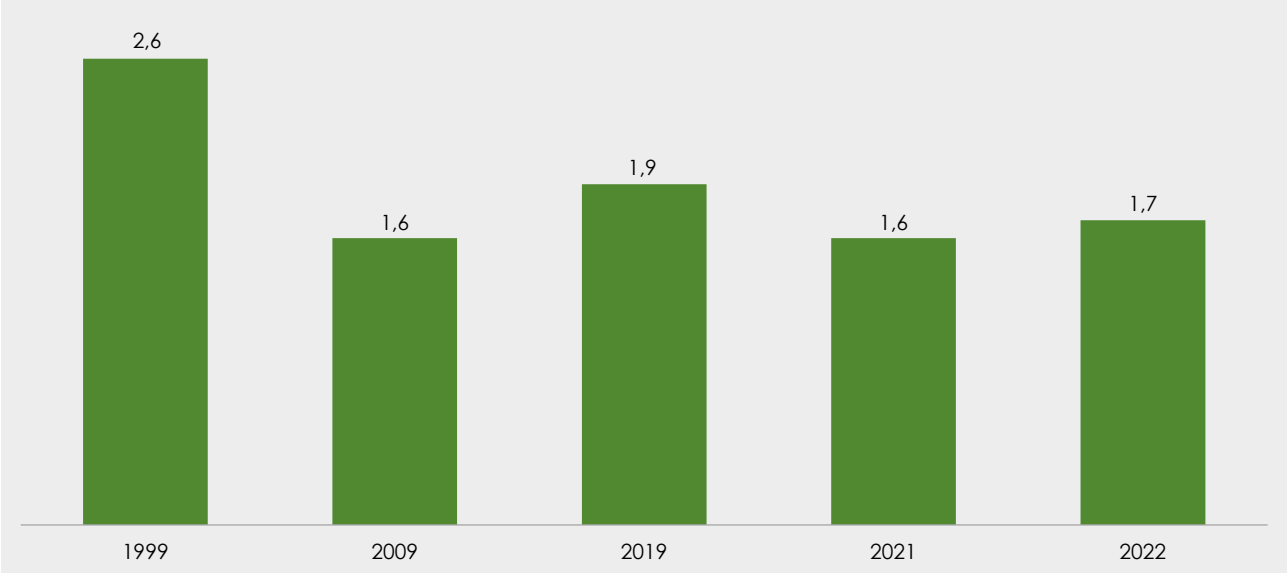

Grafico 13 - Fonte: Apt Basilicata

È stato considerato anche il forte incremento di investimenti privati nel settore ricettivo registrato nel 2014-2019 per aumentare la dotazione di strutture alberghiere e di più piccole strutture extra-alberghiere (incluso il fenomeno delle case vacanze): questa tendenza è in grande misura legata al crescente ottimismo delle imprese e delle famiglie sulla possibilità che una meta turistica come Matera potesse entrare nel novero delle città d'arte di dimensioni medio piccole ma di rango internazionale grazie alla sua veste di capitale della cultura.

Il forte legame tra l'eccezionalità della crescita del turismo a Matera e la costruzione dell'evento Matera 2019 è desumibile anche dal confronto tra Matera ed altre città d'arte italiane: Matera ha mostrato i tassi di crescita del turismo di gran lunga più elevati tra le città d'arte italiane. Inoltre, utilizzando come arco di tempo di riferimento il periodo dei tre anni precedenti l'evento, un confronto tra Matera e altre 13 città designate Capitale Europea della Cultura nel recente passato mostra come anche in questo caso Matera ha prodotto la crescita delle presenze turistiche più consistente nel periodo di tempo considerato con una crescita delle presenze turistiche tra il 2014 e il 2019 pari al 193%.

Andamento dei flussi turistici a Matera e principali avvenimenti collegati

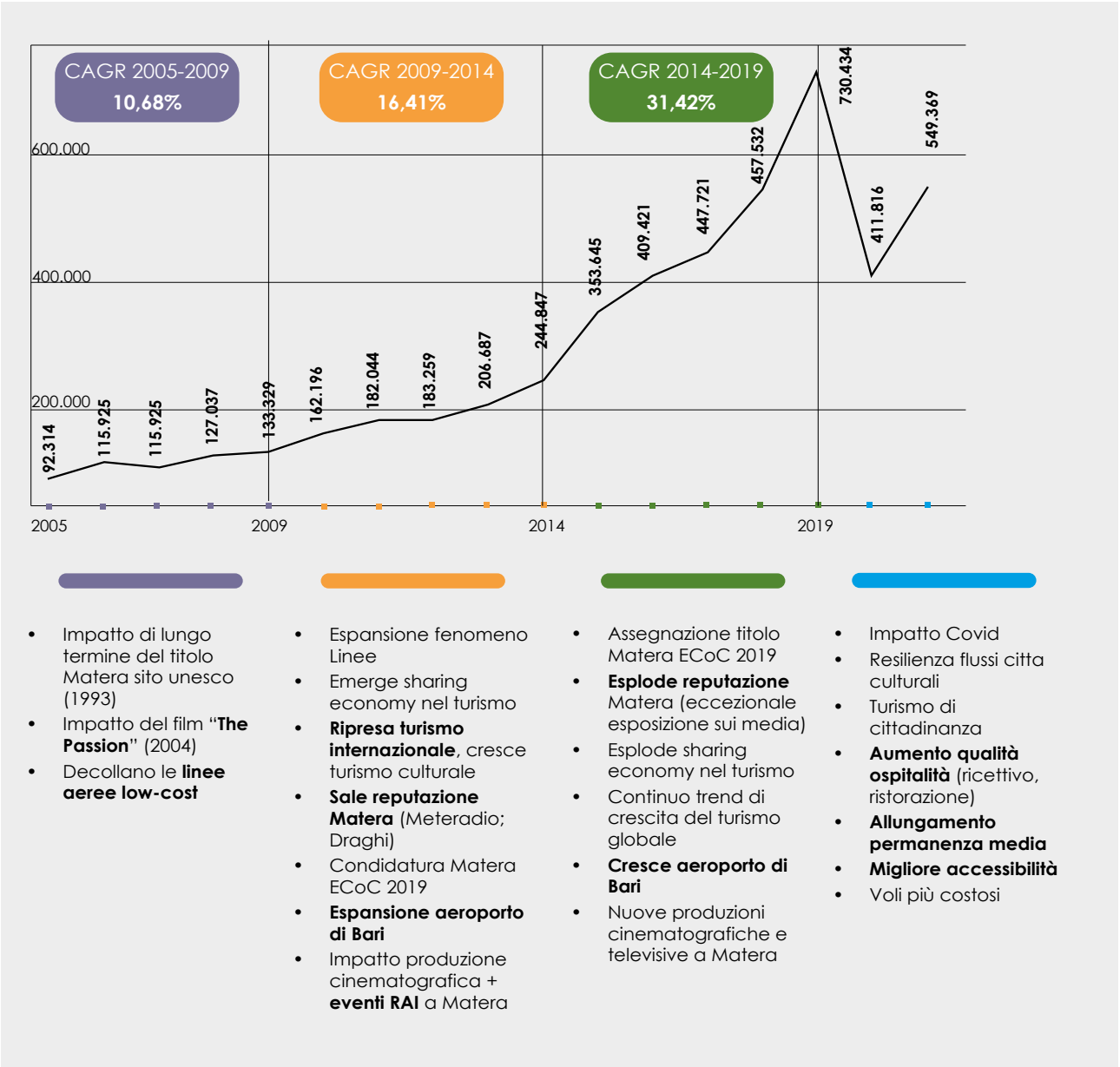

Figura 2 - Fonte: City-O

In sintesi, lo studio valutativo affronta con un grafico molto chiaro l'impatto differenziale sui flussi turistici ottenuto dal riconoscimento di Matera effettuato dall'Unesco e dalla nomina a capitale della cultura. La prima fase di crescita dei flussi turistici, fino al 2009, è lenta, e l'impatto specifico dell'attribuzione del riconoscimento Unesco deve vedersela con il set della Passione di Cristo, scelto proprio su Matera nel 2004, e con lo sviluppo dei voli low-cost. dal 2014, anno in cui Matera vince il titolo di capitale della cultura, invece, i flussi tendono ad accelerare in modo molto vistoso. Questo evento, e non il marchio Unesco, sta sancendo il successo turistico, peraltro non privo di contraddizioni (come la bassa permanenza media e lo squilibrio nell'offerta ricettiva) della città di Matera.

Il bilancio complessivo, quindi, pende verso l'evento di "Capitale Culturale" più che per il riconoscimento Unesco precedente. Anche se in sostanza i fattori di successo dell'evento di capitale culturale sono grosso modo gli stessi che la letteratura esaminata nel precedente capitolo assegna ai siti Unesco "di successo", ovvero una politica di contorno, mirata sull'areale complessivo, che irraggi lo sviluppo verso l'intera zona, attraverso:

- Un potenziamento dell'accessibilità, nel caso di Matera tramite investimenti infrastrutturali;
- Una politica di promozione dell'immagine culturale del sito presso i grandi tour operator ed i mercati internazionali, veicolata, nel caso della "capitale europea della cultura", dai media che hanno coperto tale nomina sull'intero territorio della Ue e dal passa-parola dei tour operator europei interessati al segmento del turismo storico e culturale fornito dalla nomina stessa;
- Un insieme di eventi artistici, di valenza sociale e culturale, promossi dal dossier di candidatura e che si sono svolti per tutto l'anno 2019 nel centro di Matera. Tali eventi hanno svolto un ruolo promozionale importantissimo, che ha attratto artisti ed estimatori dell'arte a Matera, incrementandone la reputazione e la riconoscibilità, riempiendola di sostanza, ben oltre la semplice etichetta di sito Unesco o di capitale della cultura;
- Un certo miglioramento dell'offerta ricettiva, soprattutto nel segmento extralberghiero, che, pur in una condizione di sottodimensionamento rispetto alle prospettive della domanda, ha prodotto un certo "boom" immobiliare, insieme alla ristrutturazione abitativa di molti Sassi;
- E, come nel caso di Palermo, una agenzia specificamente dedicata alla gestione dell'evento ed a quella, ancor più importante, del post-evento.

La spinta economica del turismo culturale integrato: le potenzialità meridionali ed il ruolo del PNRR

Nel 2019, con 1.153.564 unità produttive nelle industrie turistiche (tra alloggi, ristorazione, trasporto, agenzie di viaggio e tour operator, commercio al dettaglio), 2.763.297 lavoratori dipendenti e 1.730.440 indipendenti, il settore turistico ha generato una ricchezza di 99,9 miliardi di euro, con un contributo al Pil del 6,2%.

Il 25% del Pil turistico nazionale è prodotto nel Mezzogiorno. Nello specifico, si stima per quest'area, un valore aggiunto turistico di 24,7 miliardi di euro, il 6,9% del Pil (anno 2019).

A causa della crisi pandemica, la ricchezza economica realizzata dal turismo si è abbattuta, in Italia, di oltre il 33% nel 2020 contro un calo del valore aggiunto totale economia dell'8,4%. Negli anni successivi, il settore turistico è stato tra quelli che hanno trainato maggiormente la ripresa economica del Paese, presentando un valore aggiunto in crescita del 17% nel 2021 e del 20% nel 2022 (Valore aggiunto totale economia: +6,8% nel 2021 e +3,9% nel 2022).

Pertanto, il contributo del turismo al Pil che era sceso, nel 2020, al 4,5%, ha recuperato gradualmente negli anni successivi, arrivando al 6% nel 2022 (stima SRM). Nel Mezzogiorno, si è passati dal 5,5% nel 2020 al 6,6% nel 2022 (stime SRM).

SRM, da diversi anni, analizza l'effetto economico legato all'incremento di presenza (il moltiplicatore di presenza turistica), che è strettamente legato all'attività turistica ed indica quanto valore aggiunto (VA) relativo al settore turistico attiva una presenza turistica in regione ossia quanto VA crea un soggiorno aggiuntivo nella regione. Su questo effetto, si ricorda che, oltre alla composizione dei beni e servizi acquistati in regione ed agli scambi interregionali, incide anche il livello medio dei prezzi ed il costo delle infrastrutture. Se il turismo è monotematico ed ha un costo infrastrutturale (di raggiungibilità e impiantistica) molto elevato, la spesa più elevata che il turista sostiene non genera soltanto valore aggiunto ma deve anche ripagare i costi sostenuti per la manutenzione e la tenuta degli impianti.

Dall'ultimo aggiornamento di SRM risulta che l'Italia, a parità di spesa, per ogni presenza aggiuntiva nel Paese, genera 144 euro di VA.

La capacità endogena di creazione di ricchezza, in relazione all'aumento di presenze turistiche, cambia in base alla tipologia di turismo. Ad esempio, il turismo culturale attiva più ricchezza rispetto a quello balneare, ed il moltiplicatore cresce se si considera il turismo sostenibile (150,6 €), enogastronomico (151,7 €) ed ancor più per quello d'affari (176,6 €).

È evidente che lo sviluppo di un *sistema turistico "integrato"* (ad esempio culturale, enogastronomico e folkloristico, ecc.) nell'ambito di un sito UNESCO, che sfrutti le sinergie organizzative e «produttive» con i settori attigui, accresca la potenzialità economica del turismo.

Ciò vale, in modo particolare per il Mezzogiorno, caratterizzato da un'ampia offerta di siti archeologici UNESCO ma da un moltiplicatore di 131,7 €, ancora distante dal dato

nazionale, anche se in recupero nell'ultimo decennio. In particolare, negli anni 2010-2019 è cresciuto dell'86%, valore più alto rispetto alla media nazionale (+39%), risultato di una migliore strutturazione del sistema turistico che è riuscito ad adeguarsi alle nuove tendenze rilasciando, quindi, una più intensa propagazione economica sul territorio.

Moltiplicatore di presenza: valore aggiunto per ogni presenza aggiuntiva sul territorio. Anno 2019

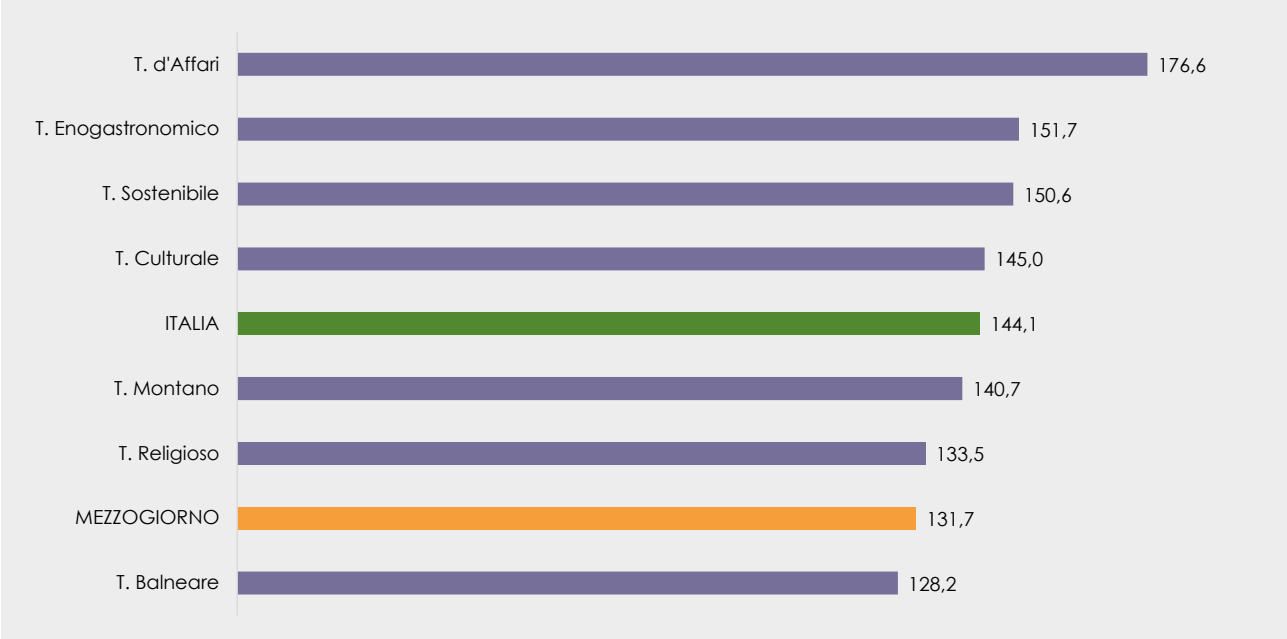

Grafico 14 - Fonte: elaborazione e stime SRM

Moltiplicatore di presenza. Confronto tra macroaree. Anni 2010 e 2019

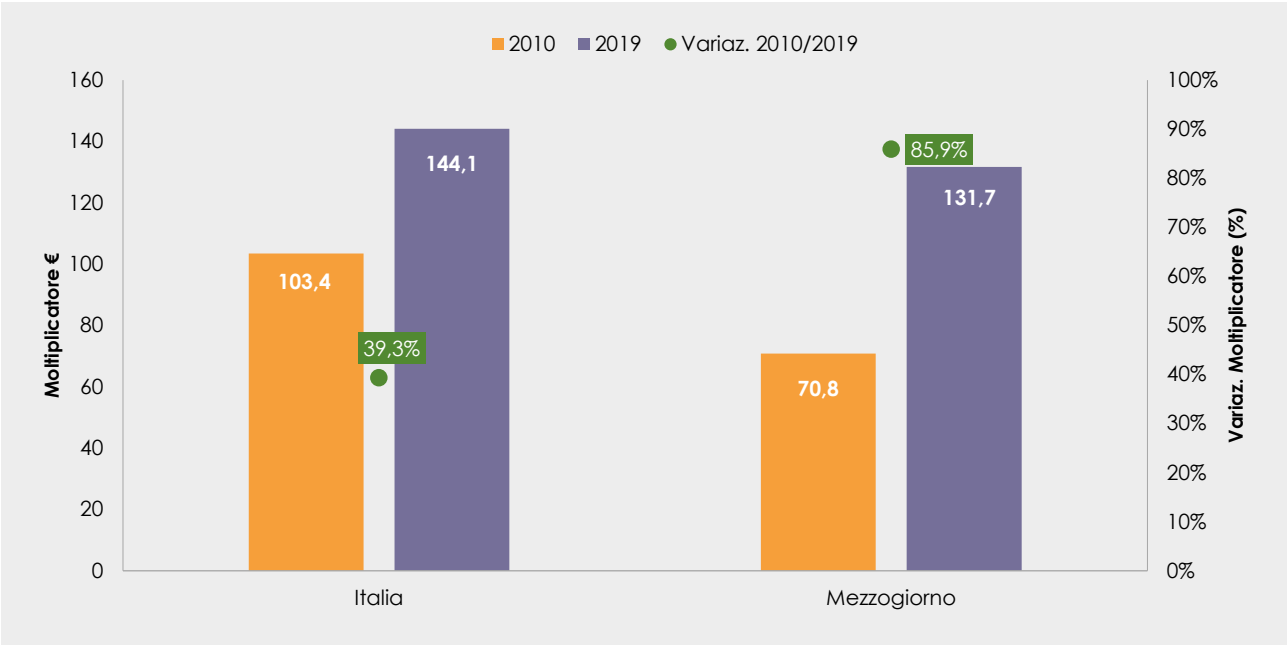

Grafico 15 - Fonte: elaborazione e stime SRM

È bene ricordare che la maggiore convergenza del Mezzogiorno è frutto degli investimenti di qualità (riqualificazione, tecnologia, formazione, organizzazione, etc.) realizzati nel corso degli ultimi anni. Tuttavia, occorre proseguire su questa strada ed insistere sul miglioramento dell'accessibilità e della mobilità interna perché la rete infrastrutturale va resa assolutamente soddisfacente: porti ed aeroporti sono essenziali per quanto riguarda il turismo internazionale ed il turista, una volta arrivato, deve potersi muovere all'interno di un territorio.

Cruciali sono gli investimenti trasversali che si possono realizzare sui territori (non solo attraverso il PNRR) per garantire:

- Un'agevole movimentazione del turista, specialmente all'interno di quelle aree più interne;
- Una maggiore spinta verso la transizione ecologica e digitale;
- Skills adeguati grazie a percorsi di formazione professionale e manageriale che consentano di gestire con successo non solo la componente produttiva ma anche la componente relazionale con il turista (competenze legate anche alla gestione dei rapporti culturali e multiculturali che il turismo genera).

Non possono, quindi, essere tralasciate le politiche a favore del settore. Se guardiamo al PNRR, le azioni specifiche per il comparto "turismo e cultura" sono inserite nell'ambito della Componente 3 della Misura 1: «Turismo e Cultura 4.0» che prevede risorse disponibili per un ammontare pari a 6,68 miliardi di euro, ai quali si aggiungono le risorse del Piano Complementare per un valore di 1,46 mld. Si tratta, quindi, di oltre 8 mld di euro da investire nel comparto in esame e, di questi, si stima che circa il 35% (pari a circa 2,9 mld €) sia destinato alle regioni del Mezzogiorno.

Una prima linea di azione riguarda gli interventi di valorizzazione di siti storici e culturali, volti a migliorare capacità attrattiva, sicurezza e accessibilità dei luoghi. Gli interventi sono dedicati non solo ai "grandi attrattori", ma anche alla tutela e alla valorizzazione dei siti minori (ad esempio i "borghi"), nonché alla rigenerazione delle periferie urbane, valorizzando luoghi identitari e rafforzando al tempo stesso il tessuto sociale del territorio. Gli interventi sono abbinati a sforzi di miglioramento delle strutture turistico-ricettive e dei servizi turistici, al fine di migliorare gli standard di offerta e aumentare l'attrattività complessiva.

Questi interventi di riqualificazione/rinnovamento dell'offerta sono improntati a una filosofia di sostenibilità ambientale e pieno sfruttamento delle potenzialità del digitale, facendo leva sulle nuove tecnologie per offrire nuovi servizi e migliorare l'accesso alle risorse turistiche/ culturali.

Ci si concentra, quindi, su quattro ambiti di intervento per il rilancio del comparto turistico e culturale, secondo una logica digitale e sostenibile; ambiti rilevanti non solo per lo sviluppo del settore ma anche per le opportunità di sinergia che possono crearsi con altre priorità strategiche del Paese incluse nel PNRR.

In tale ambito, particolarmente significative sono le azioni dedicate al solo settore turistico a cui il Piano dedica, in modo trasversale tra missioni e componenti, 9 interventi, tutti in corso di realizzazione, per uno stanziamento complessivo di quasi 3 miliardi di euro.

Tra questi interventi rientra anche una riforma normativa, che prevede la definizione di uno standard nazionale per la professione di guida turistica; obiettivo da conseguire entro la fine del 2023. Le altre 8 misure (e sotto misure) sono investimenti economici ed il più costoso (1,79 miliardi) è quello dedicato ai fondi integrati per la competitività delle imprese turistiche, che prevede 6 sotto misure, ognuna indirizzata a un aspetto di interesse per le imprese del turismo. Gli altri 2 investimenti sono dedicati rispettivamente alla creazione di un hub del turismo digitale e alla "attrattività" dei borghi, unica delle 9 misure non di titolarità del Ministero del turismo ma di quello della cultura.

Si tratta, in quest'ultimo caso, di un intervento dedicato al rilancio turistico dei piccoli centri in Italia ed è l'unico investimento con una distribuzione sui territori già definita; nel dettaglio, come emerge da recenti analisi OpenPolis, si configura una destinazione piuttosto eterogenea dei fondi sul territorio - con 228 progetti in 288 comuni per un per un totale di oltre 700 milioni di euro - e questo anche grazie ai progetti pilota (uno per regione) del valore di 20 milioni di euro ciascuno. La Campania è prima per assegnazioni con oltre 55 milioni seguita da Veneto (50,6 mln), Sicilia (49,8 mln) e Puglia (49,6 mln). Se invece si considera il dato pro capite, spiccano le regioni più piccole e periferiche del Paese: Valle d'Aosta (175 euro pro capite), Molise (73,9 euro), Basilicata (47,2 euro) e Trentino-Alto Adige (43,2 euro).

Particolarmente importante è stata la scelta di assegnare un progetto pilota ad ogni regione: la grande portata ad essi associata è sicuramente servita a non avere divari troppo ampi tra le diverse aree del Paese.

Il PNRR, quindi, guarda al settore con attenzione e con una buona disponibilità di risorse, ma ciò non basta. Affinché tutto questo si trasformi in un reale beneficio per la crescita dei territori – che punti ad una crescita duratura e sostenibile nel lungo termine - sono necessarie una programmazione mirata e una veloce implementazione progetti.

Alcuni spunti conclusivi sui possibili impatti di politica integrata dei siti UNESCO meridionali

Nel presente lavoro, dopo un inquadramento definitorio del concetto di sito Unesco, una mappatura dello stesso per l'Italia ed una analisi generale dei flussi turistici nazionali e regionali, è stato discusso l'impatto complessivo dei siti Unesco sul territorio secondo la letteratura prevalente, nazionale e non, e sono stati illustrati tre casi di studio di siti Unesco per il Mezzogiorno: Pompei, Palermo-Cefalù e Matera.

La domanda fondamentale che ci si è posti è la seguente: "quali impatti di sviluppo ha sul territorio, e sull'areale circostante, il riconoscimento Unesco di un sito storico o culturale?" Alla fine di questo lavoro di rassegna della letteratura internazionale sui siti Unesco e di alcuni casi di studio ubicati nel Mezzogiorno, risulta ancora controverso e non facile dare una risposta univoca e in qualche modo "definitiva" sul peso del riconoscimento Unesco come fattore di sviluppo locale.

Quello che si può dire con un certo grado di certezza è che il riconoscimento Unesco ha un forte potenziale di attrazione/generazione di investimenti di difesa, protezione/recupero del bene storico/archeologico riconosciuto. Tali investimenti, essenzialmente quindi di recupero e restauro, possono a loro volta attivare un circuito locale di valorizzazione immobiliare, di aumento del valore dei terreni e dei beni fondiari ed immobili del territorio circostante.

In termini più propriamente di sviluppo locale, la qualità del risultato dipende anche da quanto un sito sia già conosciuto nei circuiti culturali e turistici prima del suo riconoscimento, e quanto invece il riconoscimento produca un interesse turistico precedentemente non esistente perché il sito era "sconosciuto" (ad esempio Matera ha avuto riconoscibilità, quest'ultima è risultata meno evidente per altri siti). Si può affermare che il semplice riconoscimento del sito da parte dell'Unesco, assunto da solo, potrebbe non avere effetti significativi, ed a volte non generare nemmeno ricadute significative sul tessuto produttivo direttamente legato al turismo se non associato a "politiche attive".

La letteratura in materia sembra evidenziare che il riconoscimento Unesco di un sito possa essere soltanto un tassello di una strategia di sviluppo più ampia, che prenda in considerazione i punti di forza e debolezza di tutto l'areale circostante, che consideri ad esempio il tema dell'accessibilità al sito attraverso opportuni investimenti infrastrutturali, che riesca a dialogare con i circuiti turistici internazionali più importanti e che poggi su un solido capitale sociale costituito da un network robusto di attori locali protagonisti dello sviluppo.

In tale strategia più ampia, il riconoscimento è un elemento di marketing e valorizzazione dell'immagine interessante ed utile. Ma la strategia deve nascere per così dire dal basso, o da un proficuo dialogo fra alto e basso, non essere calata dall'alto e da lontano senza una opportuna concertazione ed una reale conoscenza del territorio.

In questa accezione, si è visto dai casi di studio che il modello di una agenzia di promozione locale, legata al sito, in grado di interloquire con il territorio, da un lato, e con le istituzioni centrali, dall'altro, e che accentri le strategie di promozione e marketing del sito può avere

un certo grado di successo, se ovviamente tale agenzia si muova in modo proattivo e sappia anche coinvolgere i big player dell'offerta di viaggi e vacanze, che siano tour operator, compagnie crocieristiche, persino compagnie aeree (Matera risente dell'effetto benefico dell'ampliamento dei voli su Bari).

Così come l'organizzazione di eventi tagliati sul "genius loci" del sito, sostenuti anche da grandi nomi della cultura e dello spettacolo, di durata sufficientemente lunga (come quelli organizzati a Matera nell'occasione della nomina a capitale europea della cultura) può avere un effetto durevole di rigenerazione e rivitalizzazione di siti poco frequentati sino a quel momento.

Se tutti questi tasselli vengono ben posizionati e valorizzati all'interno di un'ampia strategia di sviluppo, il brand Unesco sortisce un considerevole effetto positivo sul territorio di riferimento.

Concentrandosi sulla dimensione economica, si è visto che la maggiore attrattività turistica derivante ad esempio dalla valorizzazione dei siti UNESCO mediante un'adeguata politica di sviluppo determina un rilevante impatto sul PIL. Basti pensare che l'Italia, a parità di spesa, per ogni presenza turistica aggiuntiva nel Paese, genera 144 euro di VA, un valore che sale a 145 euro nel caso del turismo culturale e continua a salire quanto più l'offerta turistica diventa integrata con il territorio. Sotto questo punto di vista, il Mezzogiorno presenta evidenti potenzialità da valorizzare dato che si caratterizza per un'ampia offerta di siti archeologici UNESCO integrabile con i diversi tematismi esistenti. Il moltiplicatore di presenze, che ammonta di 131,7 euro, può proseguire il suo percorso di crescita nel tempo, accorciando sempre più le distanze dalla media nazionale.

Volendo quantificare la domanda turistica potenziale presente nelle province meridionali dove sono localizzati i siti Unesco, questa ammonterebbe a 10,6 milioni di arrivi. Grazie all'implementazione di una policy di governance attiva, vale a dire adeguata ai diversi contesti dei siti Unesco esistenti, integrata con gli altri tematismi esistenti ma anche fondata sullo sviluppo di sinergie con la sfera sociale, economica, culturale, infrastrutturale ne deriverebbe una maggiore attrattività turistica che si stima potrebbe generare un allungamento del soggiorno di almeno un giorno. Questa maggiore permanenza si tradurrebbe in una crescita del valore aggiunto turistico tra 1,4 e 1,6 mld di euro, arrivando a circa il 6-7% del Pil turistico del Mezzogiorno.

In conclusione, diventa chiaro, quindi, che le politiche di sviluppo che fanno leva su un riconoscimento dell'Unesco devono essere sufficientemente "taylor made" da adattarsi ai diversi contesti dei tanti siti Unesco esistenti e non c'è un ricettario univoco dello sviluppo locale che possa essere fornito.

Bibliografia/sitografia

Banca d'Italia, portale sul turismo internazionale: https://www.bancaditalia.it/statistiche/tematiche/rapporti-estero/turismo-internazionale/index.html

City-O (2020), "L'impatto economico di Matera Capitale della Cultura", dicembre.

Cst-Mibac (2013), "Lo sviluppo turistico nei siti del patrimonio Unesco".

DCMS (2008), "World Heritage for the Nation: Identifying, Protecting and Promoting our World Heritage, A consultation paper".

Genovese R., (2018) Tesi di laurea "L'impatto Dei Siti Unesco Sui Flussi Turistici: Prime Valutazioni Del Sito "Palermo Arabo-Normanna E Le Cattedrali Di Cefalù E Monreale", presso Università di Palermo, a.a. 2017/2018, relatore Prof. Antonio Purpura.

Invitalia (2021), "Una valutazione dei risultati del Grande Progetto Pompei".

Iulm/Commissione Nazionale Unesco (2021), "Il valore del brand Unesco", novembre.

Istat, statistiche sul turismo: http://dati.istat.it/

Pirrelli M., Giardini C. (2021), "Più turisti, più responsabilità:l'importanza di chiamarsi «Patrimonio Unesco»", su Il Sole 24 Ore del 01.08.2021.

Prud'Homme R. (2008), "Les impacts socio-économiques de l'inscription d'un site sur la liste du patrimoine mondial: trois études", su https://docplayer.fr/15236757-Les-impacts-socio-economiques-de-l-inscription-d-un-site-sur-la-liste-du-patrimoine-mondial-trois-etudes-1-remy-prud-homme-2.html

Rebanks Consulting ltd, Trend Business Research (2009), "World Heritage Status: is there an opportunity for economic gains?" su https://www.yumpu.com/en/document/read/48805041/2009-world-heritage-status-is-there-opportunity-for-economic-gain

Scottish Natural Heritage (2007), "Social, Economic and Environmental Benefits of World Heritage Sites, Biosphere Reserves and Geoparks".

Solima L. (2013), "La valutazione del ruolo del marchio Unesco nella valorizzazione turistica del territorio attraverso uno studio su tre siti italiani: aspetti metodologici, evidenze empiriche ed indicazioni operative", su Aidea, Economia Aziendale, nr. 180, 2013.

SRM (2023), Il turismo nel 2023. Scenari previsivi territoriali. Focus regioni Mezzogiorno. Vol. 2.

SRM (2023), Rapporto annuale "Turismo & Territorio. Tendenze, impatti e dinamiche d'impresa" Vol. 1, Giannini Editore.

SRM (2022), Cultura e Archeologia per un turismo sostenibile di qualità. Il caso del turismo sotterraneo e sue implicazioni, Vol. 2.

SRM (2021), Cultura e Archeologia per un turismo sostenibile di qualità. Il caso del turismo archeologico subacqueo e sue implicazioni, Vol. 1.

Van der Aa B. (2005), "Preserving the Heritage of Humanity? Obtaining World Heritage Status and the Impacts of Listing", Netherlands Organization for Scientific Research, Amsterdam.

Unesco World Heritage List: https://whc.unesco.org/en/list/

SRM COMPIE 20 ANNI

2003 2023

20 ANNI-20 PAROLE

L'analisi economica alla base di obiettivi precisi a supporto della crescita del territorio è la spinta che ha caratterizzato il **centro studi SRM** fin dalle sue origini legate al Banco di Napoli.

Grazie alla lungimiranza dei suoi soci fondatori, **Intesa Sanpaolo** e **Compagnia di San Paolo**, gli obiettivi si sono ampliati favorendo la creazione di network nazionali ed internazionali nel mondo della ricerca, dell'impresa, dell'associazionismo.

Un traguardo che abbiamo voluto segnare attraverso il libro celebrativo che racconta l'identità di SRM.

20 parole chiave ricostruiscono i momenti di transizione, i passaggi salienti e le espressioni in cui ci riconosciamo.

Parlano con noi esponenti del mondo istituzionale, accademico, associativo e imprenditoriale che in questi venti anni sono entrati in relazione con noi e che hanno contribuito con la loro testimonianza.

INQUADRA IL QR CODE E SFOGLIA IL LIBRO

2021

SRM ha già pubblicato due approfondimenti oggetto di seminario nell'ambito della Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico Paestum

Cultura e Archeologia

Il caso del turismo archeologico subacqueo e sue implicazioni

Vol. 1 - L'attenzione verso un turismo in grado di contemperare le esigenze di sviluppo con la preservazione delle risorse naturali è un tema sempre più predominante.

Il turismo archeologico subacqueo esprime al meglio questa simbiosi. Si tratta di una forma turistica ancora ristretta ma che ha tanto potenziale.

Nello studio, partendo da un'analisi dello scenario turistico internazionale e delle nuove tendenze che coniugano ambiente e cultura nella sostenibilità, si evidenzia ciò che l'Italia e il Mezzogiorno possono offrire.

Si approfondisce, quindi, il patrimonio archeologico sommerso, evidenziando le potenzialità del mercato italiano, in termini di domanda e di offerta, nonché gli impatti economici che si possono attivare sul territorio.

Inquadra il QR code e accedi alla pubblicazione

2022

Gli studi in evidenza sono disponibili gratuitamente sul sito di SRM
www.sr-m.it

per un turismo sostenibile di qualità.

Il caso del turismo sotterraneo e sue implicazioni

Vol. 2 - Il paper analizza le caratteristiche e le potenzialità economiche del Turismo Sotterraneo, categoria inclusa nell'ambito del turismo sostenibile e incentrata sul "portare alla luce" il nostro patrimonio culturale "underground".

Parliamo di un patrimonio diversificato e ramificato che racchiude in sé tipologie differenti di Beni di cui anche le modalità di tutela, protezione, conservazione, valorizzazione e fruizione risultano molto variegate e con complesse implicazioni per il territorio.

Si tratta di grotte e cavità sia naturali sia artificiali; in particolare, catacombe, mitrei e ipogei sono potenti attrattori nell'ambito del turismo culturale.

Inquadra il QR code e accedi alla pubblicazione

Via Toledo, 177 | 80134 Napoli, Italia
Tel. +39 081 7913758-61 - comunicazione@sr-m.it
www.sr-m.it

Centro Studi con sede a Napoli, collegato al Gruppo Intesa Sanpaolo, nato come presidio intellettuale e scientifico, ha come obiettivo il miglioramento della conoscenza del territorio sotto il profilo infrastrutturale, produttivo e sociale in una visione europea e mediterranea. É specializzato nell'analisi economica delle dinamiche regionali, con particolare attenzione al Mezzogiorno. Ha creato e gestisce, inoltre, due Osservatori di ricerca a carattere internazionale che monitorano e analizzano settori strategici come i Trasporti Marittimi, la Logistica e l'Energia. SRM cura e pubblica la Rivista Rassegna Economica, il Dossier UE e i Quaderni di Economia Sociale. L'apporto tecnico di SRM è a disposizione di quanti, istituzioni, forze imprenditoriali, società civile, riconoscono nella diffusione della cultura e della conoscenza del sistema socio-economico i presupposti per il reale progresso del Paese.

Presidente: Paolo Scudieri
Direttore Generale: Massimo Deandreis
Consiglio Direttivo: Fulvio Bersanetti, Gregorio De Felice, Claudio De Vincenti, Elena Flor, Stefano Lucchini, Giuseppe Nargi, Anna Roscio

SRM si avvale di un **Comitato Scientifico** composto da docenti universitari ed esperti in materia. La composizione del Comitato Scientifico è pubblicata sul sito sr-m.it

Collegio dei Revisori: Piero Luongo (presidente), Giovanni Maria Dal Negro, Concetta Lo Porto
Organismo di Vigilanza (art.6 D.Lgs. 231/01): Giovanni Maria Dal Negro
Comitato Etico (art.6 D.Lgs. 231/01): Concetta Lo Porto

COMPANY WITH QUALITY SYSTEM CERTIFIED BY DNV ISO 9001

SRM adotta un Sistema di Gestione per la Qualità in conformità alle Normative UNI EN ISO 9001 in Progettazione e realizzazione di studi, ricerche convegni e seminari in ambito economico/finanziario del Mezzogiorno, del Mediterraneo e Maritime; sviluppo editoriale e gestione della produzione di periodici in ambito economico/finanziario del Mezzogiorno, del Mediterraneo e Maritime.

Soci Fondatori e Ordinari

INTESA SANPAOLO

Fondazione Compagnia di San Paolo

INTESA SANPAOLO INNOVATION CENTER

INTESA SANPAOLO RENT FORYOU

ALEXBANK

INTESA SANPAOLO BANK Albania

PBZ Intesa Sanpaolo Group

srm

sr-m.it