

#culturaturismo



FEDERCULTURE

Formez^{PA}

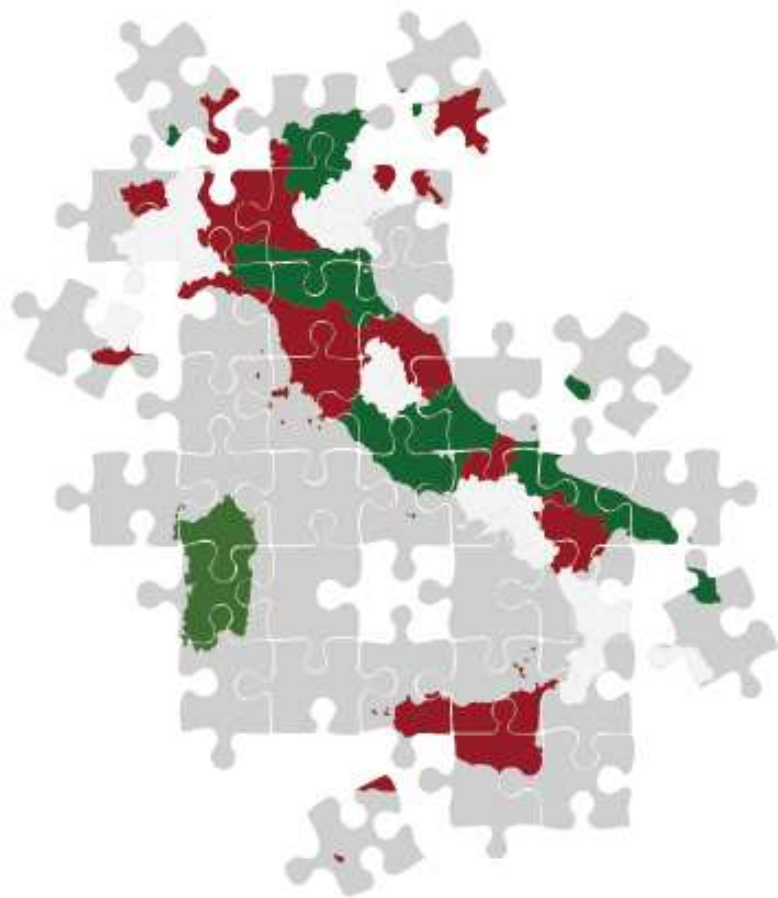
CULTURA & TURISMO

Una strategia di sistema per l'Italia

12 febbraio 2014
Biblioteca Nazionale di Roma

Roberto Grossi

Presidente FederCulture



Con il patrocinio di

Si ringrazia



**IL DECLINO
DEL BEL PAESE?**

TURISMO: BELLEZZA E STORIA NON BASTANO PIÙ

Cresce il turismo mondiale, ma il Bel Paese perde quote di mercato.



2013: 1,087 miliardi di turisti nel mondo (+5% rispetto al 2012)

Nella classifica per la competitività turistica siamo 26° al mondo e 17° in Europa.

Pernottamenti turistici 2013

Grecia	+11,7%
Regno Unito	+6,5%
Bulgaria	+6,2%
Ungheria	+5%
UE 28	+1,6%
Italia	-4,6%

Paesi più visitati al mondo

Francia	83 milioni turisti
Stati Uniti	67 milioni
Spagna	57,7 milioni
Cina	57,7 milioni
Italia	46,4 milioni



Eravamo primi al mondo 30 anni fa!

Fonte: UNWTO, Eurostat



**IL DECLINO
DEL BEL PAESE?**



CULTURA: IL NOSTRO BRAND... ancora per quanto?

Siamo primi al mondo per attrattività legata alla **cultura**



- 1. Italia**
2. Francia
3. Giappone
4. Svizzera
5. Regno Unito



Ma solo 15° nella classifica che misura il valore di un marchio-Paese nel mondo



1. Svizzera
2. Canada
3. Giappone
4. Svezia
5. Nuova Zelanda
- ...
- 15. Italia**

Si stima che il turismo nelle città d'arte rappresenti il 39% del mercato turistico italiano.



**IL DECLINO
DEL BEL PAESE?**

L'IMMAGINE DEL BEL PAESE SPROFONDA



Parco archeologico Sibari



Via del Corso
Roma

Le mille emergenze che attraversano l'Italia ci danneggiano nella percezione all'estero



Emergenza
rifiuti



Illegalità

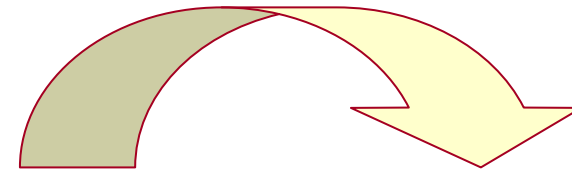


**IL DECLINO
DEL BEL PAESE?**



MANCANO STRATEGIE E POLITICHE DI SVILUPPO

L'Italia ha rinunciato a una politica pubblica che investa su cultura e turismo come fattori centrali per la qualità della vita dei cittadini e per la competitività internazionale.



L'investimento per il Mibact è pari a **1,5 miliardi nel 2013 (0,20% del bilancio dello Stato)**. Si prevede una riduzione nel **triennio 2014-2016 a 1,4 miliardi**. Va considerando che dal 2013 il budget comprende oltre la **Cultura** anche il **Turismo**.

dal 2008 ad oggi il settore culturale ha perso 1,3 miliardi di finanziamenti pubblici

(Stato, Comuni, Province, Lotto...)

FRANCIA:
3.966 milioni di euro BUDGET
Ministero Cultura e
Comunicazione

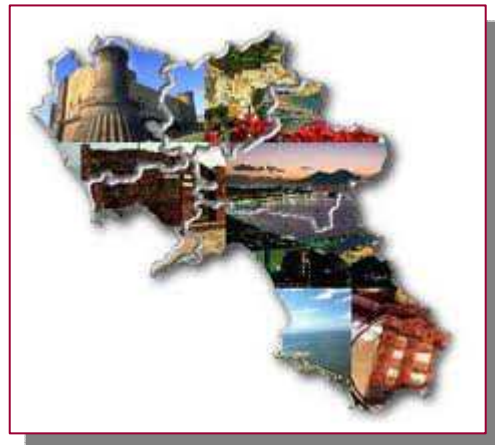


**IL DECLINO
DEL BEL PAESE?**

INCERTEZZA DELL'ASSETTO ISTITUZIONALE

L'ampliamento dei poteri delle Regioni in materia di turismo in seguito alla riforma del Titolo V della Costituzione, non ha risolto i problemi tra Stato e Regioni.

La frammentarietà ci ha indeboliti.



L'importante decisione di trasferire la delega del turismo al Mibact e la proposta di istituire una nuova DG del turismo non basta



SONO NECESSARIE POLITICHE PER RIQUALIFICARE I SISTEMI DI ORGANIZZAZIONE DELL'OFFERTA TURISTICA- CULTURALE E QUINDI UNA PROMOZIONE INTEGRATA DEL TERRITORIO



Occorre promuovere un'immagine unitaria dell'Italia all'estero.

Rilanciare gli strumenti di promozione e commercializzazione (ENIT ed ICE).

Nel triennio 2009-2011 le Regioni hanno speso in promozione turistica circa 940 milioni di euro. Con quali risultati?

I comuni pagano le conseguenze di una mancata programmazione



RIPARTIRE,
DA DOVE?

ITALIA: RISALIRE LA CHINA... e se valorizzassimo la nostra bellezza?

NON SOLO...

4.588 monumenti musei e aree archeologiche
46.025 beni architettonici vincolati
12.609 biblioteche
34.000 luoghi di spettacolo
49 siti Unesco (5% del totale e 11% di quelli europei)

... MA ANCHE

Res tipica: 1.923 comuni aderenti
542 comuni "Città del vino"
154 prodotti D.O.P.
92 prodotti I.G.P.
Oltre 1.000 Festival culturali

La **Corte dei conti** ha aperto un'istruttoria nei confronti di Standard & Poor's per aver declassato l'Italia senza aver tenuto conto del valore della nostra cultura.
La Corte stima il danno subito in 234 miliardi di euro.



**RIPARTIRE,
DA DOVE?**

I TERRITORI: LA NOSTRA IDENTITA'

I territori possiedono ancora una forte identità ed è dalle specificità locali che bisogna ripartire.

Festa Sant'Agata
Catania



Migliaia di fedeli e turisti invadono le vie di Catania per festeggiare ogni anno Sant'Agata, festa patronale tra le più belle al mondo

Val D'Orcia



La valle - Patrimonio dell' UNESCO - grazie alla sua offerta di itinerari, terme, festival, enogastronomia e manifestazioni, ha registrato nel 2012 +7,71% di arrivi e +4,06% di presenze

Festa dei Gigli
Nola (NA)



2000 anni di tradizione, è nella Lista Patrimonio immateriale UNESCO porta migliaia di turisti e fedeli nel piccolo centro campano

Notte della Taranta
Salento



Il Festival di musica popolare salentina fa registrare circa 300.000 spettatori ed ha un ritorno in termini economici di 2,7 volte il capitale investito, pari al 270%, pari a 25.380.000 euro (ritorno economico diretto e indotto). (Studio Bocconi)



**RIPARTIRE,
DA DOVE?**

#culturaturismo



FEDERCULTURE

Formez PA

TURISMO E CULTURA PER IL RILANCIO DEL MEZZOGIORNO

I siti culturali statali del Sud nel 2012 hanno attratto **7,4 milioni di visitatori** e incassato **28 milioni di euro di introiti lordi** (rispettivamente il **20,5%** e il **24,8%** dei totali nazionali).

Ma il **43%** dei visitatori e il **75%** degli incassi è rappresentato da Pompei, Ercolano e Reggia di Caserta

REGGIA DI CASERTA → 531.000 VISITATORI L'ANNO

REGGIA DI VERSAILLES → 5 MILIONI DI VISITATORI L'ANNO

Turisti stranieri in un anno

Basilicata 94.000

Calabria 220.000

Sardegna 887.000

Lombardia 20 milioni

Veneto 13 milioni

Liguria 6,7 milioni



In Sicilia su 115 siti culturali solo 11 hanno un proprio sito web e appena 5 di questi sono anche in inglese

Fonte: dati UIC Banca d'Italia, MiBACT



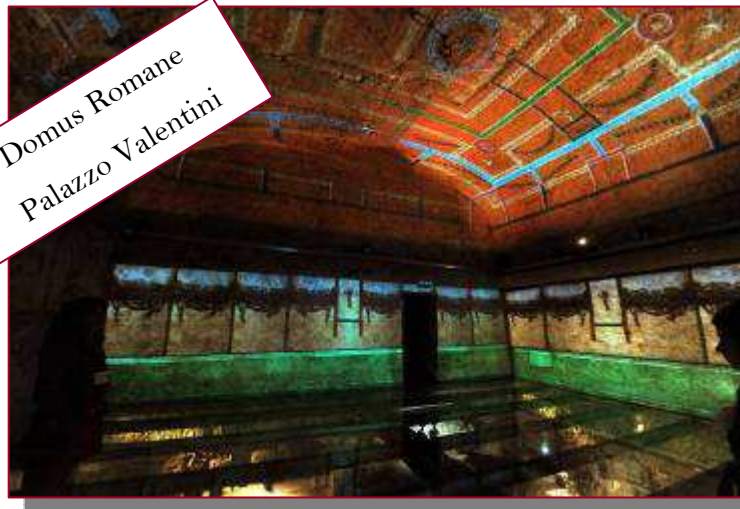
RIPARTIRE,
DA DOVE?

QUALE MODELLO DI TURISMO VOGLIAMO?



Bisogna puntare a un turismo di qualità e sostenibile, innovare il sistema di offerta per valorizzare l'intero nostro territorio

Dare valore all'esperienza di visita



Le Domus Romane di Palazzo Valentini a Roma sono al secondo posto tra le attrazioni che secondo i turisti rappresentano un'esperienza di grande eccellenza - grazie a luci, video e installazioni digitali - molto più apprezzate dei grandi attrattori come Colosseo e Fori romani

Tripadvisor



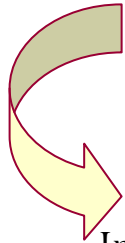
**RIPARTIRE,
DA DOVE?**



PROGRAMMAZIONE E GESTIONE EFFICIENTE PER VALORIZZARE IL CAPITALE CULTURALE



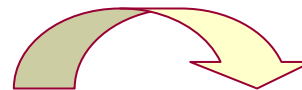
Fondazione Barumini



In una regione economicamente depressa, la Fondazione Barumini Sistema Cultura oggi rappresenta la più importante azienda sarda nel settore dei beni culturali, grazie alla quale nel sito arrivano 100.000 visitatori l'anno



Arena di Verona

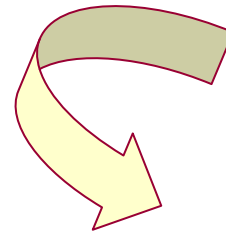


L'Arena di Verona è uno dei poli principali della cultura e dell'economia della Regione.

Nel 2013 ha registrato 28,7 milioni di euro di incassi (+27%); 483.778 spettatori (+13%) e +21,5% di sponsorizzazioni, con un impatto sull'economia di circa 500 milioni di euro (fonte: Università degli studi di Verona).



Teatri di Pietra



La rete "Teatri di Pietra", a partire dal recupero dei teatri antichi presenti in Campania, Basilicata, Calabria, Sicilia, Lazio, Toscana, ha restituito al pubblico siti straordinari e dato vita a un sistema turistico integrato.



CREARE RETI PER RILANCIARE I TERRITORI

In un paese come l'Italia, ricco di storia, paesaggi, enogastronomia bisogna puntare su progetti di valorizzazione che mettano in rete l'esistente in una logica di integrazione e di economie di scala.



I visitatori dei beni archeologici inseriti all'interno di circuiti dal 2001 al 2012 sono cresciuti del **158,7%**

- Dei 4.588 musei e istituti similari italiani, 1.571 non hanno personale e 903 hanno un solo addetto
- Dei 420 istituti statali, ben 125 hanno meno di 5.000 visitatori l'anno.



CAMPANIA ARTE CARD è stata la prima carta culturale e turistica, uno strumento innovativo e flessibile, funzionale all'attuazione delle strategie turistiche di un territorio in una logica di aggregazione che unisce in rete operatori pubblici e privati, uniti nella missione di valorizzare l'offerta turistica e culturale.

RIPARTIRE,
DA DOVE?

#culturaturismo



FEDERCULTURE



Formez PA

NUOVE STRATEGIE PER LA COMPETITIVITÀ: INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE

In Europa l'Italia è l'ultima nell'accesso e nell'uso delle risorse digitali
(Eurobarometro 278 – European cultural values)

REGGIA DI CASERTA	➡	SITO WEB IN ITALIANO, INGLESE E SPAGNOLO
POMPEI	➡	SITO WEB SOLO IN ITALIANO
GALLERIA UFFIZI	➡	SITO WEB SOLO IN ITALIANO E INGLESE
REGGIA DI VERSAILLES	➡	SITO IN FRANCESE, SPAGNOLO, INGLESE CINESE E GIAPPONESE



 <p>Galleria Uffizi Firenze</p>	➡	 <p>British Museum Londra</p>
<p>3° nella ricerca Google 28.794 “mi piace” Facebook 117 persone “ne parlano”</p>		<p>458.747 “mi piace” Facebook 12.057 “ne parlano” 428.357 “sono stati qui”</p>

Tra i musei italiani solo

- il 3% ha applicazioni per smartphone e tablet
- il 6% ha video-guide o dispositivi digitali per la visita
- il 13% ha il catalogo accessibile on line

Fonte: elaborazione FederCulture su dati Mibact-ISTAT



RIPARTIRE,
DA DOVE?

#culturaturismo



FEDERCULTURE

Formez^{PA}

NUOVE STRATEGIE PER LA COMPETITIVITÀ: INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE



BOOKING.COM
online hotel reservations



In Italia:

- mediamente solo il 12,5% dei pernottamenti sono venduti sul web
- il 30% delle attività ricettive non ha una piattaforma per le prenotazioni e solo il 46,7% vende on-line

PESO ECONOMICO E-COMMERCE SUL TURISMO

Gran Bretagna	39%
Islanda	35%
Irlanda	33%
Repubblica Ceca	31%
Lituania	30%
Europa	24%
Italia	17%



Fonte: Eurostat



ALCUNE PROPOSTE
OPERATIVE

#culturaturismo



FEDERCULTURE

Formez^{PA}

1

TOURIST CARD NAZIONALE



FEDERCULTURE

Formez^{PA}

Posteitaliane

FederCulture, Formez e Poste italiane hanno siglato un Protocollo d'intesa per realizzare uno strumento che, a livello nazionale, offra una soluzione integrata di servizi multicanale, che assista il turista nella gestione veloce e personalizzata di tutte le fasi di acquisto e consumo del viaggio turistico-culturale in Italia.



**ALCUNE PROPOSTE
OPERATIVE**

#culturaturismo



FEDERCULTURE

Formez PA

2

RILANCIARE LA QUALITÀ PROGETTUALE NELLA CULTURA

- 1) **NECESSITA' DI QUALIFICARE I PROGETTI CULTURALI COLLEGANDO L'ATTIVITA' DI RESTAURO/RECUPERO ALLA GESTIONE**
- 2) **FAVORIRE LA CONCERTAZIONE INTERISTITUZIONALE E IL PARTENARIATO PUBBLICO-PRIVATO**

Al 30 dicembre 2012 il POIN Attrattori Culturali ha restituito a Bruxelles, circa 33 milioni di euro !!!



In seguito al lavoro istruttorio congiunto tra DPS, MiBACT, ANCI e FEDERCULTURE, è stata data una prima linea di finanziamento al Fondo di Progettualità Culturale in capo al Mibact.



3

START-UP DI IMPRESE GIOVANILI PER LA GESTIONE DI SERVIZI CULTURALI E TURISTICI

Cultura e turismo possono rappresentare un importante bacino di nuova occupazione, specie giovanile, attraverso l'affidamento dei servizi culturali a nuove imprese giovanili. Per questo, si propone un piano nazionale per la formazione e l'accompagnamento allo start-up di imprese giovanili nel settore culturale e turistico.



- INCORAGGIARE L'IMPRENDITORIALITÀ GIOVANILE;
- COINVOLGERE I PRIVATI NELLA VALORIZZAZIONE DEI BENI E SITI CULTURALI "MINORI" PER LO SVILUPPO LOCALE E PER MIGLIORARE L'ATTRATTIVITÀ DEI TERRITORI.

LA SFIDA IRRINUNCIABILE

Serve una strategia complessiva, un'idea-Paese, una politica coordinata, un impegno comune per tornare a essere competitivi in Europa e nel mondo.

Anche in vista del prossimo semestre di Presidenza italiana dell'Unione europea dobbiamo recuperare credibilità e tornare al centro dei processi di sviluppo internazionali, riaffermando l'Italia quale produttore di cultura.

