Cultura e turismo: sud Italia e (ancora tante) potenzialità inespresse

La cultura si conferma il motore del turismo italiano e su questo può puntare il sud a patto che sappia sviluppare enormi potenzialità ancora inespresse. È quanto emerge da una ricerca condotta dall'istituto **SRM** (Studi e Ricerche per il Mezzogiorno), in collaborazione con il **Banco di Napoli**, presentata a Paestum nel corso del convegno "**Le aree monumentali del Sud per un sistema integrato di offerta turistica. Le opportunità di Expo Milano 2015**", organizzato dalla Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di **Paestum** in collaborazione con le Direzioni generali per l'Antichità e per la Valorizzazione del Patrimonio Culturale del **MIBACT**.
I lavori hanno fornito un quadro della situazione attuale: nel 2013 la **Campania,** con 7 milioni e mezzo di visitatori, **è stata la regione del Sud a far registrare la migliore performance nel settore del turismo legato ai beni culturali** (quinto posto assoluto nella classifica italiana). Al secondo posto, la Sicilia (4,9 milioni), molto staccate la Sardegna (1,6 milioni) e la Puglia (1,4 milioni), rispettivamente terza e quarta.
L'intera filiera culturale italiana vale 214 miliardi di euro. Ne deriva un impatto importante in termini di Pil (15,3% del valore aggiunto Italia), di occupati, che raggiungono 1,4 milioni (5,8% occupati Italia), e di export: 41,6 miliardi (10,7% del totale Italia). Un euro su dieci esportati è prodotto dalla cultura, e il settore può vantare una bilancia commerciale sempre in attivo negli ultimi 22 anni. In Italia sono alti anche i numeri relativi al patrimonio in generale: 4.588 istituti museali aperti al pubblico, (senza contare archivi di stato, biblioteche ed altri beni architettonici) che lo scorso anno hanno attratto circa 104 milioni di visitatori, di cui il 53% paganti.
La necessità di sviluppare meglio le potenzialità culturali nell'offerta del territorio risulta da un'indagine statistica svolta sui comuni a vocazione culturale che ha permesso di individuare, nel Mezzogiorno, 712 comuni con almeno un "attrattore culturale": si tratta del 25% dei comuni meridionali. Al sud, l'offerta culturale si caratterizza per una maggiore presenza di musei (72%) seguiti dai monumenti o siti monumentali (17%) e parchi ed aree archeologiche (11%). Punto fondamentale dell'analisi è stata, oltre all'individuazione delle località a valenza culturale, la loro caratterizzazione in base alla tipologia di struttura prevalente: struttura museale di tipo artistico, storico-archeologico e scientifico, parco o area archeologica, monumento o complesso monumentale. L'analisi ha permesso di rilevare che 197

comuni sono a valenza culturale: un valore corrispondente al 7% del totale. Emerge una grande sproporzione tra l'offerta culturale, e dunque le potenzialità, e l'effettività della domanda attivata. Il Mezzogiorno, insomma, ha a disposizione un formidabile strumento di creazione di ricchezza e posti di lavoro, ma lo sfrutta poco e male.

Per meglio comprendere i margini di sviluppo del circuito virtuoso turismo-cultura la ricerca fa una comparazione tra le diverse tipologie di turismo in relazione alla propensione alla spesa. Il turista culturale che soggiorna in Italia è più propenso a spendere 52 euro al giorno per l'alloggio, in media, e 85 euro per spese extra, contro i 47 euro per alloggio e 75 per gli extra di chi viaggia per ragioni non culturali. Per il Mezzogiorno, il turismo culturale resta il più potente moltiplicatore di valore aggiunto. Se in Italia, infatti, per ogni presenza aggiuntiva il turismo culturale genera 105,4 euro di Pil e presenta un valore pari ad oltre il 38% in più del dato del balneare (76,3 €), al Sud l'effetto moltiplicativo è ancora più elevato perché è pari a circa il 55% in più (a 58,1 euro di pil generato nel balneare meridionale ne corrispondono 90,4 di pil generato nel culturale). Numeri che parlano da soli, e che inducono gli analisti di SRM e Banco di Napoli a concludere che se nel Mezzogiorno si attuassero le sinergie organizzative e produttive tra la ricchezza enogastronomica e il sistema turistico integrato (balneare/culturale ecc.) aumenterebbe, nel medio periodo, la capacità endogena di creazione di ricchezza in relazione all'aumento di presenze turistiche.