



UNA SFIDA ALLA NOSTRA PORTATA

Obiettivo rilancio dei beni culturali. Da raggiungere attraverso strategie e prospettive capaci di generare valore. Dagli Scavi di Pompei, un progetto per dare nuova luce al patrimonio artistico e culturale italiano.

di Angela Casale,
Comitato di Redazione Quale Impresa
[@CasAng83](https://twitter.com/CasAng83)

“**I**ndustria, cultura, creatività: laboratorio Campania”. È il titolo del convegno organizzato il 30 aprile nell'Auditorium della città antica di Pompei, iniziativa che fa parte dell'evento congiunto GI Confindustria Campania e Giovani Ance Campania “ImpresArte”, cui hanno partecipato oltre 300 imprenditori under40. “Siamo in tanti, da oggi ambasciatori nel mondo di questo patrimonio ineguagliabile, immenso e per questo invidiato da tutti gli imprenditori internazionali che ci criticano perché non siamo capaci di valorizzarlo”, ha affermato Marco Gay, Presidente GI Confindustria. “L'Italia possiede 51 siti Unesco. Dobbiamo passare dall'invidia che tutto il mondo esprime, all'ammirazione per la gestione che oggi non ci pone ai primi posti”. Gli fa eco Nunzia Petrosino, Presidente GI Confindustria Campania: Il 2015 è stato caratterizzato da numeri molto positivi per il turismo e il 2016 è cominciato ancora meglio, soprattutto per la



Campania. Ma c'è ancora molto da fare. Le bellezze del nostro territorio, infatti, troppo spesso non sono valorizzate come dovrebbero. L'offerta turistica può e deve essere potenziata e incrementata e in questo gli imprenditori, soprattutto gli under40, possono offrire un concreto contributo. Si può fare tutelando e valorizzando le materie prime di cui siamo ricchi, i beni culturali, e investendo in ricerca e innovazione". Per Susanna Moccia, Presidente GI Unione degli Industriali di Napoli, "i giacimenti culturali rappresentano uno straordinario volano di sviluppo. Le regioni del Mezzogiorno racchiudono un tesoro prezioso, spesso non valorizzato adeguatamente. La strada per invertire la rotta passa per l'innovazione".

Articolato il programma dei lavori. Dopo i saluti istituzionali di Nunzia Petrosino e di Angela Verde, Presidente GI Ance Campania, sul palco ha portato la sua testimonianza Antimo Cesaro, Sottosegretario di Stato al Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo. Tre le tavole rotonde organizzate. La prima, "Patrimonio Impresa: dal passato costruiamo il futuro", ha visto la partecipazione di Mauro Felicori, Direttore Reggia di Caserta, Ennio Rubino, Presidente Distretto Tecnologico per l'Edilizia Sostenibile-Stress Scarl e Antonio Giustino, Presidente Giovani ACEN. È seguita la tavola rotonda "Palestra di giovani leader:

beni culturali e nuove prospettive di sviluppo industriale", aperta da Susanna Moccia, Presidente GI Unione degli Industriali di Napoli, ha visto la partecipazione di Luca Ponzio, Presidente Haltadefinizione, Andrea Lacalamita, Homepal, e Armando Di Nardo, Docente Seconda Università di Napoli Co-Founder HUB Spa. L'ultima tavola, "Industria, arte e cultura: nuove prospettive per uno sviluppo economico sostenibile", ha visto confrontarsi Amedeo Lepore, Assessore alle Attività produttive della Regione Campania, Edoardo Imperiale, Direttore dell'Area Innovazione di Sviluppo Campania e Mario Casillo, Delegato per la Regione Campania del Grande Progetto Pompei. Decisivi gli interventi di Roberta Vitale, Presidente Giovani ANCE e Marco Gay.

"Bisogna rendere redditizi questi luoghi - conclude Gay - assicurare royalties a chi investe, organizzando e aprendo questo mondo alle convention, a chi viene dall'estero. Occorre pensare ai 5 milioni di visitatori come potenziali consumatori, chi non sarebbe pronto allora a investire qui, creando indotto? Ma per carità, serve una politica istituzionale mirata alla riqualificazione delle strutture ricettive e dei trasporti secondo gli standard europei, dai quali, al momento siamo molto distanti".



Il Presidente di Confindustria Vincenzo Boccia



Il Presidente GI Marco Gay
e la Presidente Ance Giovani Roberta Vitale

Fiore all'occhiello del Convegno è stata la presentazione di Mauro Panebianco, Partner Price Waterhouse Coopers, dello Studio "Il patrimonio culturale italiano: quale valore e quale prospettiva". Il contributo economico del turismo, secondo lo studio, in Italia è pari a 185 miliardi, con un'incidenza del 13% sul PIL che posiziona l'Italia tra i primi Paesi sviluppati nel mondo. Il complesso di musei, monumenti e siti archeologici italiani ammonta a 4.588 beni. Dall'analisi emerge la capacità di alcune regioni di valorizzare meglio i propri siti culturali, mentre numerose altre - nonostante l'elevato numero di siti - registrano arrivi più contenuti. Anche l'analisi dei servizi aggiuntivi rispetto alla biglietteria mostra un potenziale non colto: un visitatore su quattro usufruisce dell'offerta aggiuntiva di bookshop, ristorazione e visite guidate, i cui ricavi complessivi ammontano a 49 milioni di euro, di cui 20 milioni (il 40% del totale) da bookshop. Tra le regioni con maggiore potenziale inespresso c'è la Campania che, a fronte di 214 siti di cui 11 UNESCO, attira solo 4,6 milioni di visitatori, il 42% proveniente dall'estero. Tra le mete più importanti della regione, spiccano la Reggia di Caserta e gli scavi di Pompei, entrambi patrimonio dell'Unesco dal 1997. La Reggia di Caserta ha registrato nel 2015 circa 500mila visitatori e presenta un importante potenziale di crescita dei ricavi da biglietteria (con solo il 50% di visitatori paganti) e da servizi aggiuntivi, in calo dal 2008. Gli Scavi di Pompei hanno raggiunto circa 3 milioni di visitatori, con una significativa incidenza dei visitatori paganti (75% dei totali) ma con un limitato sviluppo dei servizi aggiuntivi.

Lo studio identifica sette leve per una migliore valorizzazione del patrimonio artistico e culturale italiano e campano:

- ▶ Allineamento agli standard europei in termini di strutture ricettive, servizi e trasporti dedicati ad accogliere il crescente numero di arrivi di turisti internazionali;
- ▶ Valorizzazione dei servizi aggiuntivi attraverso il completamento della gamma di servizi offerti e aumento della spesa media e dell'indice di penetrazione dei servizi aggiuntivi;
- ▶ Istituzione di un modello organizzativo gestionale pubblico/privato efficiente ed efficace;
- ▶ Creazione di un sistema di logistica e comunicazione che presenti i due siti in modo sinergico e li renda fruibili in modo integrato;
- ▶ Azioni di marketing strategico e promozione attraverso l'utilizzo di canali digitali e dei social network per raggiungere una più vasta tipologia di clientela;
- ▶ Organizzazione di eventi, sponsorship e co-branding grazie alla collaborazione con il settore Privato;
- ▶ Miglioramento del tasso di utilizzazione degli esercizi alberghieri in modo di allinearsi ai tassi internazionali.