

TURISMO D'ARTE IN AREA URBANA

UNA PROPOSTA DI INDICATORI



TURISMO D'ARTE IN AREA URBANA UNA PROPOSTA DI INDICATORI

ISBN 978-88-458-2032-8

© 2020

Istituto nazionale di statistica
Via Cesare Balbo, 16 - Roma



Salvo diversa indicazione, tutti i contenuti pubblicati sono soggetti alla licenza Creative Commons - Attribuzione - versione 3.0. <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/it/>

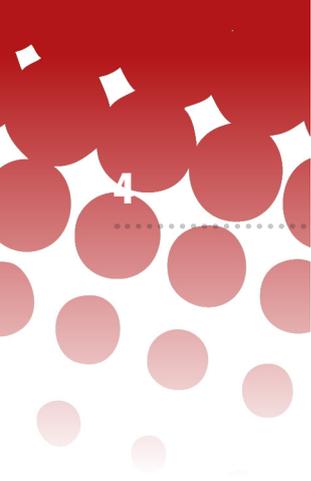
È dunque possibile riprodurre, distribuire, trasmettere e adattare liberamente dati e analisi dell'Istituto nazionale di statistica, anche a scopi commerciali, a condizione che venga citata la fonte.

Immagini, loghi (compreso il logo dell'Istat), marchi registrati e altri contenuti di proprietà di terzi appartengono ai rispettivi proprietari e non possono essere riprodotti senza il loro consenso.



INDICE

	Pag.
Introduzione	5
1. La vocazione artistica delle città italiane	9
1.1 Il contesto	9
1.2 Aspetti definitivi	10
1.3 La metodologia per la selezione di un panel di città a vocazione artistica	11
2. I flussi di turismo in un panel di città a vocazione artistica	15
2.1 La capacità ricettiva	15
2.2 Il movimento dei clienti negli esercizi ricettivi	17
2.3 Indicatori di turisticità	19
3. Offerta artistica e culturale nelle città	25
3.1 L'Indagine Istat sui musei e gli istituti similari	25
3.2 Servizi offerti al pubblico e qualità di fruizione dei musei e istituti similari	27
3.3 Luoghi della cultura e strutture statali: le statistiche del MiBACT	30
4. Ricognizione della spesa di turisti stranieri in Italia	37
4.1 La spesa per i luoghi della cultura	37
4.2 La spesa media pro-capite degli stranieri nelle città d'arte	39
5. Motivazioni dei viaggi e delle vacanze	43
5.1 Viaggi e vacanze	43
5.2 La scelta della tipologia di viaggio e di vacanza: stagionalità e mete	44
5.3 Stagionalità delle mete culturali	46
5.4 Nuove tecnologie di rilevazione degli spostamenti turistici. I Big Data	48
5.5 Tecniche di web scraping applicati ai dati del turismo	49
6. Competitività e indicatori di performance del turismo culturale e creativo	51
6.1 Le imprese del settore culturale e creativo	51
6.2 Indicatori di performance del turismo d'arte	55
6.3 L'indicatore composito di performance del turismo d'arte	64
6.4 Panel selezionato di comuni a prevalenza di turismo d'arte ed Ecoregioni	66
6.5 Indicatore composito di performance del panel di comuni a prevalenza di turismo d'arte: alcuni risultati	70



▶ Punti di forza e di debolezza della definizione del panel di comuni osservati	Pag. 75
Conclusioni	77
Appendice	79
Glossario	89
Riferimenti bibliografici	99

INTRODUZIONE¹

Le città sono da sempre al centro delle analisi di storici, economisti, urbanisti e statistici. Questi ultimi sono impegnati nel riconoscere le dimensioni da misurare per identificare le funzioni, il cambiamento, la centralità, per quanto nel tempo si siano succedute ed alternate analisi focalizzate sulla deurbanizzazione e sul ri-accentramento di funzioni in alcune grandi aree urbane.

Molte città italiane da decenni stanno vivendo le ripercussioni tipiche delle *shrinking cities*², con un restringimento della popolazione che lascia ampi spazi edificati vuoti, da mantenere e dei quali riprogettare le funzioni. Sono altresì in atto fenomeni di *gentrification*³, cioè di sostituzione di abitanti dei centri storici, costituiti prevalentemente in passato da classi operaie, con nuovi abitanti facoltosi che innalzano i livelli della rendita degli edifici rendendo eccessivamente elevati i costi di compravendita e affitto. Entrambi i fenomeni evocati (*shrinking cities* e *gentrification*) si sono interconnessi nell'ultimo decennio ed hanno determinato una profonda trasformazione dei centri storici delle città medio-grandi grazie all'attrattività di una forma specifica di turismo richiamato dalla fruizione di opere d'arte. Si tratta di un fenomeno diffuso ma polarizzato che riguarda città di varia dimensione demografica che sono riuscite a posizionarsi all'interno di un vero e proprio mercato di attrazione artistica.

In generale, la definizione di città attrattiva non può limitarsi al conteggio della popolazione residente e bisogna prendere in considerazione anche gli addetti alle attività economiche insediate nelle aree urbane e gli studenti. La statistica ufficiale ha fatto molti passi avanti in questa direzione e la presenza di studenti e lavoratori è misurata attraverso la quantificazione della mobilità giornaliera, cioè degli spostamenti abituali per raggiungere il luogo di studio e di lavoro. Il loro numero viene conteggiato all'interno dell'aggregato della "popolazione insistente in un territorio".

Questo nuovo aggregato, tuttavia, trascura una componente rilevante di persone presenti in una città, ovvero gli individui che sono attratti dalle bellezze artistiche, culturali e paesaggistiche e che utilizzano la città con tempistiche di permanenza che vanno da poche ore a settimane o mesi. Tenuto conto di queste tipologie di relazioni, è evidente che risulta molto complesso stabilire e conteggiare con sufficiente approssimazione l'insieme di quelli che vengono definiti nel loro complesso come *city users* cioè le persone che a vario titolo vivono la città e i servizi che la città offre. Peraltro, in tale aggregato andrebbero considerati anche professionisti, ricercatori e artisti che vivono in più città e suddividono non solo la loro vita privata ma anche il loro apporto economico tra più città talvolta in continenti diversi.

1 Il volume è frutto della collaborazione di: Angela Maria Digrandi, Lucia Mongelli, Beniamino Barile, Roberto A. Palumbo, Edoardo Patruno, Anna Simona Vignes. Giuliana Accolletti ha curato l'editing. L'introduzione e le conclusioni sono state curate da Angela Maria Digrandi.

2 "Città demograficamente in contrazione, spesso in favore dei sobborghi esterni ai confini municipali, talvolta in assoluto, e con conseguenze spesso gravi sulla gestione dei sistemi infrastrutturali." (definizione di *shrinking city* dal Lessico del XXI secolo di Treccani).

3 "Processo afferente la sociologia urbana, che può comprendere la riqualificazione e il mutamento fisico e della composizione sociale di aree urbane marginali, con conseguenze spesso non egualitarie sul piano socio-economico. Termine coniato nel 1964 dalla sociologa inglese Ruth Glass e derivante dal vocabolo "*gentry*", ovvero la piccola nobiltà anglosassone." (definizione di *gentrification* dal Lessico del XXI secolo di Treccani).



Analizzando in maniera specifica le città artisticamente attrattive, esse richiamano la presenza sia di visitatori sia di turisti, due ruoli che molto spesso si sovrappongono. Allo stato attuale non è possibile ottenere un conteggio esatto di quante persone in un luogo siano contemporaneamente turisti e visitatori di beni artistici. Turisti e visitatori che sono, peraltro, anche passeggeri di mezzi di trasporto, acquirenti di servizi di ristorazione, di visite organizzate, di libri, di souvenir e di produzioni del made in Italy in generale. Gli indicatori statistici misurano separatamente queste funzioni ma quanto più numerose esse sono, quanto più sono prolungate o ripetute nel tempo, tanto più ampio è l'indotto generato dall'arte.

La descrizione presentata nel primo capitolo definisce il percorso metodologico di classificazione e di analisi, che è strettamente connesso agli obiettivi di ricerca perseguiti. L'ottica è quella di operazionalizzare – ovvero di descrivere in termini misurabili e osservabili – le dimensioni del tema affrontato dal punto di vista concettuale e definitorio ed è strumentale alla successiva fase di attribuzione di misure e alla costruzione di indicatori. Lo studio ha come obiettivo anche quello di far emergere l'indotto dell'industria creativa e culturale quale componente di rilievo dell'economia turistica urbana.

Si tratta di un esercizio statistico, uno tra i molti possibili, che propone una metodologia per enucleare il potenziale delle città a vocazione artistica e superare classificazioni non basate su misure quantitative ma su auto-catalogazioni da parte di istituzioni e associazioni. Per misurare l'impatto del turismo d'arte nelle aree urbane si utilizzerà la misura congiunta del numero di visitatori e di turisti per mettere a fuoco quanto la presenza all'interno di una città di monumenti, musei, attrazioni artistiche di elevata qualità, sia in grado di generare flussi di visitatori e turisti, nonché attività economiche connesse, in quantità tali da far crescere l'economia complessiva della città.

Il ruolo giocato dal contesto territoriale di reti e relazioni economiche è uno dei risultati di analisi che il metodo adottato presenta, seppur con notevoli elementi di approssimazione, eppure con sufficiente evidenza descrittiva attraverso la presentazione di cartografie tematiche (capitolo 6).

L'approccio di questo studio analizza la città a vocazione artistica come un ambiente urbano in cui la storia artistica e il patrimonio d'arte offerto presentano un dinamismo tale da essere in grado di rimodellare continuamente la sua dimensione culturale, valorizzando e producendo opere d'arte, sistemi di servizi per la conoscenza e la fruizione dell'arte anche integrando installazioni artistiche contemporanee e realizzando eventi⁴. La capacità di riprodurre forme di arte, in questo studio non potrà essere misurata in maniera diretta, bensì unicamente attraverso il contesto economico che la città è in grado di sviluppare intorno all'offerta di beni artistici. La cura dei beni artistici, le manifestazioni promosse da istituzioni pubbliche e private (tra le tantissime si pensi al "Maggio dei monumenti" di Napoli e ai "Rolli Days" di Genova) e nuove politiche manageriali di promozione dell'offerta di musei, gallerie e aree archeologiche urbane si sono trovate in alleanza cooperativa con le recenti strategie dei trasporti aerei e con i nuovi modelli di preferenza per l'ospitalità turistica. Misurarne l'impatto a livello micro-territoriale risulta attualmente non realizzabile ma

4 Produzione d'arte sono anche il restauro, la realizzazione di mostre che raggruppano opere presenti in vari musei, le installazioni multimediali, la contaminazione tra forme artistiche diverse quali opere teatrali e concerti nei teatri greco romani, le nuove opere d'arte che risentono della tradizione artistica: così ad esempio, Gaudì a Barcellona riprende in forma innovativa l'esperienza artistica della Cattedrale di Barcellona, Andy Warhol riprende il landscape del Vesuvio (tema frequente nella pittura settecentesca, ma anche nella pittura romana-pompeiana) e ne fa dono al Museo di Capodimonte di Napoli. Forme di architettura innovativa che realizza connessioni tra architetture preesistenti (es. Ponte della Costituzione di Santiago Calatrava sul Canal Grande a Venezia, realizzato tra il 2002 e il 2008).

ulteriori integrazioni tra dati statistici da indagare, dati amministrativi e Big Data riusciranno a costruire quadri conoscitivi maggiormente idonei.

Città ad attrazione artistica è intesa in questo lavoro come un'area urbana caratterizzata da elevata concentrazione spaziale di popolazione (numerosità della popolazione che vi dimora) contraddistinta contemporaneamente da un consistente numero di abitanti e di specializzazioni funzionali (economiche e sociali) degli abitanti e dei *city users* quali utilizzatori intensivi dei servizi della città e pertanto non semplici utilizzatori occasionali. In tali città si presuppone che siano diffusi i servizi dell'indotto turistico (esercizi ricettivi, ristoranti, bar, servizi di prenotazioni alberghiere), servizi artistici e culturali, nonché prodotti dell'industria culturale e creativa. Naturalmente a questi prodotti e servizi accedono residenti, *city users* abituali e visitatori e turisti per quote di fruizione non facilmente definibili.

Nello specifico, per configurare una città ad attrazione artistica è necessario che la presenza dei turisti all'interno dell'area urbana sia orientata in prevalenza a fruire di beni artistici o archeologici e a vivere un'esperienza ad alta valenza culturale. La città è, pertanto, ai fini dell'analisi che si sta conducendo, l'area morfologica di continuità urbana che deve contenere all'interno del suo centro abitato la maggior parte degli attrattori artistici e culturali che consentono di definirla città a vocazione artistica e contemporaneamente meta turistica. Pertanto, se i principali attrattori artistici di un comune, pur essendo contenuti all'interno dei confini del territorio comunale, non sono collocati all'interno del centro abitato, è probabile che si generi un elevato numero di visitatori di beni artistici ma non necessariamente di turisti.

In questo studio, al fine di identificare un panel di città da sottoporre ad analisi, si è deciso di adottare il criterio di includere i comuni che hanno all'interno del loro centro urbano beni artistici che attirano un elevato numero di turisti. Il presupposto è che se una città offre un'esperienza di fruizione di arte ad un numero elevato di visitatori può generare anche un consistente numero di turisti, che arrivino e pernottino⁵, motivati dalla concentrazione di beni artistici e dal paesaggio urbano in cui i beni sono collocati.

La città artisticamente attrattiva, per essere riconosciuta come tale, deve aver valorizzato le sue potenzialità sia come insieme di strutture culturali da aprire all'utenza del territorio (la città stessa, i comuni della cintura, altri poli artistici in rete corta) ma anche quale attrattore turistico in grado di offrire ospitalità ai fruitori di arte e di bellezza generati dalla sua storia, spesso con sovrapposizioni di strati culturali che ne aumentano la pregnanza esperienziale. Tale città deve avere consapevolezza di sé in termini di risorse da attivare e deve stimolare forme di produzione di beni e servizi per i fruitori della cultura e un incremento di forme di arte e di esperienze culturali, intese nella più ampia accezione, in quanto non tutti i potenziali turisti sono attratti dalle medesime forme di arte.

Le città che soddisfano i criteri enunciati sono veri e propri manuali di storia dell'arte a cielo aperto e sunti di esperienze politiche e religiose ma anche di conflitti e alleanze tra popoli o tra quartieri. Piccoli o grandi laboratori di esperienze culturali a "immersione".

Naturalmente il concetto intrinseco di arte può solo essere sfiorato in questa analisi in quanto con la specificazione "d'arte" si fa riferimento alla concretizzazione di forme di cultura che afferiscono alla vita degli abitanti che si sono succeduti nella città e a forme e modellazione di oggetti e manufatti che vi sono stati prodotti.

⁵ Cicerchia, A. 2009. *Risorse culturali e turismo sostenibile, elementi di pianificazione*. Cfr. anche Istat, *Rapporto Annuale. La situazione del Paese*. Anni 2015 e 2018.

Il problema che si è dovuto affrontare è stato quello di rappresentare le tre sfere di analisi (turismo, arte e contesto urbano) nelle loro specifiche concretezze di realizzazione, e questo è apparso fin da subito un obiettivo molto complicato da perseguire. Per tale motivo ci si è lasciati guidare, nel misurare le caratteristiche di un panel significativo di città a vocazione artistica, dall'enucleazione quantitativa dei principali indicatori statistici diffusi nella letteratura specialistica più recente. Tali indicatori, selezionati tra i molti calcolabili, sono stati utilizzati, nel dispiegarsi nelle successive analisi, per definire la robustezza di tali città quali attrattori artistici, nonché per delineare le potenzialità da alimentare attraverso un approccio analitico strutturato fondato sull'analisi quantitativa applicata a dati statistici ufficiali. Ci si aspetta di enucleare vocazioni, potenzialità e criticità e di indagare se gli indicatori riescano a descrivere il mercato urbano del turismo d'arte, inteso come una forma specifica, ma non di nicchia, in grado di espandersi soprattutto se riesce ad essere connesso allo sviluppo di reti tra musei e siti archeologici e culturali⁶ e all'economia complessiva della città e dell'area vasta. Infatti, sono numerose le esperienze che testimoniano come le reti tra musei, ma anche tra aree archeologiche, tra i luoghi culturalmente significanti di una o più città contigue aiutino la fruizione artistica in sé e orientino imprese, cittadini e istituzioni verso forme di turismo più in profondità e una fruizione dei beni artistici che sviluppi la sfera dell'esperienza olistica del luogo-città.

Questo approccio, verso un turismo più lento, si traduce anche in un aumento della permanenza media ovvero del numero di notti trascorse in una città artisticamente attrattiva. In tali città, l'indicatore statistico di durata della permanenza è una dimensione idonea a misurare sia l'attrattività di un bene artistico e di una città ma soprattutto il rapporto più intenso instaurato con il territorio visitato. Peraltro, l'interazione prolungata con la popolazione residente può rendere meno stressante per la vita urbana convivere con forme di turismo che superano spesso i limiti di pressione turistica, misurati da indicatori specifici, che saranno illustrati in dettaglio nel corso dell'analisi presentata.

⁶ Bianca Bronzino, Livio Chiarullo, Marcella De Filippo. Le politiche di rete per la competizione turistica, 2017; Rapporto sul Turismo italiano, IRIS CNR 2019. Regione Umbria, Sistema museale dell'Umbria, www.umbriacultura.it.

1. LA VOCAZIONE ARTISTICA DELLE CITTÀ ITALIANE¹

1.1 Il contesto

La valorizzazione del patrimonio culturale delle città rappresenta un fattore determinante per l'economia urbana, se non, in molti casi, addirittura l'unico rilevante. Molti centri storici costituiscono non solo il contenitore di espressioni artistiche rilevanti, ma sono esse stesse delle opere d'arte, spesso musei a cielo aperto, e rappresentano mete tra le più ambite del turismo culturale mondiale; in quanto tali, sono anche un obiettivo ideale per un turismo attivo in tutto il corso dell'anno.

Questa evidenza trova conferma anche da parte dell'Unesco che riconosce all'Italia il maggior numero di luoghi identificati come Patrimonio mondiale dell'umanità, con 55 siti, 50 culturali e 5 naturali², su un totale di 1.082 siti mondiali (somma di 869 culturali e 213 naturali).

L'Unesco, nel dichiarare un sito come patrimonio culturale dell'umanità, accerta la presenza di almeno un criterio all'interno di *Criteri culturali* - cioè quei criteri in cui sono coinvolti l'uomo, le sue opere (artistiche architettoniche ecc.) e l'interazione uomo-ambiente - e di *Criteri naturali*, che coinvolgono esclusivamente la natura (es. fenomeni naturali). In particolare, i criteri culturali sono: "rappresentare un capolavoro del genio creativo umano", "testimoniare un cambiamento considerevole culturale in un dato periodo sia in campo archeologico sia architettonico sia della tecnologia, artistico o paesaggistico", "apportare una testimonianza unica o eccezionale su una tradizione culturale o della civiltà", "offrire un esempio eminente di un tipo di costruzione architettonica o del paesaggio o tecnologico illustrante uno dei periodi della storia umana", "essere un esempio eminente dell'interazione umana con l'ambiente", "essere direttamente associato a avvenimenti legati a idee, credenze o opere artistiche e letterarie aventi un significato universale eccezionale (possibilmente in associazione ad altri punti)". Il legislatore nazionale ha da qualche tempo proceduto ad attivare iniziative di *governance* senza, peraltro, fornire una definizione di riferimento da utilizzare come criterio classificatorio. In particolare, si ricordano il D. Lgs. 114/1998 (c.d. "Decreto Bersani") sulla liberalizzazione dell'orario di apertura e chiusura degli esercizi commerciali e il D. Lgs. 23/2011 sulle disposizioni in materia di federalismo fiscale municipale, nel quale è stato previsto che l'imposta di soggiorno possa essere applicata solo nei comuni iscritti negli appositi elenchi istituiti dalle Regioni. Solo alcune amministrazioni regionali hanno recepito l'importanza nel definire e legiferare sulla caratterizzazione artistica delle città ricorrendo ad espressioni quali "comune con economia prevalentemente turistica e/o ad alta densità turistica"; si tratta di Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Lazio, Lombardia, Piemonte, Puglia e Veneto³.

1 Il capitolo è stato curato da Lucia Mongelli (par.1.1) e Angela Maria Digrandi (parr. 1.2 e 1.3).

2 Unesco World Heritage List, whc.unesco.org/en/list. Il dato è aggiornato al 7/07/2019.

3 Leg. Reg. Puglia n.11/2003, art. 2, 1° comma, lett. D) Definizione di comune ad economia prevalentemente turistica e città d'arte. E il successivo Regolamento Reg. Puglia n.11/2004. Leg. Reg. Calabria n. 17/1999, art. 15 commi 1°-5°. Leg. Reg. Campania n.1/2000, art. 19. Leg. Reg. Emilia-Romagna n. 14/1999, art.16. Regione Lombardia, Delib. Giunta Reg. 21 maggio 2018, n. XI/145. Leg. Reg. Piemonte n.28/1999, art. 2. Leg. Reg. Veneto n.62/1999, art.1 e art.3. Leg. Reg. Lazio n.114/1998 art.12.



Come ha sottolineato il Consiglio Superiore dei Beni culturali e paesaggistici del Ministero per i beni e le attività culturali (MiBACT) “Il policentrismo, la pervasività, la diffusione del patrimonio culturale è una delle peculiarità italiane. Non c'è città, non c'è piccolo borgo, non c'è località che non conservi tracce storiche, monumenti, tradizioni, peculiarità paesaggistiche di grande pregio e interesse⁴”.

L'Unesco aggiunge ulteriori criteri per individuare le città a vocazione artistica, e cioè la significatività, quantitativa e qualitativa, delle opere d'arte e dei beni di interesse storico culturale presenti nella città e i flussi turistici culturali generati da tale concentrazione.

1.2 Aspetti definatori

Trovandosi di fronte alla problematica della definizione delle dimensioni da utilizzare per circoscrivere le città da includere in un panel sperimentale da analizzare, si è deciso di focalizzare l'attenzione su alcune esplicitazioni che saranno utili per la comprensione dell'approccio di analisi elaborato nell'intento di misurare le interrelazioni tra fruizione di beni artistici collocati all'interno delle città e attrattività turistica.

Le definizioni terminologiche e concettuali che seguono sono utili per comprendere la proposta metodologica adottata.

Turismo: conoscenza ed esperienza attraverso il movimento da un luogo abituale verso altri meno noti (verso i quali si nutrono aspettative che motivano il viaggio) o del tutto sconosciuti (da cui ci si aspetta un'emozione insospettata) impattante sulle competenze personali e/o relazionali e sulle componenti immateriali della personalità. Attribuendo al concetto di turismo le caratteristiche di un processo di cambiamento nel turista e di multifocalità delle esperienze che vive, venendo a contatto con una realtà a lui lontana e non quotidianamente ripetibile, il concetto di turismo si associa all'entrare in contatto sia con l'attrattore artistico sia con prodotti e persone. Implica che nel turista si generi una capacità di sguardo lungo e di comprensione che sono connessi al processo del viaggio che copre distanze tali da rendere opportuno/necessario trascorrere almeno una notte nel luogo oggetto del viaggio. L'esperienza può naturalmente essere vissuta in un viaggio di una sola giornata ed è altresì vero che nel corso di una escursione può coagularsi un insieme di emozioni e di crescita esperienziale che viaggi lunghi non riescono a costruire. Questo aspetto costituisce un limite sul quale bisognerà confrontarsi più volte nel corso di questo lavoro anche tenendo conto che l'attrattore artistico all'interno delle città artisticamente attrattive è tale sia per coloro che vi risiedono ma anche per gli abitanti di aree territoriali sufficientemente vicine da consentire una fruizione abituale dei beni artistici non dissimile da quella offerta ai cittadini residenti.

Città: sono i luoghi in cui maggiormente l'uomo ha esplicitato la sua innata capacità di trasformare la natura. L'allocazione fisica di questa esperienza e il convergere verso questi luoghi/esperienze/opportunità di grandi quantità di persone, per un numero di anni esteso e con un percorso direzionale stabile geograficamente, ne fanno oggi luoghi sempre meno circoscritti e identificabili ma per i quali valgono ancora gli elementi fondativi della convivenza urbana: la multiculturalità e l'interazione, volti a costruire l'identità. L'autodeterminazione dell'uomo

4 Mozione approvata in occasione del convegno “Città d'Arte 3.0”, Mantova, 11-12 novembre 2016; https://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Eventi/visualizza_asset.html_1261215051.html

1. La vocazione artistica delle città italiane

Faber, che realizza quanto progetta nella sua mente, insieme ad altri in attività sociali, talvolta con maggiore indipendenza al punto da potersi definire la sua azione come attività creativa, determina prodotti caratterizzanti un'epoca, un luogo, un approccio religioso. Ma nello spazio urbano convivono persone, bisogni e culture sempre più mutevoli e soprattutto mobili verso le aree di un intorno che non è più l'anello esterno della città ma sono i luoghi del lavoro o i luoghi dell'abitare. Questo ha creato un ampliamento del concetto di città che nei casi di maggior addensamento di persone, servizi e relazioni ha dato vita alle città metropolitane e, a livello generalizzato per l'intero territorio italiano, a sistemi aggregativi funzionali e non solo amministrativi, quali i sistemi locali del lavoro (cfr. Istat⁵). Ma anche seguendo i criteri definiti da tali classificazioni istituzionali (città metropolitane) o funzionali (Sistemi locali del lavoro), rimane evidente il ruolo del luogo catalizzatore: la città attrattiva. Peraltro, risulta sempre più difficile definirne fisicamente i confini in quanto le relazioni tra persone, istituzioni pubbliche, luoghi di lavoro, si stanno sempre più configurando in termini di relazioni immateriali, rendendo più complesse le definizioni dei luoghi-città. Eppure non si può negare che coesistano scala immateriale e scala materiale per cui le città fisicamente sono materia ancora esistente.

Arte: nel leggere i prodotti artistici si deve comprendere la loro logica di costruzione e i codici estetici utilizzati che devono essere decifrati anche attraverso le condizioni materiali e sociali della loro produzione (tecniche di costruzione, di trasporto di materiali, di fabbricazione di utensili per la lavorazione, modalità di reclutamento e retribuzione di assistenti e operai ecc.). Questo vuol dire che le forme concrete della produzione artistica (materiali e ideologiche nel contempo) esercitano una parte attiva nella realizzazione dell'opera d'arte⁶. Peraltro, molto spesso le espressioni artistiche sono compenstrate tra di loro e forme di arte architettonica, pittorica, scultorea, letteraria e musicale convivono nello stesso ambiente culturale influenzandosi a vicenda.

1.3 La metodologia per la selezione di un panel di città a vocazione artistica

In termini di criteri di inclusione nel panel di comuni da analizzare, si è fatto riferimento in primo luogo ai comuni ad elevato grado di urbanizzazione quali i comuni capoluogo di provincia italiani, selezionando quelli che soddisfacessero ad alcune condizioni. In particolare, per i capoluoghi di provincia sono stati inclusi nel panel di analisi:

1. I comuni capoluogo di provincia con almeno un museo all'interno del "centro abitato" nel quale sono stati rilevati, nell'ultima rilevazione Istat Indagine sui Musei e le istituzioni similari, più di 100 mila visitatori.
2. I comuni capoluogo di provincia sedi di siti Unesco localizzati all'interno del "centro abitato"⁷.

5 Istat, Sistemi locali del lavoro <https://www.istat.it/it/archivio/142676>

6 Iain Chambers: "I codici, come le idee, non piovono dal cielo, ma nascono all'interno delle pratiche materiali di produzione". In Chambers, I. 1974. Roland Barthes: Structuralism/semiotics. *Working Papers in Cultural Studies*, Volume 6: 49-69.

7 Centro abitato: aggregato di case contigue o vicine con interposte strade, piazze e simili, o comunque brevi soluzioni di continuità per la cui determinazione si assume un valore variabile intorno ai 70 metri, caratterizzato dall'esistenza di servizi od esercizi pubblici (scuola, ufficio pubblico, farmacia, negozio o simili) costituenti la condizione di una forma autonoma di vita sociale, e generalmente determinanti un luogo di raccolta ove sono soliti concorrere anche gli abitanti dei luoghi vicini per ragioni di culto, istruzione, affari, approvvigionamento e simili, in modo da manifestare l'esistenza di una forma di vita sociale coordinata dal centro stesso. I luoghi di convegno turistico, i gruppi di villini, alberghi e simili destinati alla villeggiatura, abitati stagionalmente, sono considerati centri abitati temporanei, purché nel periodo dell'attività stagionale presentino i requisiti del centro.



Data la mancanza di definizioni univoche e di soglie quantitative dell'aggregato urbano "città", l'analisi è stata estesa ad alcuni comuni non capoluogo, con le seguenti caratteristiche:

3. I comuni sedi di siti Unesco localizzati nel "centro abitato" con più di 100 mila visitatori totali, rilevati nell'ultima rilevazione Istat Indagine sui Musei e le istituzioni similari.

Infine, sono stati inseriti i comuni con le seguenti caratteristiche:

4. I comuni capoluogo di provincia definiti come località turistica di interesse artistico⁸;
5. I comuni non capoluogo di provincia definiti località turistica di interesse artistico⁹, con più di 100 mila visitatori totali.

I comuni dei gruppi 4 e 5 costituiscono il gruppo di controllo per verificare se l'analisi degli indicatori statistici confermano o meno l'attrattiva turistica di natura artistica che ha caratterizzato fino all'anno 2017 la pubblicazione dei dati statistici diffusi dall'Istat. Nella Tavola 1.1 si riporta il quadro sinottico dei comuni selezionati per criterio di inclusione rispetto alle classificazioni su riportate nei criteri 1-5, suddivisi in 57 comuni capoluogo di provincia e 37 comuni non capoluogo di provincia.

Tavola 1.1 - Comuni selezionati, per criteri di inclusione

COMUNI	sito Unesco	Museo urbano con + 100.000 visitatori	Località turistica codice 2 (a)	Totale dei comuni per tipologia
Capoluoghi di provincia	26	5	26	57
Altri comuni	17	9	11	37
Totale	43	14	37	94

Fonte: Elaborazione degli autori

(a) La classificazione Istat individua tali comuni con il codice identificativo 2.

I comuni individuati seguendo la scelta metodologica esplicitata sono dislocati su tutto il territorio nazionale, con una maggiore concentrazione nel Centro (27 comuni), mentre 25 comuni sono localizzati nel Nord-Est, 18 nel Nord-Ovest, 16 al Sud e 8 nelle Isole (Tavola 1.2).

Si osserva una forte concentrazione dei comuni selezionati nella ripartizione Centro. Una modesta rappresentatività quantitativa è data dai comuni dell'Italia meridionale per i quali si riscontrano le caratteristiche selezionate. Le regioni del Sud e delle Isole incidono ancora in maniera limitata, soprattutto se si tiene conto della ricchezza delle risorse presenti e delle potenzialità che l'arte e la cultura presente nei territori del Mezzogiorno possono esprimere.

Tavola 1.2 - Comuni selezionati, per ripartizione territoriale

Ripartizione territoriale	Numero Comuni
Nord-ovest	18
Nord-est	25
Centro	27
Sud	16
Isole	8
Totale	94

Elaborazione degli autori

Il cartogramma che segue mostra la distribuzione dei 94 comuni selezionati sul territorio italiano (Figura 1.1).

⁸ Secondo il codice Istat di identificazione località turistica presente nel tracciato record della rilevazione "Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi", anni 2017 e 2018. Tale classificazione non è più stata valorizzata nelle analisi ufficiali dell'Istat.

⁹ Idem all'identificazione della nota n.8.

1. La vocazione artistica delle città italiane

Figura 1.1. Distribuzione dei 94 comuni selezionati in Italia per regione



Elaborazione degli autori

2. I FLUSSI DI TURISMO IN UN PANEL DI CITTÀ A VOCAZIONE ARTISTICA¹

2.1 La capacità ricettiva

Si stima che nel 2018 ci siano state oltre 600 mila strutture ricettive attive nell'UE-27, che insieme forniscono quasi 28,3 milioni di posti letto. L'Italia è prima in Europa per numero di strutture ricettive². Più di un terzo (36,1 per cento) di tutti i posti letto nell'UE-27 sono concentrati in soli due degli Stati membri dell'UE, vale a dire Italia e Francia (5,1 milioni di posti letto ciascuno), seguiti da Spagna e Germania (3,6 e 3,5 milioni di posti letto rispettivamente). Il numero di posti letto nel complesso a disposizione dei clienti è tuttavia molto più grande di quello rilevato se si considerano anche quelli offerti dalle strutture ricettive private (case vacanze, ecc.), sulle quali non esistono dati esaustivi a causa dell'assenza di obblighi di registrazione standardizzati sull'intero territorio nazionale.

Sulla base dei dati raccolti con la rilevazione annuale dell'Istat sulla "Capacità degli esercizi ricettivi"³ nel 2018 sono state rilevate in Italia 216.141 strutture ricettive e 5.113.197 posti letto, rispetto al 2017 più 5,5 per cento di strutture ricettive e 1,5 per cento di posti letto.

Osservando nel complesso i comuni presi in considerazione in questa analisi, gli esercizi alberghieri sono 5.481 e quelli extra-alberghieri 46.651, rispettivamente il 16,7 per cento e il 25,5 per cento delle strutture disponibili, con 886.481 posti letto fruibili in totale con un aumento del 4,2 per cento rispetto al 2017 (Tavola 2.1 e Tavola 2.2).

Tavola 2.1 - Capacità delle strutture alberghiere e posti letto nei comuni esaminati. Anno 2018 (valori assoluti)

ESERCIZI ALBERGHIERI		RIPARTIZIONE TERRITORIALE					Totale
		Nord-est	Nord-ovest	Centro	Sud	Isole	
5 Stelle e 5 Stelle Lusso	Esercizi	34	35	76	23	26	194
	Letti	6.280	8.162	13.531	3.103	4.038	35.114
4 Stelle	Esercizi	336	252	581	183	144	1.496
	Letti	46.117	45.940	96.216	20.364	20.324	228.961
3 Stelle	Esercizi	605	376	848	202	121	2.152
	Letti	39.390	25.564	55.028	10.659	8.683	139.324
2 Stelle	Esercizi	176	154	416	36	24	806
	Letti	6.613	3.950	14.393	1.074	801	26.831
1 Stella	Esercizi	104	129	237	25	23	518
	Letti	2.434	2.822	5.406	547	478	11.687
Residenze Turistico Alberghiere	Esercizi	72	79	104	20	40	315
	Letti	5.791	5.886	8.451	1.410	3.457	24.995
Totale Alberghi	Esercizi	1.327	1.025	2.262	489	378	5.481
	Letti	106.625	92.324	193.025	37.157	37.781	466.912

Fonte: Istat, Capacità degli esercizi ricettivi. Anno 2018

- 1 Il capitolo è stato curato da Lucia Mongelli.
- 2 Eurostat. *Statistics Explained*, 2018. In ordine: Italia, Croazia, Spagna, Germania, Grecia, Francia, Austria, Polonia, Repubblica Ceca, Olanda.
- 3 "Capacità degli esercizi ricettivi" è una rilevazione totale Istat da fonte amministrativa in attuazione del Regolamento (UE) n. 692/2011 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 6 luglio 2011, relativo alle statistiche europee sul turismo.



Analizzando i comuni selezionati, si osserva che la maggiore capacità ricettiva, sia per l'insieme di tutte le strutture alberghiere, sia per quanto riguarda i posti letto, è prevalentemente localizzata al Centro (23.228 esercizi e 387.229 posti letto, rispettivamente più 18,0 per cento e più 4,7 per cento sul 2017), seguita dal Nord-est (19.487 esercizi e 233.673 posti letto, rispettivamente più 24,6 per cento e più 7,8 per cento sul 2017).

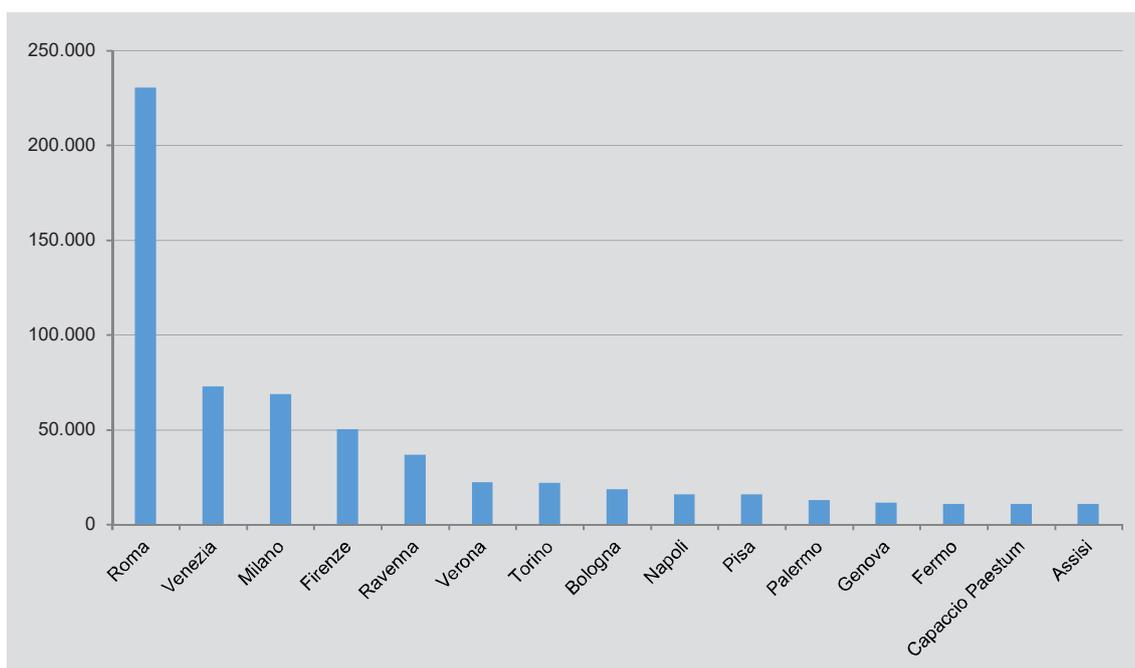
Tavola 2.2 - Capacità delle strutture extra-alberghiere e posti letto nei comuni selezionati. Anno 2018 (valori assoluti)

ESERCIZI EXTRA-ALBERGHIERI		RIPARTIZIONE TERRITORIALE					
		Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Isole	Totale
Campeggi e Villaggi turistici	Numero	46	14	51	32	10	153
	Letti	32.299	6.699	36.151	12.732	3.864	91.745
Alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale	Numero	15.498	1.704	7.873	881	586	26.542
	Letti	66.854	21.205	63.316	7.046	6.032	164.453
Agriturismi	Numero	238	126	1.015	59	33	1.471
	Letti	3.381	1.163	15.623	961	672	21.800
Ostelli per la Gioventù	Numero	33	61	73	14	11	192
	Letti	4.060	3.768	5.841	623	466	14.758
Case per ferie	Numero	171	141	515	40	20	887
	Letti	10.326	9.543	23.545	730	1.002	45.146
Bed & Breakfast	Numero	2.123	947	3.673	1.472	1.291	9.506
	Letti	9.685	4.222	16.142	8.327	7.924	46.300
Altri esercizi ricettivi	Numero	51	1	7.766	55	27	7.900
	Letti	443	22	33.586	642	674	35.367
Totale esercizi extra-alberghieri	Numero	18.160	2.994	20.966	2.553	1.978	46.651
	Letti	127.048	46.622	194.204	31.061	20.634	419.569

Fonte: Istat, Capacità degli esercizi ricettivi. Anno 2018

La città con maggiore capacità nel 2018 in termini di posti letto è Roma (con più di 230 mila posti letto), seguita da Venezia (quasi 73 mila posti letto), Milano (quasi 69 mila posti letto) e Firenze (poco più di 50 mila posti letto) (Figura 2.1).

Figura 2.1 - Graduatoria dei primi 15 comuni selezionati, per numero di posti letto. Anno 2018



Fonte: Istat, Capacità degli esercizi ricettivi. Anno 2018

2. I flussi di turismo in un panel di città a vocazione artistica

Segue la prima città non capoluogo di regione, Ravenna (quasi 37 mila posti letto), quindi Verona, Torino, Bologna, Napoli, seguite da Pisa, Palermo, Genova, Fermo, Capaccio Paestum, Assisi.

In generale, oltre alla vocazione turistica molte di queste città attirano rilevanti flussi di visitatori per altri motivi, come il turismo per affari, quello religioso, quello balneare, ecc.

Ben 74 delle città esaminate offrono nel 2018 meno di 10 mila posti letto; tra queste, anche città ben note e da sempre sorgente di richiamo culturale, quali Agrigento, Taormina, senza dimenticare la città dei Sassi, Matera, che nell'anno 2019 è stata designata a ricoprire l'ambito ruolo di Capitale europea della cultura.

2.2 Il movimento dei clienti negli esercizi ricettivi

A livello nazionale, gli arrivi complessivi di turisti italiani e stranieri nel 2018 ammontano a oltre 128 milioni, con un incremento del 4 per cento rispetto all'anno precedente mentre le presenze (ovvero il numero di notti trascorse negli esercizi ricettivi) hanno superato 428 milioni di unità (+2 per cento rispetto al 2017).

Esaminando nel complesso i comuni selezionati, si osserva che gli arrivi nel 2018 sono pari a quasi 47 milioni, aumentati rispetto al 2017 del 5,6 per cento con un'accentuazione per i turisti residenti in Italia (+5,9 per cento) rispetto ai turisti stranieri(+5,4 per cento); l'aumento è generalizzato in tutte le ripartizioni territoriali, fa eccezione un incremento considerevole per i turisti stranieri nelle regioni del Sud (+16,2 per cento) e nelle Isole (+8,4 per cento) e per i turisti italiani nel Centro Italia (+7,8) (Tavola 2.3).

Tavola 2.3 - Arrivi, presenze e permanenza media dei turisti residenti e non residenti in Italia nei comuni selezionati. Anni 2017 e 2018 (valori assoluti e variazione percentuale 2018/2017)

RESIDENTI IN ITALIA									
Ripartizione	ARRIVI			PRESENZE			PERMANENZA MEDIA		
	2017	2018	var. %	2017	2018	var. %	2017	2018	var. %
Nord-ovest	4.163.543	4.419.425	6,1	9.589.284	9.773.010	1,9	2,3	2,2	-0,09
Nord-est	4.657.627	4.875.638	4,7	11.176.242	11.568.315	3,5	2,4	2,4	-0,03
Centro	5.778.080	6.228.344	7,8	16.507.419	17.185.150	4,1	2,9	2,8	-0,10
Sud	1.866.013	1.958.092	4,9	4.291.816	4.450.098	3,7	2,3	2,3	-0,03
Isole	969.313	975.989	0,7	2.157.617	2.153.719	-0,2	2,2	2,2	-0,02
Totale	17.434.576	18.457.488	5,9	43.722.378	45.130.292	3,2	2,5	2,4	-0,06
NON RESIDENTI IN ITALIA									
Ripartizione	ARRIVI			PRESENZE			Permanenza media		
	2017	2018	var. %	2017	2018	var. %	2017	2018	var. %
Nord-ovest	5.599.059	5.617.499	0,3	12.824.799	12.835.754	0,1	2,3	2,3	-0,01
Nord-est	7.940.123	8.279.344	4,3	19.205.993	19.826.400	3,2	2,4	2,4	-0,02
Centro	10.921.699	11.721.865	7,3	30.482.807	32.560.813	6,8	2,8	2,8	-0,01
Sud	1.266.547	1.471.483	16,2	3.428.998	3.843.637	12,1	2,7	2,6	-0,10
Isole	1.083.309	1.174.592	8,4	2.968.341	3.162.337	6,5	2,7	2,7	-0,05
Totale	26.810.737	28.264.783	5,4	68.910.938	72.228.941	4,8	2,6	2,6	-0,01
TOTALE									
Ripartizione	ARRIVI			PRESENZE			Permanenza media		
	2017	2018	var. %	2017	2018	var. %	2017	2018	var. %
Nord-ovest	9.762.602	10.036.924	2,8	22.414.083	22.608.764	0,9	2,3	2,3	-0,04
Nord-est	12.597.750	13.154.982	4,4	30.382.235	31.394.715	3,3	2,4	2,4	-0,03
Centro	16.699.779	17.950.209	7,5	46.990.226	49.745.963	5,9	2,8	2,8	-0,04
Sud	3.132.560	3.429.575	9,5	7.720.814	8.293.735	7,4	2,5	2,4	-0,05
Isole	2.052.622	2.150.581	4,8	5.125.958	5.316.056	3,7	2,5	2,5	-0,03
Totale	44.245.313	46.722.271	5,6	112.633.316	117.359.233	4,2	2,5	2,5	-0,03

Fonte: Istat. Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi. Anno 2018

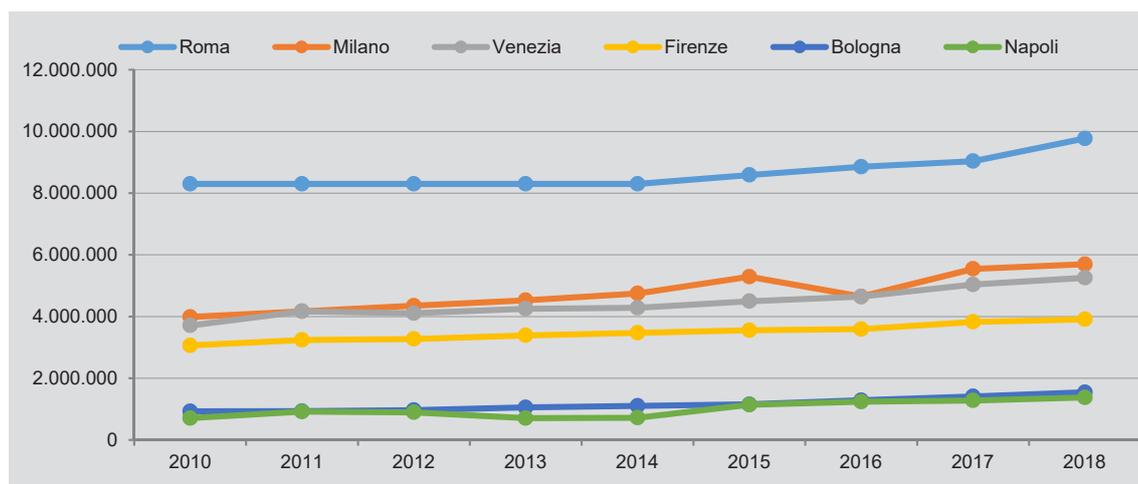


La durata media dei soggiorni, che nel 2018 varia da 2,2 a 2,8 giorni nelle diverse ripartizioni, analogamente al 2017 risente della maggior frequenza degli spostamenti e del cambiamento nelle scelte della tipologia di vacanza. Sono, infatti, cresciuti i viaggi brevi, concentrati nel fine settimana, mentre si è ridotta la durata della vacanza lunga.

Ordinando i comuni sulla base del numero di arrivi e presenze turistiche negli anni dal 2010 al 2018, sono state selezionate le prime 6 città: Roma, Milano, Firenze, Venezia, Bologna e Napoli, città da sempre riconosciute come simboli dei luoghi della cultura italiana. Questa graduatoria si conferma negli anni, come si osserva nelle Figure 2.2 e Figura 2.3 che mostrano la distribuzione degli arrivi e delle presenze dal 2010 al 2018.

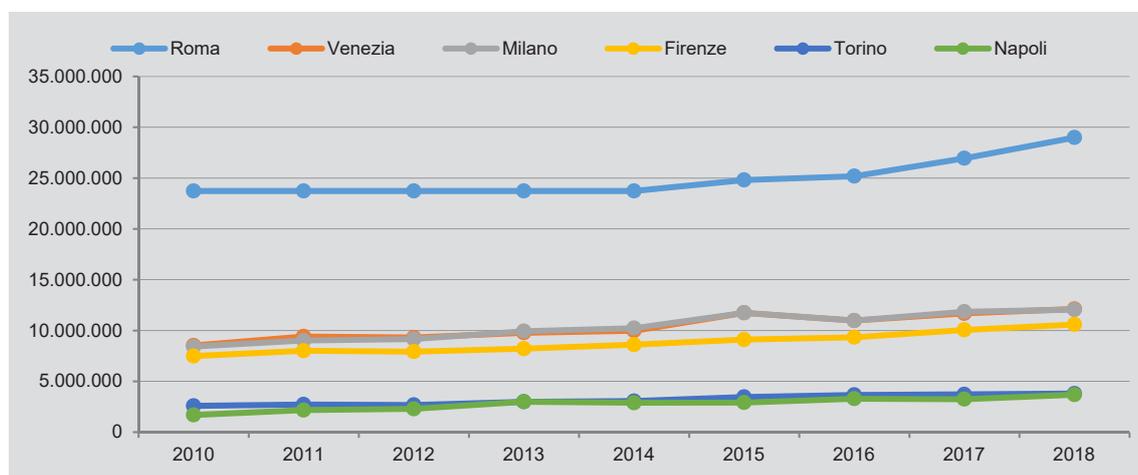
Nel 2018 al vertice della classifica con i maggiori flussi di arrivi e presenze restano Roma (quasi 10 milioni di arrivi e quasi 29 milioni di presenze), Milano (quasi 5 milioni e settecento di arrivi e quasi di 12 milioni e duecento di presenze) e Venezia (più di 5 milioni di arrivi e oltre 12 milioni di presenze); in queste 3 città si concentrano il 44,4 per cento di tutti gli arrivi e il 45,3 per cento di tutte le presenze turistiche dei comuni analizzati sul territorio italiano.

Figura 2.2 - Arrivi di turisti italiani e stranieri nei primi 6 comuni italiani selezionati. Anni 2010-2018



Fonte: Istat. Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi. Anno 2018

Figura 2.3 - Presenze di turisti italiani e stranieri nei primi 6 comuni italiani selezionati. Anni 2010-2018



Fonte: Istat. Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi. Anno 2018

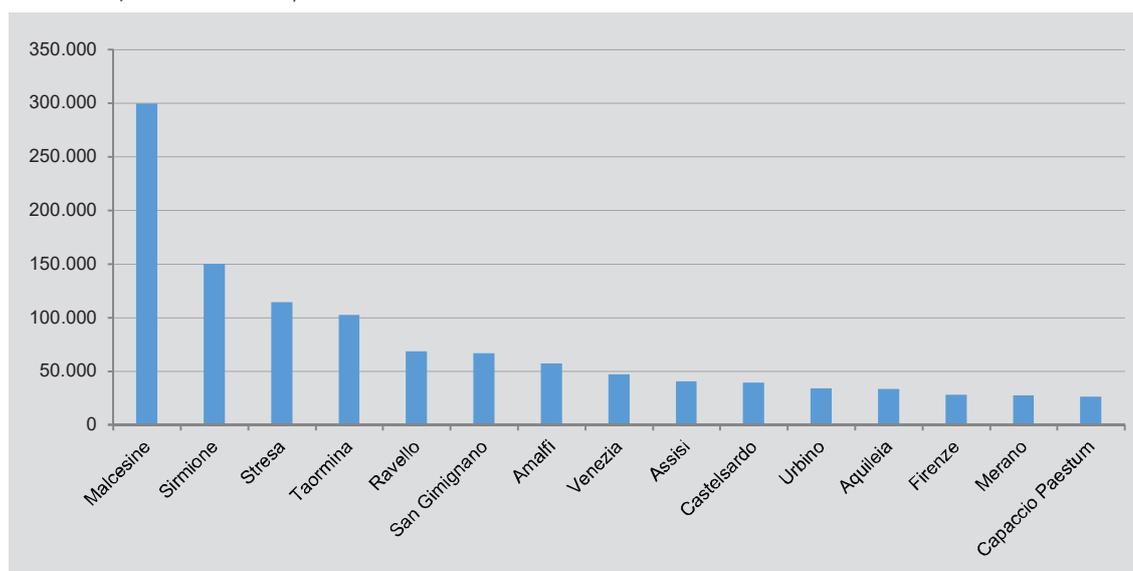
2. I flussi di turismo in un panel di città a vocazione artistica

Roma, come destinazione maggiormente attrattiva, mostra un incremento progressivo dal 2015 in avanti a seguito del Giubileo straordinario, mentre per Milano, dopo un picco nel 2015 per l'Expo, si rileva una ripresa nel 2017 rispetto al 2016 con un trend complessivamente in crescita in tutto il periodo considerato e stabile nel 2018.

2.3 Indicatori di turisticità

Un indicatore significativo della pressione turistica è rappresentato dall'*indice di turisticità territoriale*, dato dal rapporto tra il numero delle presenze turistiche su mille abitanti residenti. Questo indice permette di misurare la capacità di ciascuna città di sopportare il carico turistico e valutare l'impatto che i flussi turistici hanno sul territorio in termini relativi, per poter delimitare la pressione antropica ambientale del turismo. La Figura 2.4 mostra questo indicatore per le prime 15 città individuate.

Figura 2.4 - Indice di turisticità territoriale. Graduatoria dei primi 15 comuni italiani selezionati. Anno 2018 (presenze per 1.000 abitanti)

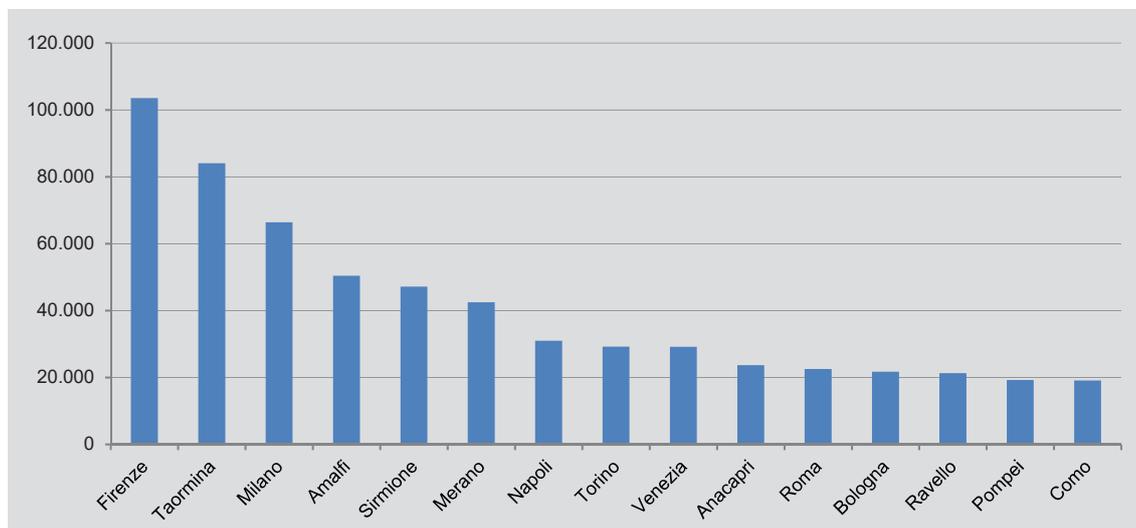


Fonte: Istat. Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi. Anno 2018

Il posizionamento dei 15 comuni ordinati per indice di *turisticità* vede Malcesine come primo in classifica e Capaccio Paestum come ultimo. La città di Malcesine fa registrare quasi 300 mila turisti ogni mille abitanti, Sirmione quasi 150 mila turisti ogni mille abitanti, Stresa quasi 114 mila turisti ogni mille abitanti, Taormina quasi 102, Ravello 68, San Gimignano più di 66, Amalfi più di 57, Venezia più di 46 mila turisti ogni mille abitanti fino ad arrivare a Capaccio Paestum con 26 mila turisti ogni mille abitanti.

Altro indicatore utile è rappresentato dalla densità turistica, che misura il peso delle presenze turistiche rispetto alla superficie della città, espressa in Km², che riflette la difficoltà di carico delle città turistiche (Figura 2.5).

Figura 2.5 - Densità turistica nei primi 15 comuni italiani selezionati. Anno 2018



Fonte: Istat. Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi. Anno 2018

La più alta densità turistica è rilevata per la città di Firenze, con quasi 100 mila presenze per Km², a conferma delle evidenti difficoltà di carico del capoluogo toscano rispetto alla pressione turistica. Venezia, anch'essa una meta privilegiata del turismo di massa, presenta un valore di densità turistica minore, pari a poco più di 29 mila presenze/Km², ma va considerato che la misura della superficie è al lordo delle acque interne dei canali che occupano il 62,2 per cento della superficie totale della laguna⁴. Tra Firenze e Venezia si posizionano Taormina con più di 84 mila presenze per Km², Milano, con oltre 66 mila presenze per Km², Amalfi con quasi 50 mila presenze, Sirmione con più di 47 mila presenze, Merano con più di 42 mila presenze, Napoli, con quasi 31 mila presenze e Torino con più di 29 mila presenze per Km².

Un indicatore rilevante è dato dalla consistenza degli arrivi per tipologia di residenza dei turisti (non residenti in Italia, residenti della stessa regione, residenti in altre regioni) sul totale degli arrivi nel comune.

La Figura 2.6 mostra l'analisi per i primi 15 tra i comuni selezionati in questo studio. È evidente che quasi tutti i comuni presentano una elevata consistenza degli arrivi dei turisti non residenti in Italia rispetto a tutti gli arrivi, con un'incidenza spesso vicina o superiore al 50 per cento, con punte che vanno dal 70,3 per cento di Roma al 46,4 per cento di Bologna.

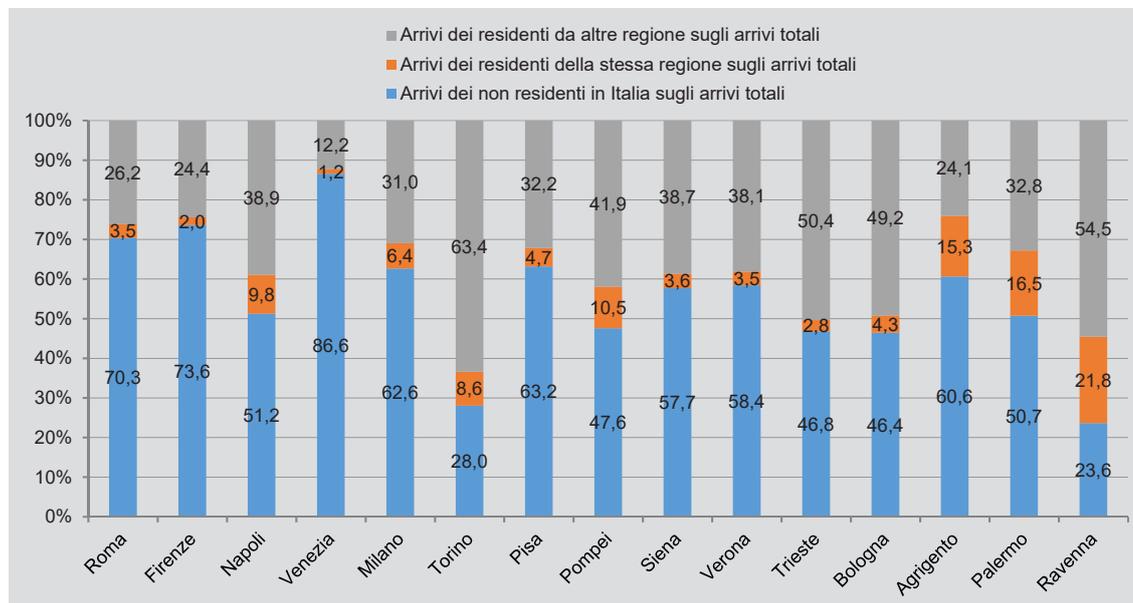
Non è così per Torino e per Ravenna, comuni per i quali si rileva una prevalenza netta di arrivi di turisti residenti da altra regione, rispettivamente 63,4 per cento e 54,5 per cento.

Analizzando la consistenza delle presenze per tipologia di residenza dei turisti (non residenti in Italia, residenti della stessa regione, residenti in altre regioni) sul totale delle presenze nel comune, la Figura 2.7 mostra l'analisi per i primi 15 tra i comuni selezionati in questo studio. Analogamente all'analisi condotta per gli arrivi, si evidenzia che per quasi tutti si conferma la prevalenza delle presenze di turisti non residenti in Italia rispetto al totale delle presenze: più di 4 turisti su 5 sono non residenti in Italia per Venezia (86,0 per cento) e quasi 1 su 2 per Trieste (48,4 per cento). Ma anche per questo indicatore Torino e Ravenna sono in controtendenza: sono le presenze di turisti residenti in altra regione ad avere un'incidenza maggiore sul totale delle presenze, rispettivamente 59,2 per cento e 46,2 per cento.

⁴ Se si considerasse solo la superficie escludendo le acque interne lagunari, la densità turistica salirebbe a 77 mila presenze/Km², posizionandosi al 3° posto dopo Firenze e Taormina.

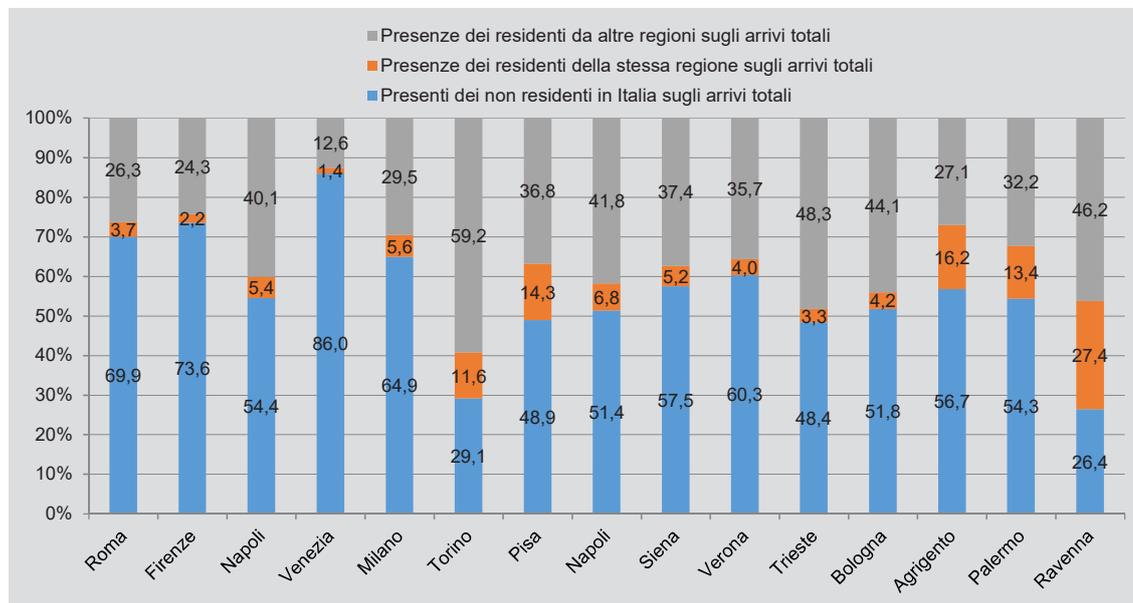
2. I flussi di turismo in un panel di città a vocazione artistica

Figura 2.6 - Arrivi per tipologia di residenza del turista sul totale degli arrivi nei primi 15 comuni italiani selezionati. Anno 2018



Fonte: Istat. Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi. Anno 2018

Figura 2.7 - Presenze per tipologia di residenza del turista sul totale delle presenze nei primi 15 comuni italiani selezionati, ordinati per numero di visitatori. Anno 2018



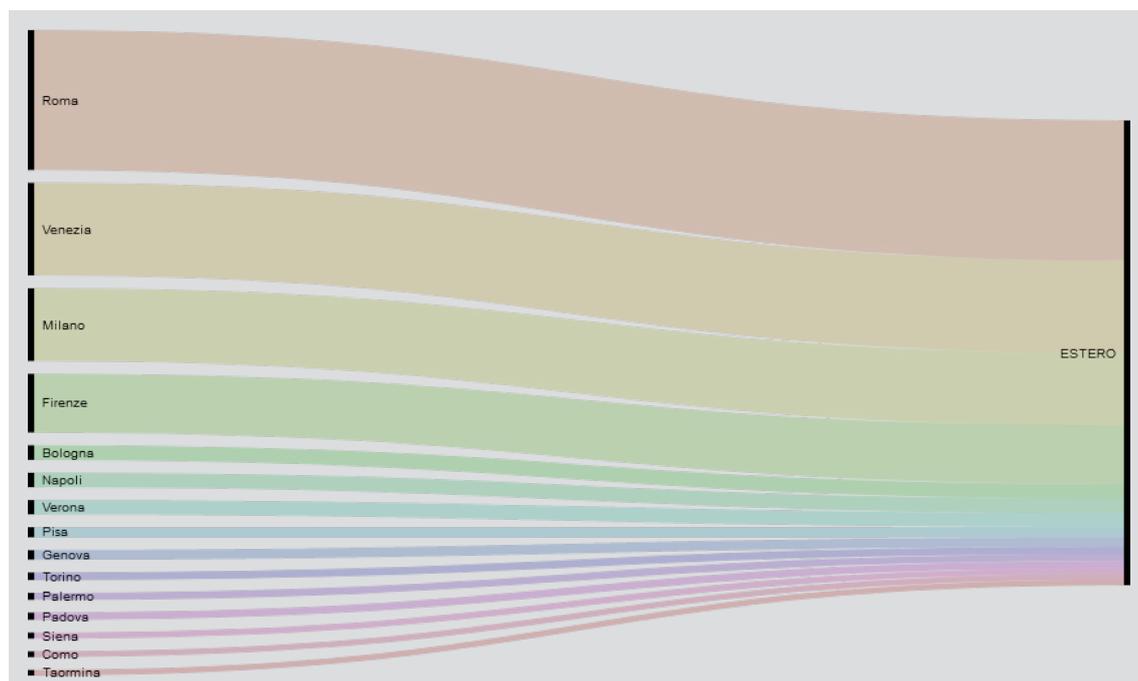
Fonte: Istat. Movimento dei turisti negli esercizi ricettivi. Anno 2018

I dati statistici consentono di effettuare un'analisi per origine e destinazione del flusso dei turisti. Esaminando le Figure 2.8 e 2.9 si evidenzia l'attrattiva che esprimono le prime quindici città del panel selezionato (ordinate per numero decrescente di arrivi) sia per i flussi di turisti residenti sia per quelli stranieri (non residenti in Italia).

I turisti stranieri (non residenti in Italia) privilegiano le città di Venezia, Firenze, Roma e Milano, tutte capoluogo di regione (Figura 2.8). Ma anche i capoluoghi di provincia posizionati tra i primi quindici comuni esercitano una elevata attrattività per il turismo straniero con l'eccezione di Ravenna. Quest'ultima, insieme ad Agrigento, Pisa, Palermo e Torino sono le città in cui si concentrano gli arrivi dei residenti in misura maggiore rispetto agli altri comuni osservati.

Analizzando i grafici sotto il profilo della regione di origine del flusso turistico (Figura 2.9), si rileva che le principali mete dei residenti lombardi sono Roma e Milano ma anche i residenti del Lazio privilegiano le mete di Milano e Roma. Per entrambe le regioni è Roma la prima meta scelta. I residenti siciliani hanno come mete preferite Roma e Milano ma Palermo è la terza meta. Peraltro, è rilevante sottolineare l'attrattività delle città capoluogo di regione e di provincia per il turismo interno regionale. Motivato probabilmente anche da una ridotta distanza, il turismo infra-regionale dei residenti è sicuramente una componente da analizzare con maggior dettaglio e può costituire un elemento di forza da curare e di cui promuovere forme di attrattività periodica attraverso eventi.

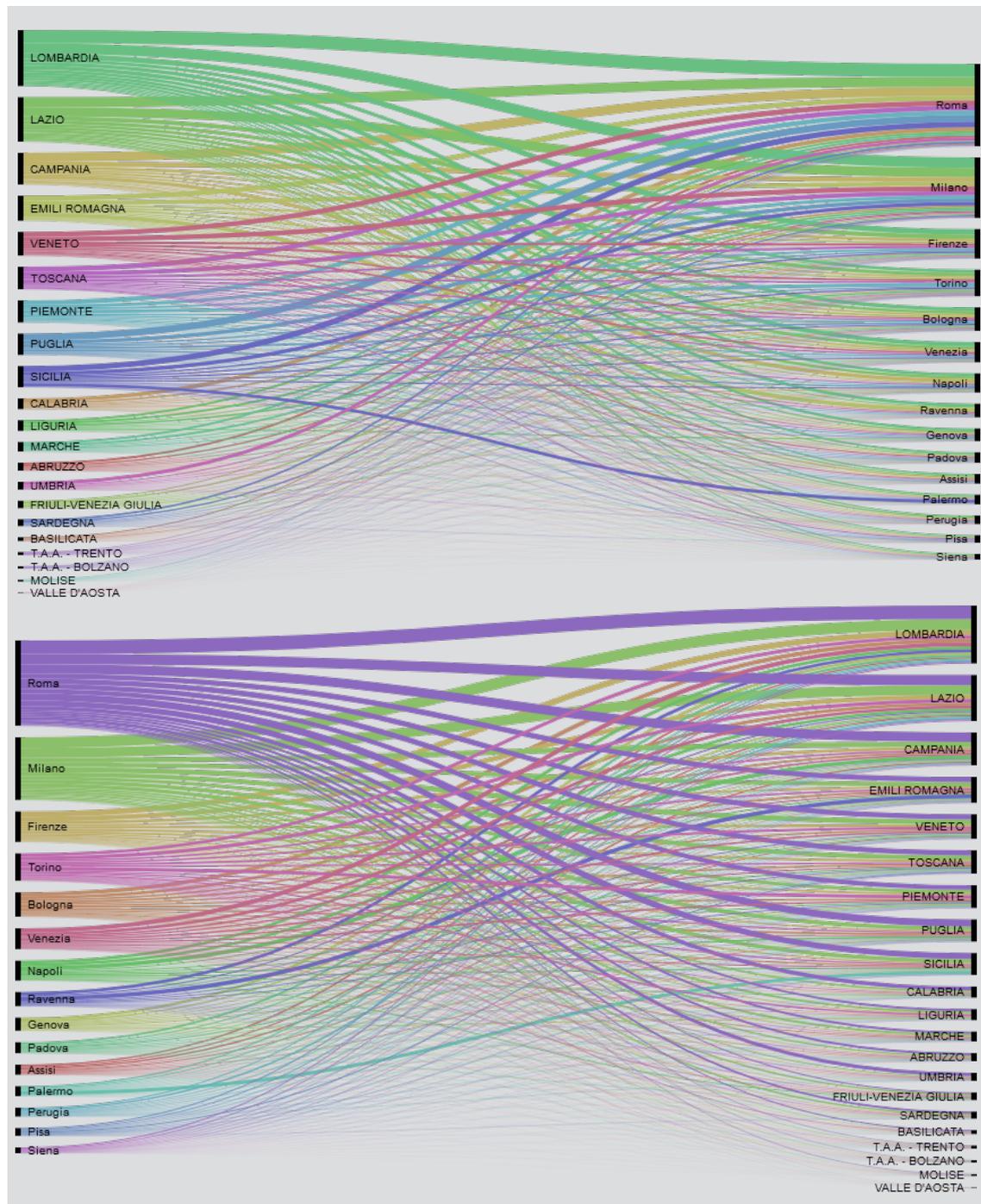
Figura 2.8 - Flussi di origine destinazione dei turisti stranieri (non residenti in Italia) verso il primo raggruppamento di 15 comuni italiani selezionati, ordinati per numero decrescente di arrivi turisti non residenti in Italia. Anno 2018



Fonte: Elaborazioni su dati Istat. Movimento dei turisti negli esercizi ricettivi. Anno 2018

2. I flussi di turismo in un panel di città a vocazione artistica

Figura 2.9 - Flussi per regione di origine e destinazione dei turisti residenti in Italia verso i primi 15 comuni italiani selezionati, ordinati per numero decrescente di arrivi di turisti residenti in Italia. Anno 2018



Fonte: Elaborazioni su dati Istat. Movimento dei turisti negli esercizi ricettivi. Anno 2018

3. OFFERTA ARTISTICA E CULTURALE NELLE CITTÀ¹

3.1 L'Indagine Istat sui musei e gli istituti similari

L'indagine sui musei e gli istituti similari condotta con cadenza annuale dall'Istat offre una descrizione aggiornata e dettagliata di tutti i musei e le altre strutture a carattere museale presenti in Italia, cioè di tutte quelle strutture permanenti aperte al pubblico che acquisiscono, conservano, comunicano ed espongono, senza scopo di lucro, per finalità di studio, educazione e diletto, beni e/o collezioni di interesse culturale, siano essi pubblici o privati, statali o non statali, purché dotati di servizi organizzati per la fruizione. La rilevazione, a carattere censuario, è stata effettuata attraverso la compilazione di questionari online ed ha interessato gli istituti, statali e non statali, di diversa tipologia e dimensione, aperti al pubblico nell'anno 2018, con modalità di fruizione regolamentata. I dati raccolti documentano un patrimonio italiano quantificabile in quasi 5 mila istituzioni aperte al pubblico nel 2018 e in grado di mobilitare complessivamente oltre 128 milioni di visitatori (Tavola 3.1)².

Tavola 3.1 - Musei e istituti similari e numero visitatori per regione, ripartizione geografica e tipologia di istituto. Anno 2018 (valori assoluti)

REGIONI RIPARTIZIONI GEOGRA- FICHE	Numero musei Totale	Totale visitatori			Totale visitatori paganti		
		Statale	Non statale	Totale	Statale	Non statale	Totale
Piemonte	411	1.762.765	6.022.088	7.784.853	1.150.175	3.846.271	4.996.446
Valle d'Aosta/ <i>Vallée d'Aoste</i>	60	-	833.239	833.239	-	682.259	682.259
Lombardia	433	1.920.457	7.654.032	9.574.489	1.062.467	4.481.262	5.543.729
Trentino-Alto Adige/ <i>Südtirol</i>	201	-	4.022.493	4.022.493	-	3.138.690	3.138.690
<i>Bolzano/Bozen</i>	106	-	2.148.987	2.148.987	-	2.088.987	2.088.987
Trento	95	-	1.873.506	1.873.506	-	1.049.703	1.049.703
Veneto	304	991.971	10.554.226	11.546.197	725.797	8.363.574	9.089.371
Friuli-Venezia Giulia	175	1.164.113	1.687.199	2.851.312	185.935	737.021	922.956
Liguria	194	293.197	1.329.687	1.622.884	97.786	583.853	681.639
Emilia-Romagna	454	1.085.227	5.301.615	6.386.842	575.471	2.599.659	3.175.130
Toscana	553	7.589.370	16.052.092	23.641.462	5.396.858	11.924.475	17.321.333
Umbria	165	308.631	1.477.897	1.786.528	170.984	934.822	1.105.806
Marche	291	545.599	1.061.129	1.606.728	259.505	605.573	865.078
Lazio	357	24.572.762	3.673.182	28.245.944	8.439.005	1.880.933	10.319.938
Abruzzo	108	153.822	159.153	312.975	41.024	69.106	110.130
Molise	41	78.764	36.190	114.954	30.459	5.600	36.059
Campania	233	11.572.262	3.617.749	15.190.011	5.004.970	2.767.498	7.772.468
Puglia	164	809.600	764.839	1.574.439	294.023	369.062	663.085
Basilicata	48	262.634	204.118	466.752	87.870	159.213	247.083
Calabria	166	498.232	738.443	1.236.675	242.032	233.013	475.045
Sicilia	260	-	6.726.936	6.726.936	-	5.289.378	5.289.378
Sardegna	290	505.318	1.714.298	2.219.616	357.256	1.301.282	1.658.538
Italia	4.908	54.114.724	73.630.605	127.745.329	24.121.617	49.972.544	74.094.161
Nord-ovest	1.098	3.976.419	15.839.046	19.815.465	2.310.428	9.593.645	11.904.073
Nord-est	1.134	3.241.311	21.565.533	24.806.844	1.487.203	14.838.944	16.326.147
Centro	1.366	33.016.362	22.264.300	55.280.662	14.266.352	15.345.803	29.612.155
Sud	760	13.375.314	5.520.492	18.895.806	5.700.378	3.603.492	9.303.870
Isole	550	505.318	8.441.234	8.946.552	357.256	6.590.660	6.947.916
Italia	4.908	54.114.724	73.630.605	127.745.329	24.121.617	49.972.544	74.094.161

Fonte: Istat, Indagine sui musei e le Istituzioni similari. Anno 2018

1 Il capitolo è stato curato da Beniamino Barile.

2 https://www.istat.it/it/files//2019/12/LItalia-dei-musei_2018.pdf

I dati della Tavola 3.2 fanno riferimento ai 94 comuni presi in esame per il caso di studio. Per tale sottoinsieme viene evidenziato il peso percentuale rispetto al totale dei comuni rilevati nell'indagine Istat.

Tavola 3.2 - Musei e istituti simili e numero visitatori nei 94 comuni selezionati. Anno 2018 (valori assoluti e percentuali rispetto al totale dei comuni rilevati)

REGIONI RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE	Numero musei	Totale visitatori	di cui visitatori paganti	Numero musei	Totale visitatori	Totale visitatori paganti
Piemonte	59	5.766.646	4.203.688	14,4	74,1	84,1
Valle d'Aosta/ <i>Vallée d'Aoste</i>	10	333.423	278.776	16,7	40,0	40,9
Lombardia	111	6.833.506	3.911.025	25,6	71,4	70,5
Trentino-Alto Adige/ <i>Südtirol</i>	38	1.889.181	1.416.596	18,9	47,0	45,1
<i>Bolzano/Bozen</i>	22	779.732	779.732	20,8	36,3	37,3
Trento	16	1.109.449	636.864	16,8	59,2	60,7
Veneto	103	10.433.992	8.628.490	33,9	90,4	94,9
Friuli-Venezia Giulia	56	2.238.767	704.738	32,0	78,5	76,4
Liguria	40	869.136	359.302	20,6	53,6	52,7
Emilia-Romagna	136	3.841.359	2.119.806	30,0	60,1	66,8
Toscana	190	21.269.217	16.117.566	34,4	90,0	93,1
Umbria	56	1.289.703	798.528	33,9	72,2	72,2
Marche	40	752.477	442.007	13,7	46,8	51,1
Lazio	139	26.412.238	9.721.577	38,9	93,5	94,2
Abruzzo	-	-	-	-	-	-
Molise	-	-	-	-	-	-
Campania	64	13.938.335	7.335.740	27,5	91,8	94,4
Puglia	28	429.661	247.234	17,1	27,3	37,3
Basilicata	8	193.081	150.247	16,7	41,4	60,8
Calabria	8	261.354	106.644	4,8	21,1	22,4
Sicilia	61	4.488.228	3.224.795	23,5	66,7	61,0
Sardegna*	*	*	*	*	*	*
Italia	1.149	101.415.520	59.935.759	23,4	79,4	80,9
Nord-ovest	220	13.802.711	8.752.791	20,0	69,7	73,5
Nord-est	333	18.403.299	12.869.630	29,4	74,2	78,8
Centro	425	49.723.635	27.079.678	31,1	89,9	91,4
Sud	108	14.822.431	7.839.865	14,2	78,4	84,3
Isole	63	4.663.444	3.393.795	11,5	52,1	48,8
Italia	1.149	101.415.520	59.935.759	23,4	79,4	80,9

Fonte: Istat, Indagine sui musei e le Istituzioni similari, Anno 2018

* il dato assoluto viene oscurato in quanto è inferiore alle 3 unità

Va rilevato anzitutto che nei 94 comuni esaminati non sono rappresentate le regioni Abruzzo e Molise in quanto nessun comune di queste due regioni raggiunge le soglie minime di individuazione proposte.

Se da un lato la numerosità delle strutture dei comuni selezionati riporta meno di un quarto del totale nazionale (23,4 per cento), di contro la rappresentatività dei visitatori, sia nel complesso sia considerando solo i paganti, raggiunge una copertura molto più alta, rispettivamente del 79,4 per cento e dell'80,9 per cento. Nel dettaglio delle singole ripartizioni, le percentuali di copertura scendono leggermente, rispetto al dato nazionale, nel Nord-ovest e nel Nord-est, mentre il dato delle Isole, molto più basso, risente dell'esclusione dal panel dei comuni selezionati di alcuni comuni a vocazione artistica che non raggiungono la soglia e i criteri previsti. Sempre riguardo all'analisi regionale, Veneto, Toscana, Lazio e Campania hanno una copertura di visitatori superiore al 90 per cento. Dal lato opposto della graduatoria, Sardegna, Calabria e Puglia non superano un quarto della copertura totale dei visitatori in quanto sono stati esclusi dal Panel comuni che hanno caratteristiche di evidente attrattività artistica ma non sono stati riconosciuti come sito Unesco urbano e non raggiungono un numero di visitatori di almeno un museo con 100 mila collocato all'interno del centro abitato.

3.2 Servizi offerti al pubblico e qualità di fruizione dei musei e istituti similari

Oltre ai dati relativi alla consistenza numerica del numero delle strutture e dei visitatori degli istituti museali, vi sono sicuramente altri aspetti che devono essere valutati, per consolidare ed incrementare un'offerta che vada oltre la mera fruizione del patrimonio museale e che stimoli l'attrazione del pubblico grazie anche alla diffusione di servizi accessori e alla disponibilità delle nuove tecnologie. Grazie all'indagine Istat, sono stati analizzati alcuni di questi servizi aggiuntivi, messi a confronto tra il totale delle strutture rilevate nell'indagine (4.908) e le strutture presenti nei 94 comuni oggetto di studio (che assommano a 1.149).

Tavola 3.3 - Musei e istituti similari per tipologia, per modalità di apertura al pubblico e per durata di apertura - Totale comuni rilevati dall'indagine e totale dei 94 comuni selezionati. Anno 2018 (valori assoluti e percentuali)

	Numero musei	Museo aperto al pubblico				Museo aperto al pubblico con orario prestabilito			Museo aperto al pubblico su richiesta		
		Tutto l'anno	Alcuni mesi dell'anno	Occasionale	Non Risponde	Si	No	Non Risponde	Si	No	Non Risponde
VALORI ASSOLUTI											
Totale comuni rilevati	4.908	3.481	747	218	462	4.002	495	411	3.588	909	411
statali	460	406	23	9	22	422	29	9	238	213	9
non statali	4.448	3.075	724	209	440	3.580	466	402	3.350	696	402
Totale comuni selezionati	1.149	975	65	29	80	1.003	75	71	733	345	71
statali	185	167	9	2	7	177	6	2	103	80	2
non statali	964	808	56	27	73	826	69	69	630	265	69
VALORI PERCENTUALI											
Totale comuni rilevati		70,9	15,2	4,4	9,4	81,5	10,1	8,4	73,1	18,5	8,4
statali		88,3	5,0	2,0	4,8	91,7	6,3	2,0	51,7	46,3	2,0
non statali		69,1	16,3	4,7	9,9	80,5	10,5	9,0	75,3	15,6	9,0
Totale comuni selezionati		84,9	5,7	2,5	7,0	87,3	6,5	6,2	63,8	30,0	6,2
statali		90,3	4,9	1,1	3,8	95,7	3,2	1,1	55,7	43,2	1,1
non statali		83,8	5,8	2,8	7,6	85,7	7,2	7,2	65,4	27,5	7,2

Fonte: Istat, Indagine sui musei e le Istituzioni similari. Anno 2018

Nella Tavola 3.3 sono rappresentate la stagionalità delle aperture e le diverse modalità di accesso alle strutture museali. In netta maggioranza (70,9 per cento) si tratta di strutture aperte tutto l'anno, e la percentuale si alza ulteriormente (84,9 per cento) se si considerano solo i comuni oggetto di studio. Gli istituti statali hanno delle percentuali più alte di aperture non occasionali rispetto agli altri (88,3 per cento contro 69,1 per cento), ma questo divario si assottiglia se si esamina il caso di studio (90,3 per cento contro 83,8 per cento). Andamenti simili si riscontrano esaminando anche le modalità di accesso con orari prestabiliti, mentre si verifica il fenomeno opposto per le aperture su richiesta, dove la generalità delle strutture con questo tipo di accesso è maggiore nel totale dei comuni rilevati rispetto a quelli oggetto di studio (73,1 per cento contro 63,8 per cento). Ciò si può spiegare con il fatto che un'apertura su richiesta è sintomo di una modalità di fruizione meno sistematica, cosa che non può avvenire per strutture che hanno un flusso di visitatori più corposo e continuo e che sono campione di riferimento del caso di studio.

Riguardo alle attività complementari (tavola 3.4), sono stati rilevati gli allestimenti di mostre temporanee, lo svolgimento di attività didattiche e le attività di ricerca³. Le percen-

³ Per "attività didattiche" si intendono attività di divulgazione e di formazione destinate al pubblico dei ragazzi e al pubblico adulto, quali corsi, laboratori, progetti educativi, ecc. Per "attività di ricerca" si intendono quelle attività di studio o ricerca spesso finalizzate ad approfondire la conoscenza del territorio di appartenenza.

tuali di realizzazione di queste attività raggiungono risultati apprezzabili solo nel caso delle attività didattiche, mentre negli altri casi il numero di strutture coinvolte si mantiene ampiamente sotto il 50 per cento. I risultati migliorano nell'ambito dei comuni del caso di studio, dove le percentuali di realizzazione raggiungono rispettivamente il 56,4 per cento, 60,0 per cento e 52,1 per cento. Un risultato apprezzabile è altresì il numero dei visitatori degli eventi temporanei, che raggiunge un'elevata copertura rispetto al totale degli eventi rilevati.

Tavola 3.4 - Musei e istituti simili per attività complementari - Totale comuni rilevati dall'indagine e totale dei 94 comuni selezionati. Anno 2018 (valori assoluti e percentuali)

	N. musei	Museo con allestimento di mostre temporanee				Museo con svolgimento di attività educative			Museo con attività di ricerca				
		Si	No	Non Resp.	N. eventi	Totale visitatori	Media visitatori per evento	Si	No	Non Resp.	Si	No	Non Resp.
VALORI ASSOLUTI													
Totale comuni rilevati	4.908	2.211	2.211	486	7.695	25.208.441	3.276	2.522	1.676	710	1.692	2.634	582
statali	460	189	249	22	717	11.293.609	15.751	267	155	38	201	229	30
non statali	4.448	2.022	1.962	464	6.978	13.914.832	1.994	2.255	1.521	672	1.491	2.405	552
Totale comuni selezionati	1.149	648	413	88	2.558	21.959.549	8.585	689	327	133	599	443	107
statali	185	97	82	6	493	10.815.585	21.938	116	58	11	108	70	7
non statali	964	551	331	82	2.065	11.143.964	5.397	573	269	122	491	373	100
VALORI PERCENTUALI													
Totale comuni rilevati		45,0	45,0	9,9				51,4	34,1	14,5	34,5	53,7	11,9
statali		41,1	54,1	4,8				58,0	33,7	8,3	43,7	49,8	6,5
non statali		45,5	44,1	10,4				50,7	34,2	15,1	33,5	54,1	12,4
Totale comuni selezionati		56,4	35,9	7,7				60,0	28,5	11,6	52,1	38,6	9,3
statali		52,4	44,3	3,2				62,7	31,4	5,9	58,4	37,8	3,8
non statali		57,2	34,3	8,5				59,4	27,9	12,7	50,9	38,7	10,4

Fonte: Istat, Indagine musei e strutture similari. Anno 2018

Di seguito si analizzano le modalità di accesso e gli strumenti di visibilità che sfruttano le nuove tecnologie. La Tavola 3.5 mostra l'accesso all'acquisto del biglietto in modalità online, azzerando quindi i tempi legati all'attesa e alla distanza. Le percentuali purtroppo non sono incoraggianti: su scala nazionale solo il 14,1 per cento delle strutture offre questa possibilità, anche se il dato risente del preponderante peso che hanno le strutture non statali. I corrispondenti istituti statali in realtà mostrano performance più elevate. Riguardo alla presenza sui social media i risultati migliorano sensibilmente, arrivando a valori percentuali che superano la metà del totale (53,4 per cento). Ancora una volta, se si considerano le strutture museali dei comuni del caso di studio, le percentuali crescono notevolmente, sia riguardo l'acquisto online (31,1 per cento) che la presenza sui social (64 per cento).

La Tavola 3.6 mostra le tipologie di finanziamento a cui accedono gli istituti museali per lo svolgimento delle loro attività. Il 35,5 per cento delle strutture beneficia di contributi pubblici, il 22,8 per cento di contributi privati e il 28,2 per cento di altri proventi. Gli istituti statali sono i destinatari privilegiati del contributo pubblico, così come gli istituti privati ne ottengono di maggiori dal settore privato. Anche in questo caso, le percentuali di finanziamento sono più elevate per i comuni selezionati nel caso di studio.

3. Offerta artistica e culturale nelle città

Tavola 3.5 - Musei e istituti simili per accessi tecnologici - Totale comuni rilevati dall'indagine e totale dei 94 comuni selezionati. Anno 2018 (valori assoluti e percentuali)

	Numero musei	Museo dotato di un sistema di biglietteria online			Museo che dispone di un account sui social media		
		Si	No	Non Risponde	Si	No	Non Risponde
VALORI ASSOLUTI							
Totale comuni rilevati	4.908	733	3.689	486	2.619	1.725	564
statali	460	108	331	21	303	136	21
non statali	4.448	625	3.358	465	2.316	1.589	543
Totale comuni selezionati	1.149	357	709	83	735	317	97
statali	185	84	96	5	141	39	5
non statali	964	273	613	78	594	278	92
VALORI PERCENTUALI							
Totale comuni rilevati		14,9	75,2	9,9	53,4	35,1	11,5
statali		23,5	72,0	4,6	65,9	29,6	4,6
non statali		14,1	75,5	10,5	52,1	35,7	12,2
Totale comuni selezionati		31,1	61,7	7,2	64,0	27,6	8,4
statali		45,4	51,9	2,7	76,2	21,1	2,7
non statali		28,3	63,6	8,1	61,6	28,8	9,5

Fonte: Istat, Indagine musei e strutture similari. Anno 2018

Tavola 3.6 - Musei e istituti simili per accesso a finanziamenti - Totale comuni rilevati dall'indagine e totale dei 94 comuni selezionati. Anno 2018 (valori assoluti e percentuali)

	Numero musei	Museo con contributi pubblici			Museo con contributi privati			Museo con proventi da servizi aggiuntivi		
		Si	No	Non Risponde	Si	No	Non Risponde	Si	No	Non Risponde
VALORI ASSOLUTI										
Totale comuni rilevati	4.908	1.740	2.214	954	1.119	2.947	842	1.386	2.662	860
statali	460	269	162	29	103	315	42	171	248	41
non statali	4.448	1.471	2.052	925	1.016	2.632	800	1.215	2.414	819
Totale comuni selezionati	1.149	495	494	160	424	568	157	500	489	160
statali	185	127	50	8	81	94	10	110	65	10
non statali	964	368	444	152	343	474	147	390	424	150
VALORI PERCENTUALI										
Totale comuni rilevati		35,5	45,1	19,4	22,8	60,0	17,2	28,2	54,2	17,5
statali		58,5	35,2	6,3	22,4	68,5	9,1	37,2	53,9	8,9
non statali		33,1	46,1	20,8	22,8	59,2	18,0	27,3	54,3	18,4
Totale comuni selezionati		43,1	43,0	13,9	36,9	49,4	13,7	43,5	42,6	13,9
statali		68,6	27,0	4,3	43,8	50,8	5,4	59,5	35,1	5,4
non statali		38,2	46,1	15,8	35,6	49,2	15,2	40,5	44,0	15,6

Fonte: Istat, Indagine musei e strutture similari. Anno 2018

La Tavola 3.7 mostra la numerosità del personale presente negli istituti museali; si evidenzia che il 30,2 per cento delle strutture statali ha un numero di addetti superiore a 20, e il 20 per cento tra 11 e 20 addetti, che rappresenta pertanto una quota significativa per tali strutture. Di contro, si rileva che le strutture private nel 21,1 per cento dei casi sono curate soltanto da una o due persone. Passando ad esaminare il caso di studio, il peso della classe più numerosa del personale delle strutture statali si innalza sino al 45,4 per cento del totale. Riguardo ai privati invece la classe più rappresentata è quella di 6-10 addetti con il 19,4 per cento del totale. Nei comuni selezionati pertanto si può affermare che le strutture museali sono mediamente più strutturate come numero di addetti, sia per le strutture statali sia per quelle non statali.

Tavola 3.7 - Musei e istituti simili per classe di addetti - Totale comuni rilevati dall'indagine e totale dei 94 comuni selezionati. Anno 2018 (valori assoluti e percentuali)

CLASSI ADDETTI	N. addetti 1	N. addetti 2	N. addetti 3-5	N. addetti 6-10	N. addetti 11-20	N. addetti +20	N. addetti NR	Totale
VALORI ASSOLUTI								
Totale comuni rilevati	517	472	1.093	836	567	418	1.005	4.908
statali	27	24	62	73	92	139	43	460
non statali	490	448	1.031	763	475	279	962	4.448
Totale comuni selezionati	93	80	185	208	192	230	161	1.149
statali	13	9	8	21	36	84	14	185
non statali	80	71	177	187	156	146	147	964
VALORI PERCENTUALI								
Totale comuni rilevati	10,5	9,6	22,3	17,0	11,6	8,5	20,5	100,0
statali	5,9	5,2	13,5	15,9	20,0	30,2	9,3	100,0
non statali	11,0	10,1	23,2	17,2	10,7	6,3	21,6	100,0
Totale comuni selezionati	8,1	7,0	16,1	18,1	16,7	20,0	14,0	100,0
statali	7,0	4,9	4,3	11,4	19,5	45,4	7,6	100,0
non statali	8,3	7,4	18,4	19,4	16,2	15,1	15,2	100,0

Fonte: Istat, Indagine musei e strutture similari. Anno 2018

Tavola 3.8 - Musei e istituti simili per tipologia di personale - Totale comuni rilevati dall'indagine e totale dei 94 comuni selezionati. Anno 2018 (valori assoluti e percentuali)

	Numero musei	Addetti del museo/ istituto	Addetti di eventuali imprese e/o enti esterni	Volontari	Operatori del servizio civile nazionale	Tirocinanti e/o stagisti	Totale
VALORI ASSOLUTI							
Totale comuni rilevati	4.908	19.770	7.000	10.842	1.219	4.731	43.562
statali	460	8.381	1.961	460	396	904	12.102
non statali	4.448	11.389	5.039	10.382	823	3.827	31.460
Totale comuni selezionati	1.149	10.905	4.392	3.169	482	3.280	22.228
statali	185	5.412	1.711	260	270	731	8.384
non statali	964	5.493	2.681	2.909	212	2.549	13.844
VALORI PERCENTUALI							
Totale comuni rilevati		45,4	16,1	24,9	2,8	10,9	100,0
statali		69,3	16,2	3,8	3,3	7,5	100,0
non statali		36,2	16,0	33,0	2,6	12,2	100,0
Totale comuni selezionati		49,1	19,8	14,3	2,2	14,8	100,0
statali		64,6	20,4	3,1	3,2	8,7	100,0
non statali		39,7	19,4	21,0	1,5	18,4	100,0

Fonte: Istat, Indagine musei e strutture similari. Anno 2018

Infine, per quanto riguarda le caratteristiche del personale attivo nelle strutture museali (Tavola 3.8), si nota che, pur essendo in maggioranza costituito da addetti dipendenti della struttura, è presente anche il 24,9 per cento di volontari, valore che sale sino al 33 per cento nelle strutture non statali. Nel caso delle città selezionate, diminuisce la quota dei volontari presenti tra gli addetti (14,3 per cento in totale) rispetto al totale dei comuni rilevati.

3.3 Luoghi della cultura e strutture statali: le statistiche del MiBACT

L'Italia è un museo a cielo aperto: questo è uno dei modi più comuni con cui viene definita la sterminata quantità del patrimonio culturale, storico, artistico ed architettonico del nostro paese. Le fonti ufficiali che ne quantificano in modo attendibile la consistenza, oltre all'Istat, sono rappresentate dai dati forniti dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali (di seguito MiBACT).

3. Offerta artistica e culturale nelle città

Tra le fonti del MiBACT, si cita anzitutto il DBUnico: una banca dati dei luoghi della cultura statali e non statali (a gestione regionale o provinciale), prevista quale attività di catalogazione dal codice dei beni culturali del 2004 ed alimentata dal Ministero medesimo a seguito di accertamenti effettuati d'ufficio o di richieste formulate dai soggetti interessati, cui appartengono i beni e/o i luoghi. Per "luoghi della cultura" si intendono aree e parchi archeologici, monumenti e tutte le altre strutture espositive permanenti (quindi tutti i beni culturali materiali, mobili e immobili) destinate alla pubblica fruizione. Tale banca dati consente di costruire un quadro aggiornato dell'offerta dei beni culturali italiani, anche se non esaustivo: sono infatti esclusi la quasi totalità del patrimonio ecclesiastico, dei palazzi e giardini storici, dei castelli e fortificazioni, come pure gli istituti che espongono esclusivamente esemplari viventi animali e vegetali (orti botanici, giardini zoologici, acquari, riserve naturali), i luoghi che organizzano esclusivamente esposizioni temporanee e/o mostre non permanenti e le gallerie commerciali. Sono presenti invece informazioni relative alla dotazione di biblioteche e archivi. La banca dati è accessibile liberamente ed è organizzata come un'anagrafe, consentendo la consultazione agli utenti per scopi di studio, commerciali o per interessi personali, come l'organizzazione di un viaggio. Con riferimento ai dati relativi alla fruizione delle strutture, il MiBACT provvede a pubblicare solo i dati dei musei, monumenti e aree archeologiche di cui ha la titolarità della gestione. Pertanto alcune regioni (Valle d'Aosta, Trentino-Alto Adige e Sicilia) che non hanno strutture museali statali, non sono presenti nelle statistiche del MiBACT⁴.

Il DBUnico rappresenta il primo passo di una strategia che ha l'obiettivo di rendere disponibile e riutilizzabile il patrimonio informativo posseduto dal MiBACT e dai suoi istituti territoriali allo scopo di promuovere un modello di "governo aperto" che, intensificando la collaborazione tra pubblico e privato, rinnovi il reciproco rapporto di fiducia. I dati raccolti nel DBUnico⁵ non hanno la pretesa di rispondere a criteri di rappresentatività statistica in quanto, come detto, il popolamento del database procede in modalità incrementale sulla base di segnalazioni d'ufficio o volontarie, ma possono in ogni caso fornire una solida percezione della consistenza dei luoghi culturali presenti sul territorio.

Tavola 3.9 - Luoghi della cultura per regione e ripartizione geografica

REGIONI RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE	Luoghi della cultura	Valori percentuali
Piemonte	556	8,6
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	71	1,1
Lombardia	560	8,7
Trentino-Alto Adige/Südtirol	185	2,9
Bolzano/Bozen	90	1,4
Trento	95	1,5
Veneto	236	3,7

Fonte: MiBACT, DBUnico2.0. Pagine web consultate il 31 maggio 2019

4 Per tali regioni, a titolo informativo si rappresentano i dati relativi alle strutture museali pubbliche non statali (a gestione regionale e provinciale) raccolti tramite l'indagine Istat sui musei e le strutture similari riferita all'anno 2018:

REGIONI	Regione	Provincia	Visitatori
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	17	-	489.217
Trentino-Alto Adige/Südtirol	-	34	1.960.167
Bolzano/Bozen	-	15	831.402
Trento	-	19	1.128.765
Sicilia	91	-	5.965.646

5 <https://www.beniculturali.it/luoghi/cerca-luogo>



Tavola 3.9 - segue Luoghi della cultura per regione e ripartizione geografica

REGIONI RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE	Luoghi della Cultura	Valori Percentuali
Friuli-Venezia Giulia	201	3,1
Liguria	281	4,4
Emilia-Romagna	594	9,2
Toscana	762	11,9
Umbria	228	3,5
Marche	376	5,8
Lazio	517	8,0
Abruzzo	234	3,6
Molise	65	1,0
Campania	356	5,5
Puglia	244	3,8
Basilicata	85	1,3
Calabria	269	4,2
Sicilia	315	4,9
Sardegna	294	4,6
Italia	6.429	100,0
Nord-ovest	1468	22,8
Nord-est	1216	18,9
Centro	1883	29,3
Sud	1253	19,5
Isole	609	9,5
Italia	6.429	100,0

Fonte: MiBACT, DBUnico2.0

La Tavola 3.9 mostra il quadro dell'offerta dei beni culturali italiani presenti nel DBUnico, con una distribuzione territoriale molto variegata. Il Centro è la ripartizione territoriale dove si concentra la maggior percentuale di tale offerta (29,3 per cento), seguita dal Nord-ovest (22,8 per cento) e dal Sud (19,5 per cento).

A livello regionale si evidenzia una spiccata variabilità: la Toscana si stacca nettamente in prima posizione (11,9 per cento) rispetto alle altre regioni, nell'ordine seguono Emilia-Romagna (9,2 per cento), Lombardia (8,7 per cento), Piemonte (8,6 per cento) e Lazio (8,0 per cento). Queste cinque regioni ospitano nel complesso quasi la metà dei luoghi (46,4 per cento) rispetto al totale nazionale.

Tavola 3.10 - Visitatori e Introiti dei Musei, Monumenti ed Aree Archeologiche Statali per regione, ripartizione, tipologia di accesso e incassi complessivi. Anno 2017 (valori assoluti) (a)

REGIONI	Istituti			Visitatori (migliaia)				INCASSI (Migliaia di Euro)	
	A Pagamento	Gratuiti	Totale	Degli Istituti a Pagamento		Degli Istituti Gratuiti	Totale		
				Paganti	Non Paganti				Totale
Piemonte	11	9	20	1.924	623	2.547	82	2.630	13.414
Lombardia	10	15	25	1.076	654	1.730	123	1.854	9.195
Veneto	13	2	15	784	300	1.085	8	1.092	3.392
Friuli-Venezia Giulia	3	11	14	222	159	381	900	1.282	1.766
Liguria	9	4	13	105	99	204	55	259	434
Emilia-Romagna	28	5	33	565	485	1.050	49	1.099	2.603
Toscana	32	33	65	4.957	1.674	6.631	429	7.060	35.472
Umbria	11	2	13	120	117	237	11	248	545
Marche	7	10	17	246	206	452	45	497	1.422
Lazio	48	49	97	8.389	3.220	11.609	11.473	23.082	75.850
Abruzzo	7	19	26	32	51	82	41	123	118
Molise	11	2	13	28	30	58	22	79	76
Campania	31	37	68	4.836	2.544	7.379	1.435	8.814	45.323
Puglia	10	9	19	258	304	562	189	751	1.576
Basilicata	11	4	15	76	119	195	55	250	198
Calabria	9	8	17	166	176	342	147	489	922
Sardegna	15	5	20	285	146	430	129	560	1.610
Italia	266	224	490	24.069	10.907	34.975	15.194	50.169	193.916
Nord-ovest	30	28	58	3.105	1.377	4.482	260	4.742	23.043
Nord-est	44	18	62	1.572	944	2.516	957	3.473	7.761
Centro	98	94	192	13.712	5.217	18.929	11.958	30.887	113.289
Sud	79	79	158	5.395	3.223	8.618	1.889	10.508	48.214
Isole	15	5	20	285	146	430	129	560	1.610
Italia	266	224	490	24.069	10.907	34.975	15.194	50.169	193.916

Fonte: MiBACT-Visitatori e introiti di Musei, Monumenti e Aree Archeologiche Statali. Anno 2017 (a) Cfr. nota 4

3. Offerta artistica e culturale nelle città

Tavola 3.11 - Visitatori e Introiti dei Musei, Monumenti ed Aree Archeologiche Statali per regione, ripartizione, tipologia di accesso e incassi. Anno 2018 (valori assoluti) (a)

REGIONI	Istituti		Visitatori (migliaia)					INCASSI (Migliaia di Euro)	
	A Pagamento	Gratuiti	Totale	Degli Istituti a Pagamento		Degli Istituti Gratuiti	Totale		
				Paganti	Non Paganti				
Piemonte	12	9	21	1.839	677	2.516	96	2.612	13.353
Lombardia	10	15	25	1.054	742	1.797	123	1.920	9.503
Veneto	14	2	16	724	260	984	7	991	3.063
Friuli-Venezia Giulia	3	10	13	186	148	334	830	1.164	1.726
Liguria	11	2	13	106	114	220	73	293	464
Emilia-Romagna	28	6	34	584	484	1.068	39	1.107	2.860
Toscana	31	33	64	5.223	1.836	7.059	503	7.562	48.969
Umbria	13	0	13	169	135	305	3	307	668
Marche	7	9	16	269	229	498	51	550	1.903
Lazio	48	49	97	8.892	3.349	12.242	12.765	25.007	84.317
Abruzzo	7	18	25	41	53	94	60	154	146
Molise	11	2	13	30	33	63	21	83	92
Campania	31	34	65	5.050	2.590	7.640	3.865	11.505	58.016
Puglia	10	9	19	291	304	596	200	795	1.842
Basilicata	11	4	15	83	133	215	47	262	219
Calabria	11	9	20	169	191	360	138	498	921
Sardegna	15	4	19	274	111	384	120	504	1.569
Italia	273	215	488	24.984	11.389	36.372	18.941	55.314	229.631
Nord-ovest	33	26	59	2.999	1.533	4.533	292	4.825	23.320
Nord-est	45	18	63	1.494	892	2.385	877	3.262	7.649
Centro	99	91	190	14.553	5.550	20.103	13.323	33.426	135.857
Sud	81	76	157	5.664	3.303	8.967	4.331	13.298	61.236
Isole	15	4	19	274	111	384	120	504	1.569
Italia	273	215	488	24.984	11.389	36.372	18.941	55.314	229.631

Fonte: MiBACT - Visitatori e introiti di Musei, Monumenti e Aree Archeologiche Statali. Anno 2018
(a) Cfr. nota 4.

Tavola 3.12 - Visitatori dei Musei, Monumenti ed Aree Archeologiche Statali per regione, ripartizione, tipologia di accesso e incassi complessivi. Anno 2018 (composizione percentuale) (a)

REGIONI	Visitatori				Incassi (Euro)	
	Degli Istituti a Pagamento		Degli Istituti Gratuiti	Totale		
	Paganti	Non Paganti				
Piemonte	7,4	5,9	6,9	0,5	4,7	5,8
Lombardia	4,2	6,5	4,9	0,7	3,5	4,1
Veneto	2,9	2,3	2,7	0,0	1,8	1,3
Friuli-Venezia Giulia	0,7	1,3	0,9	4,4	2,1	0,8
Liguria	0,4	1,0	0,6	0,4	0,5	0,2
Emilia-Romagna	2,3	4,2	2,9	0,2	2,0	1,2
Toscana	20,9	16,1	19,4	2,7	13,7	21,3
Umbria	0,7	1,2	0,8	0,0	0,6	0,3
Marche	1,1	2,0	1,4	0,3	1,0	0,8
Lazio	35,6	29,4	33,7	67,4	45,2	36,7
Abruzzo	0,2	0,5	0,3	0,3	0,3	0,1
Molise	0,1	0,3	0,2	0,1	0,2	0,0
Campania	20,2	22,7	21,0	20,4	20,8	25,3
Puglia	1,2	2,7	1,6	1,1	1,4	0,8
Basilicata	0,3	1,2	0,6	0,2	0,5	0,1
Calabria	0,7	1,7	1,0	0,7	0,9	0,4
Sardegna	1,1	1,0	1,1	0,6	0,9	0,7
Italia	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: MiBACT - Visitatori e introiti di Musei, Monumenti e Aree Archeologiche Statali Anno 2018
(a) Cfr. nota 4.

Le Tavole 3.11 e 3.12 mostrano, in valori assoluti e percentuali, i dati relativi al numero di strutture statali (a pagamento e gratuite), al numero di visitatori, paganti e non paganti, e agli incassi in euro. Anche in questo caso il Centro è la ripartizione territoriale dove si concentra la maggior percentuale dei valori, riguardo al numero totale delle strutture (38,9 per cento), e ancor di più per il totale dei visitatori (60,4 per cento) e il totale degli incassi



(59,2 per cento). Passando al livello regionale, in questo caso è il Lazio che occupa stabilmente la prima posizione (con rispettivamente il 19,9 per cento, il 45,2 per cento e il 36,7 per cento del totale nazionale). Seguono più a distanza Campania e Toscana, ma comunque con percentuali di molto superiori al resto delle altre regioni.

Il MiBACT rende altresì disponibili i dati mensili dei visitatori e degli incassi, di seguito riportati.

Tavola 3.13 - Visitatori nei Musei, Monumenti ed Aree Archeologiche Statali per regione, ripartizione e mese. Anno 2018 (composizione percentuale) (a)

REGIONI	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Totale complessivo
Piemonte	6,9	4,7	7,4	14,9	10,2	6,6	5,8	8,9	7,8	9,9	8,1	8,8	100,0
Lombardia	4,8	4,6	7,4	12,7	12,1	8,5	9,5	10,4	9,6	8,3	6,6	5,6	100,0
Veneto	5,3	6,6	9,7	12,5	11,2	7,9	7,4	8,3	9,0	10,0	6,4	5,8	100,0
Friuli-Venezia Giulia	3,7	2,6	8,8	15,1	13,2	8,5	9,0	11,5	10,0	7,7	4,9	5,0	100,0
Liguria	4,7	5,5	5,3	14,2	13,4	6,5	7,9	12,8	8,6	9,8	5,4	5,9	100,0
Emilia-Romagna	3,9	4,4	7,4	18,0	13,8	7,1	6,3	7,7	8,6	9,5	7,6	5,8	100,0
Toscana	4,5	5,3	8,2	10,9	10,9	9,8	9,9	10,1	10,0	8,9	6,1	5,4	100,0
Umbria	4,0	3,4	6,4	14,6	10,3	8,5	10,3	14,2	9,3	7,5	5,6	5,9	100,0
Marche	3,5	2,5	7,7	16,3	12,9	7,9	9,4	14,9	9,1	5,2	4,9	5,6	100,0
Lazio	5,4	6,6	9,4	10,0	10,2	9,7	8,9	9,5	8,8	9,3	6,1	6,1	100,0
Abruzzo	3,6	3,8	6,6	11,5	12,7	8,9	10,5	16,6	9,7	6,2	5,0	4,7	100,0
Molise	2,8	1,7	4,5	16,7	16,3	11,2	8,8	19,3	7,1	4,4	3,5	3,6	100,0
Campania	3,1	5,4	8,5	12,5	12,4	9,5	9,3	9,8	10,1	9,7	4,1	5,7	100,0
Puglia	3,0	3,0	6,1	15,5	16,4	8,9	7,1	11,9	10,7	8,3	5,1	4,0	100,0
Basilicata	2,7	2,1	5,7	14,9	15,4	10,5	6,9	14,6	9,4	8,9	4,8	4,2	100,0
Calabria	2,1	2,2	5,1	11,3	12,9	9,1	10,9	22,8	9,9	6,1	3,7	3,8	100,0
Sardegna	1,8	1,4	2,5	9,9	13,7	11,9	14,3	18,6	14,8	7,4	1,9	1,9	100,0
Italia	4,6	5,6	8,6	11,5	11,2	9,4	9,0	10,0	9,3	9,2	5,7	5,9	100,0
Nord-ovest	6,0	4,7	7,2	14,0	11,1	7,4	7,4	9,7	8,6	9,3	7,4	7,3	100,0
Nord-est	4,2	4,4	8,6	15,3	12,8	7,9	7,6	9,2	9,2	9,0	6,3	5,5	100,0
Centro	5,2	6,2	9,1	10,3	10,4	9,7	9,2	9,8	9,1	9,2	6,1	5,9	100,0
Sud e Isole	3,0	4,9	7,9	12,6	12,8	9,6	9,4	10,9	10,2	9,4	4,0	5,3	100,0
Italia	4,6	5,6	8,6	11,5	11,2	9,4	9,0	10,0	9,3	9,2	5,7	5,9	100,0

Fonte: MiBACT - Visitatori e introiti di Musei, Monumenti e Aree Archeologiche Statali. Anno 2018
(a) Cfr. nota 4.

Le Tavole 3.13 e 3.14 mostrano la composizione percentuale dei visitatori e degli incassi in serie temporale mensile. Aprile rappresenta in media nazionale il mese con la percentuale più alta per il numero visitatori (11,5 per cento). Scendendo a livello di ripartizioni e poi di regioni, Aprile e Maggio si confermano nella maggior parte dei casi i mesi preferiti dai visitatori. Il mese di Agosto prevale invece nelle regioni Abruzzo, Molise, Calabria e Sardegna.

Se si esaminano invece gli incassi, Maggio e Agosto sono alla pari (11 per cento) a livello nazionale. Aprile invece condivide con i mesi suddetti la maggioranza dei valori percentuali nelle singole ripartizioni e regioni. In alcuni casi si posizionano in evidenza altri mesi: in particolare, Settembre prevale nelle circoscrizioni Nord-est e Sud, e a livello regionale in Lombardia, Campania e Puglia, mentre per Giugno il primato spetta al Lazio, per Gennaio alla Liguria e per Ottobre alla Basilicata.

Esaminando la composizione percentuale dei visitatori e degli incassi per mese (Figure 3.1 e 3.2), si nota in maniera evidente la stagionalità, più accentuata nel Sud e al Centro rispetto al Nord-ovest e al Nord-est. Ciò si spiega a seguito della diversa vocazione turistica delle zone: Sud e Isole sono decisamente più frequentate nei mesi estivi grazie alla vacanza balneare, che influisce in maniera sostanziale anche sulla vacanza culturale. Il Centro, pur avendo altrettante opportunità nei mesi estivi, beneficia di un afflusso maggiore anche nei

3. Offerta artistica e culturale nelle città

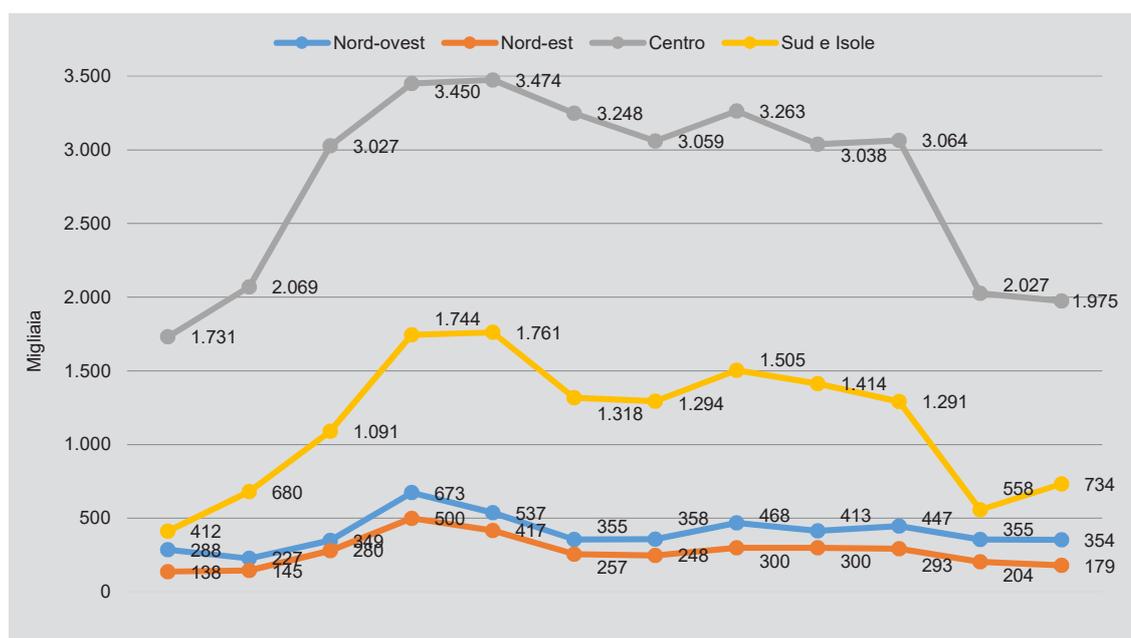
mesi primaverili e autunnali. Infine il Nord nel complesso beneficia di livelli di frequentazione più uniformi in tutti i mesi dell'anno, probabilmente in ragione di un miglior collegamento con le mete culturali, raggiungibili indifferentemente in qualsiasi periodo dell'anno.

Tavola 3.14 - Incassi nei Musei, Monumenti ed Aree Archeologiche Statali per regione e mese. Anno 2018 (composizione percentuale) (a)

REGIONI RIPARTIZIONI	Gen- naio	Feb- braio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Totale comples- sivo
Piemonte	7,5	4,8	7,7	13,8	9,5	6,7	6,2	9,3	8,2	8,5	8,7	8,9	100,0
Lombardia	6,2	5,4	6,7	9,6	9,7	9,0	9,4	10,6	10,7	8,6	7,1	6,8	100,0
Veneto	5,4	6,5	8,8	10,5	11,2	8,0	6,8	7,8	11,1	11,0	7,0	6,0	100,0
Friuli-Venezia Giulia	3,5	2,1	3,6	8,8	10,2	7,3	10,9	16,4	15,1	10,6	5,1	6,5	100,0
Liguria	12,3	11,0	7,3	9,8	9,4	6,7	9,4	10,7	7,0	5,6	4,9	5,8	100,0
Emilia-Romagna	4,3	3,2	5,9	14,8	12,1	8,8	7,8	10,6	10,7	9,7	6,4	5,6	100,0
Toscana	3,3	3,6	7,3	10,1	11,7	10,8	10,7	10,9	11,7	10,3	5,2	4,4	100,0
Umbria	3,8	2,7	5,3	12,7	10,2	9,2	11,4	15,8	10,6	8,2	4,8	5,3	100,0
Marche	2,8	1,5	3,8	12,9	9,8	9,9	10,8	18,5	12,4	6,2	4,8	6,6	100,0
Lazio	5,2	6,0	9,9	9,1	10,0	11,6	9,0	10,2	9,0	8,5	5,7	6,0	100,0
Abruzzo	4,4	3,4	5,2	11,2	8,6	8,3	9,8	22,9	10,1	6,1	4,6	5,4	100,0
Molise	3,3	1,4	2,7	14,0	9,6	10,5	10,3	25,1	9,9	5,4	3,5	4,3	100,0
Campania	3,1	2,6	4,8	10,9	12,3	11,1	10,9	11,8	12,6	11,1	4,7	4,2	100,0
Puglia	2,2	1,6	3,9	12,9	13,5	11,3	8,6	14,4	15,1	10,2	3,3	3,0	100,0
Basilicata	3,1	1,6	3,9	13,7	8,9	9,4	7,5	16,7	12,0	13,0	5,2	4,9	100,0
Calabria	2,1	1,4	3,4	9,2	10,2	11,5	11,6	25,2	13,2	7,6	1,8	2,7	100,0
Sardegna	1,3	0,9	1,9	8,1	12,0	12,9	14,8	20,5	17,0	7,6	1,6	1,4	100,0
Italia	4,3	4,4	7,5	10,2	11,0	10,8	9,7	11,0	10,8	9,6	5,5	5,3	100,0
Nord-ovest	7,1	5,1	7,3	12,0	9,6	7,7	7,6	9,9	9,2	8,5	8,0	8,0	100,0
Nord-est	4,6	4,3	6,5	11,7	11,3	8,1	8,1	10,8	11,9	10,4	6,3	6,0	100,0
Centro	4,4	5,1	8,8	9,5	10,6	11,3	9,6	10,6	10,1	9,1	5,5	5,4	100,0
Sud e Isole	3,0	2,5	4,7	10,9	12,2	11,1	10,9	12,4	12,8	10,9	4,5	4,1	100,0
Italia	4,3	4,4	7,5	10,2	11,0	10,8	9,7	11,0	10,8	9,6	5,5	5,3	100,0

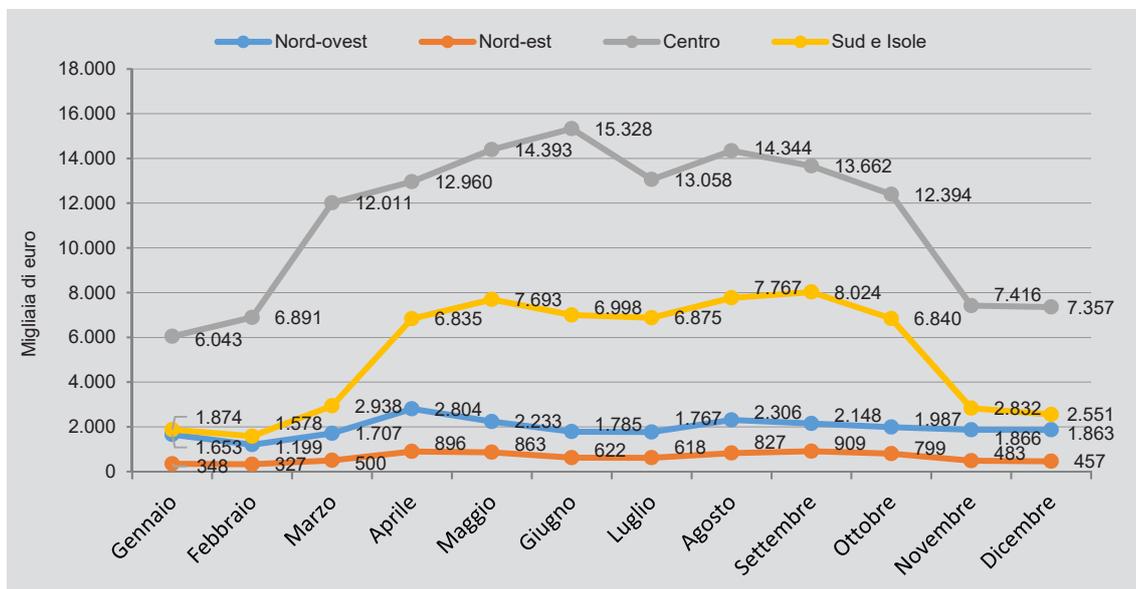
Fonte: MiBACT - Visitatori e introiti di Musei, Monumenti e Aree Archeologiche Statali. Anno 2018
(a) Cfr. nota 4.

Figura 3.1 - Visitatori nei Musei, Monumenti ed Aree Archeologiche Statali per ripartizione e mese. Anno 2018 (valori assoluti in migliaia)



Fonte: MiBACT - Visitatori e introiti di Musei, Monumenti e Aree Archeologiche Statali. Anno 2018

Figura 3.2 - Incassi nei Musei, Monumenti ed Aree Archeologiche Statali per ripartizione e mese. Anno 2018 (valori assoluti in migliaia di euro)



Fonte: MiBACT - Visitatori e introiti di Musei, Monumenti e Aree Archeologiche Statali. Anno 2018

4. RICOGNIZIONE DELLA SPESA DI TURISTI STRANIERI IN ITALIA¹

4.1 La spesa per i luoghi della cultura

Un contributo significativo alla conoscenza delle risorse che ruotano attorno ai luoghi della cultura proviene dall'indagine campionaria della Banca d'Italia sul turismo internazionale. Gli obiettivi principali dell'indagine sono quelli di ottenere statistiche di quantità sulla spesa turistica per la bilancia dei pagamenti e raccogliere informazioni sulle caratteristiche del mercato dei servizi turistici, utili per una migliore comprensione del fenomeno.

Le interviste sono effettuate mediante un questionario somministrato ad un campione casuale di viaggiatori, intervistati presso le varie frontiere (strade, ferrovie, aeroporti e porti internazionali), in più di sessanta punti selezionati come rappresentativi, in coincidenza del termine del soggiorno (cioè quando i viaggiatori residenti stanno facendo rientro in Italia e quando i non residenti la stanno lasciando). Tale tecnica comporta minori difficoltà nel ricordo delle spese sostenute da parte del viaggiatore rispetto, ad esempio, alle indagini telefoniche condotte a distanza di tempo dopo l'effettuazione del viaggio.

Il questionario è unico per tutti i punti di frontiera. Tra le principali informazioni richieste al viaggiatore intervistato è presente il motivo del viaggio, e se trattasi di vacanza, la sua tipologia (culturale, mare, lago, montagna, altro). La rilevazione pertanto analizza le tipologie di turismo non in base all'offerta ricettiva, che si sa essere già classificata a priori, ma in base alla domanda, attraverso le motivazioni comportamentali, verificate a posteriori. Vengono effettuate circa 130 mila interviste annue, pari a circa l'1 per mille dei viaggiatori italiani e stranieri che attraversano le frontiere del paese; tale campione viene poi riportato all'universo di riferimento attraverso tecniche metodologiche che non verranno trattate in questa sede. Di seguito si evidenziano i dati di maggior interesse in relazione alle "vacanze culturali, in città d'arte" degli stranieri nel nostro Paese².

Tabella 4.1 - Spesa totale dei viaggiatori stranieri in Italia per motivo della vacanza. Anni 2015-2018 (valori assoluti in milioni di euro, composizione percentuale e variazioni percentuali 2018/2017)

MOTIVO DELLA VACANZA	Spesa in milioni di euro				Composizione %	Variazione %
	2015	2016	2017	2018	2018	2018/2017
Culturale, in città d'arte	13.040	13.932	15.515	15.787	57,4	1,8
Al mare	4.541	4.931	5.471	6.552	23,8	19,8
A lago	1.644	2.236	1.865	1.729	6,3	-7,3
In montagna	1.486	1.145	1.420	1.589	5,8	11,9
Altro	1.979	1.851	1.743	1.842	6,7	5,7
Totale	22.690	24.095	26.014	27.499	100,0	5,7

Fonte: Elaborazioni su dati dell'indagine campionaria della Banca d'Italia sul turismo internazionale. Anno 2018

¹ Il capitolo è stato curato da Beniamino Barile.

² Maggiori dettagli: <https://www.bancaditalia.it/statistiche/tematiche/rapporti-estero/turismo-internazionale/Metodologia-e-glossario.pdf>

Tabella 4.2 - Viaggiatori stranieri in Italia per motivo della vacanza. Anni 2015-2018 (valori assoluti in milioni, composizione percentuale e variazione percentuale 2018/2017)

MOTIVO DELLA VACANZA	Numero di viaggiatori in milioni				Composizione %	Variazione %
	2015	2016	2017	2018	2018	2018/2017
Culturale, in città d'arte	16,6	17,4	20,1	19,4	48,3	-3,5
Al mare	6,9	7,4	8,2	9,8	24,4	19,5
Al lago	3,7	4,8	3,7	3,1	7,7	-16,2
In montagna	3,9	3,2	3,4	3,5	8,7	2,9
Altro	4,3	4,7	3,6	4,4	10,9	22,2
Totale	35,4	37,7	38,9	40,2	100,0	3,3

Fonte: Elaborazioni su dati dell'indagine campionaria della Banca d'Italia sul turismo internazionale, Anno 2018

Appare subito evidente che lo scopo “culturale” della vacanza straniera è prevalente rispetto alle altre motivazioni, sia in termini di spesa che di numero di viaggiatori. Tale andamento trova ulteriore conferma esaminando il numero delle notti trascorse nelle varie località e si riflette anche sulla spesa media sostenuta per notte. In altre parole, il turista straniero che effettua una vacanza culturale non solo si trattiene più a lungo nel suo soggiorno, ma spende anche mediamente di più, sia rispetto ad altre tipologie di vacanze, sia rispetto alle vacanze considerate nel complesso.

Tabella 4.3 - Numero di notti dei viaggiatori stranieri in Italia per motivo della vacanza. Anni 2015-2018 (valori assoluti in milioni, composizione percentuale e variazione percentuale 2018/2017)

MOTIVO DELLA VACANZA	Numero di notti in milioni				Composizione %	Variazione %
	2015	2016	2017	2018	2018	2018/2017
Culturale, in città d'arte	100,9	105,0	120,5	117,7	48,9	-2,3
Al mare	51,6	55,3	60,7	71,9	29,9	18,5
Al lago	20,5	28,8	21,9	18,4	7,6	-16,0
In montagna	13,2	11,9	13,0	14,8	6,1	13,9
Altro	17,3	15,2	14,4	18,0	7,5	24,7
Totale	203,5	216,2	230,5	240,8	100,0	4,5

Fonte: Elaborazioni su dati dell'indagine campionaria della Banca d'Italia sul turismo internazionale. Anno 2018

Tabella 4.4 - Spesa media per notte dei viaggiatori stranieri in Italia per motivo della vacanza. Anni 2015-2018 (valori assoluti in euro)

MOTIVO DELLA VACANZA	Spesa media per notte in euro			
	2015	2016	2017	2018
Culturale, in città d'arte	129,2	132,7	128,7	134,1
Al mare	88,1	89,2	90,2	91,1
Al lago	80,2	77,6	85,1	94,0
In montagna	112,9	96,4	109,3	107,4
Altro	114,1	121,8	120,7	102,3
Totale	111,5	111,5	112,8	114,2

Fonte: Elaborazioni su dati dell'indagine campionaria della Banca d'Italia sul turismo internazionale. Anno 2018

Per quanto riguarda i comuni selezionati in questo studio, i dati sono ugualmente interessanti. Il “peso” della destinazione culturale ha un valore molto più alto rispetto a quello che si registra nel totale delle città rilevate dall'indagine, per tutte e tre le variabili esaminate (nell'anno 2018 si rilevano valori rispettivamente di 80,7 per cento contro 57,4 per cento per la spesa, di 74,2 per cento contro 48,3 per cento per il numero viaggiatori, e di 75,1 per cento rispetto a 48,9 per cento per il numero delle notti).

Inoltre, il peso che i comuni oggetto di studio hanno, rispetto al totale dei comuni osservati con l'indagine, vale l'85,2 per cento (nel 2018) in termini di spesa sostenuta, l'87,6 per cento per numero dei viaggiatori e l'83,3 per cento per le notti, mentre ne rappresentano una quota molto più ridotta per le altre tipologie di destinazioni.

4. Ricognizione della Spesa di Turisti Stranieri in Italia

Tavola 4.5 - Spesa, numero viaggiatori e numero notti dei viaggiatori stranieri per motivo della vacanza nei comuni selezionati. Anni 2015-2018 (valori assoluti e percentuali)

MOTIVO DELLA VACANZA	Spesa									
	In milioni di euro				Composizione %		Valore percentuale rispetto al totale nazionale			
	2015	2016	2017	2018	2018	2018/2017	2015	2016	2017	2018
Culturale, in città d'arte	11.183	12.103	13.368	13.453	80,7	0,6	85,8	86,9	86,2	85,2
Al mare	1.220	1.058	944	1255	7,5	32,9	26,9	21,5	17,3	19,2
Al lago	598	926	558	537	3,2	-3,8	36,4	41,4	29,9	31,1
In montagna	387	466	406	398	2,4	-2,0	26,0	40,7	28,6	25,0
Altro	1.052	992	849	1020	6,1	20,1	53,2	53,6	48,7	55,4
Totale	14.440	15.545	16.125	16.663	100,0	3,3	63,6	64,5	62,0	60,6

MOTIVO DELLA VACANZA	Numero di viaggiatori									
	In milioni				Composizione %		Valore percentuale rispetto al totale nazionale			
	2015	2016	2017	2018	2018	2018/2017	2015	2016	2017	2018
Culturale, in città d'arte	14,2	15,3	17,6	17,0	74,2	-3,4	85,5	87,9	87,6	87,6
Al mare	1,6	1,5	1,2	1,8	7,9	50,0	23,2	20,3	14,6	18,4
Al lago	1,3	1,7	1,1	1,0	4,4	-9,1	35,1	35,4	29,7	32,3
In montagna	1,1	1,3	0,9	0,9	3,9	0,0	28,2	40,6	26,5	25,7
Altro	1,8	2,1	1,5	2,2	9,6	46,7	41,9	44,7	41,7	50,0
Totale	20,0	21,9	22,3	22,9	100,0	2,7	56,2	57,8	57,3	56,7

Motivo della vacanza	Numero di notti									
	In milioni				Composizione %		Valore percentuale rispetto al totale nazionale			
	2015	2016	2017	2018	2018	2018/2017	2015	2016	2017	2018
Culturale, in città d'arte	83,2	88,3	100,0	98,1	75,1	-1,9	82,4	84,1	83,0	83,3
Al mare	12,1	10,9	9,3	13,7	10,5	47,3	23,5	19,7	15,3	19,1
Al lago	6,1	9,5	6,1	5,1	3,9	-16,4	29,8	33,0	27,8	27,7
In montagna	3,6	4,6	3,6	4,0	3,1	11,1	27,3	38,7	27,7	27,0
Altro	8,1	6,9	6,5	9,8	7,5	50,8	46,7	45,4	45,0	54,4
Totale	113,1	120,2	125,5	130,7	100,0	4,1	55,6	55,6	54,4	54,3

Fonte: Elaborazioni su dati dell'indagine campionaria della Banca d'Italia sul turismo internazionale. Anno 2018

4.2 La spesa media pro-capite degli stranieri nelle città d'arte

Per concludere, si prende in esame la spesa pro-capite media a notte: i valori sono mediamente più alti per le città selezionate (tranne quelle di montagna), che pertanto vengono considerate come località dove si può e si deve spendere qualcosa in più rispetto alla totalità delle città rilevate. Sotto quest'aspetto, le mete culturali non evidenziano apprezzabili incrementi di spesa (+2,3 per cento per il 2018, rispetto ad esempio alle località di lago che hanno un aumento invece dell' 11,4 per cento), forse in ragione del fatto che già mediamente nel loro complesso sono considerate concettualmente mete "expensive" (Tavola 4.6).

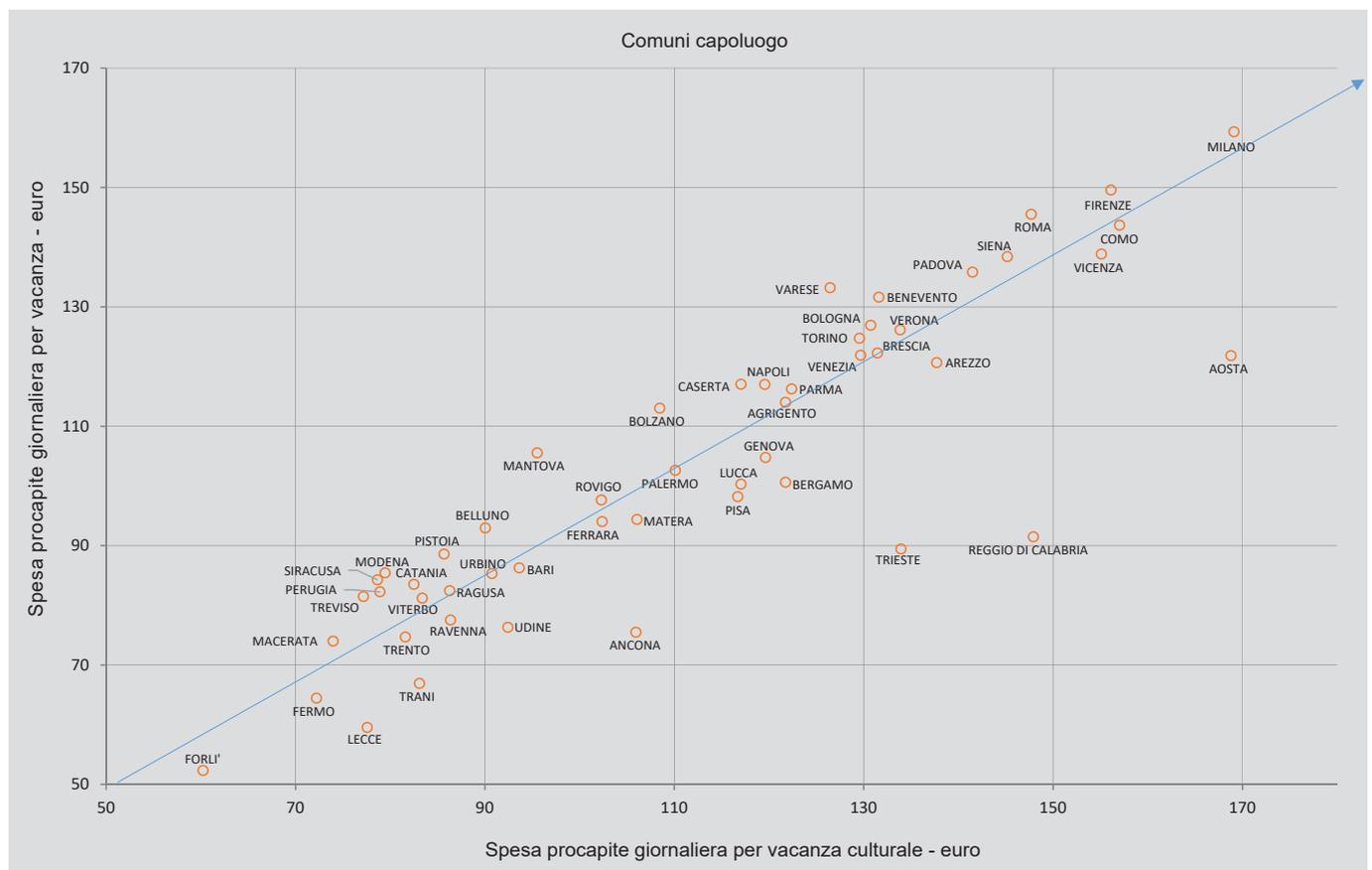
Tavola 4.6 - Viaggiatori stranieri in Italia per vacanza: spesa media per notte per motivo della vacanza nei comuni selezionati. Anni 2015-2018 (valori assoluti e differenze percentuali rispetto ai valori medi nazionali)

MOTIVO DELLA VACANZA	Spesa media per notte in euro				Differenza percentuale rispetto ai valori medi nazionali			
	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018
Culturale, in città d'arte	134,5	137,1	133,7	137,2	4,1	3,3	3,9	2,3
Al mare	100,5	96,7	101,2	91,4	14,1	8,5	12,2	0,3
Al lago	98,6	97,8	92,1	104,7	22,9	26,0	8,2	11,4
In montagna	108,6	102,3	113,0	100,0	-3,8	6,1	3,4	-6,9
Altro	129,5	143,7	130,6	104,3	13,5	18,0	8,2	1,9
Totale	127,7	129,4	128,5	127,5	14,5	16,1	13,9	11,6

Fonte: Elaborazioni su dati dell'indagine campionaria della Banca d'Italia sul turismo internazionale. Anno 2018

Nei grafici a dispersione (Figure 4.1 e 4.2) sono distribuite le città, distinte per capoluogo di provincia e non capoluogo di provincia, in base alla spesa pro-capite giornaliera dei viaggiatori stranieri nell'anno 2018. Sull'asse X è rappresentata la spesa sostenuta dai turisti che hanno scelto le destinazioni espressamente per effettuare una vacanza culturale; sull'asse Y, la spesa sostenuta considerando tutte le motivazioni per vacanza. Tutte le città che occupano l'area al di sotto della linea tracciata sul grafico hanno una spesa giornaliera pro-capite per la vacanza "culturale" mediamente superiore alla spesa media rilevata in quel comune per tutte le motivazioni legate alla vacanza. La maggioranza delle città selezionate in questo studio e rappresentate in figura mostra una modalità di offerta di beni e servizi culturali che induce il visitatore a spendere mediamente di più, se identifica nel comune visitato una valenza culturale.

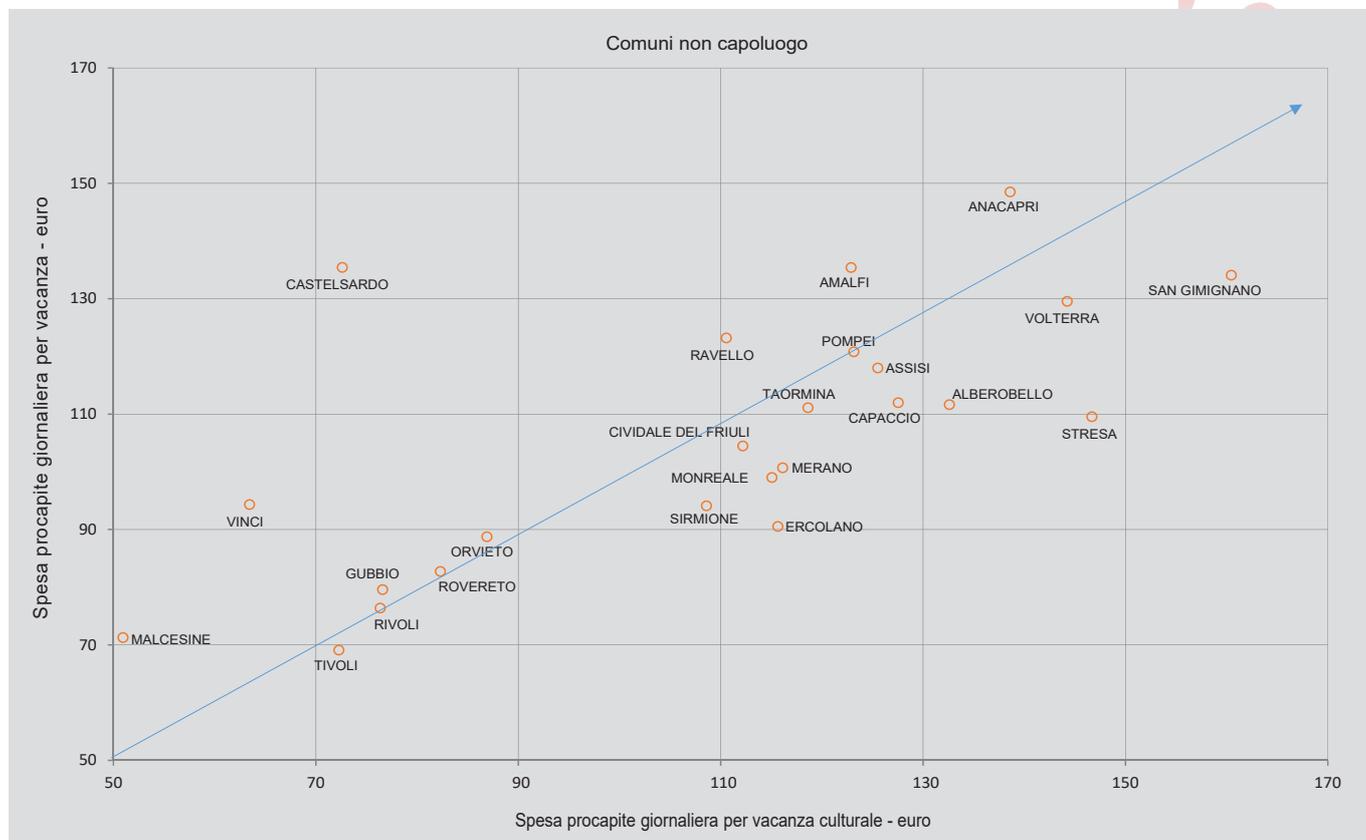
Figura 4.1 - Spesa pro-capite giornaliera per motivi culturali e per vacanza nel complesso per alcuni comuni capoluogo di provincia selezionati. Anno 2018 (valori assoluti in euro)



Fonte: Elaborazioni su dati dell'indagine campionaria della Banca d'Italia sul turismo internazionale. Anno 2018

4. Ricognizione della Spesa di Turisti Stranieri in Italia

Figura 4.2 - Spesa pro-capite giornaliera per motivi culturali e per vacanza nel complesso per alcuni comuni non capoluogo di provincia selezionati. Anno 2018 (valori assoluti in euro)



Fonte: Elaborazioni su dati dell'indagine campionaria della Banca d'Italia sul turismo internazionale. Anno 2018

5. MOTIVAZIONI DEI VIAGGI E DELLE VACANZE¹

5.1 Viaggi e vacanze

L'Istituto Nazionale di Statistica effettua, annualmente dal 2014, delle stime sul Turismo anche attraverso il focus "Viaggi e Vacanze" inserito nell'indagine sulle Spese delle Famiglie. L'obiettivo è di rilevare le informazioni sui movimenti turistici dei residenti in Italia e quantificare il numero e le caratteristiche dei viaggi effettuati per motivi di vacanza o di lavoro, sia in Italia che verso l'estero e la spesa sostenuta dalle famiglie per viaggiare.

Le stime fornite sono comparabili a livello internazionale e consentono di analizzare l'evoluzione dei comportamenti turistici degli individui.

Il turismo² è definito come l'insieme delle attività e dei servizi riguardanti le persone che si spostano al di fuori del loro 'ambiente abituale', per vacanza o per motivi di lavoro. Rientrano pertanto nei flussi turistici tutti gli spostamenti non abituali, con pernottamento (viaggi³) o senza (escursioni⁴). L'individuazione dell'ambiente abituale di una persona permette di distinguere il fenomeno turistico dalla mobilità degli individui, che non rientra nel campo di osservazione della domanda turistica.

L'Istat, nel 2019, ha stimato che il numero complessivo di viaggi con pernottamento, effettuato dai residenti in Italia, ha subito una flessione rispetto all'anno precedente, interrompendo così la tendenza positiva registrata a partire dal 2016 (Figura 5.1).

Nell'ambito della flessione complessiva del numero di viaggi effettuati nell'anno 2019 rispetto all'anno precedente, pari a -8,8 per cento, i viaggi con destinazione principale le località nazionali hanno subito una maggiore flessione, con un decremento rispetto all'anno precedente del 12,8 per cento. Per quanto riguarda le destinazioni, si è registrato il 76,2 per cento del totale viaggi diretto all'interno dell'Italia, mentre il restante 23,8 per cento è diretto all'Estero, prevalentemente verso i Paesi dell'Unione europea che hanno registrato 15,4 per cento del flusso. L'aumento della quota di viaggi diretta verso l'estero è in parte da ricondurre all'aumento di viaggi verso l'estero da parte di cittadini di origine straniera ma residenti in Italia verso i luoghi di origine (+26,4%), in prevalenza per far visita a parenti e amici.

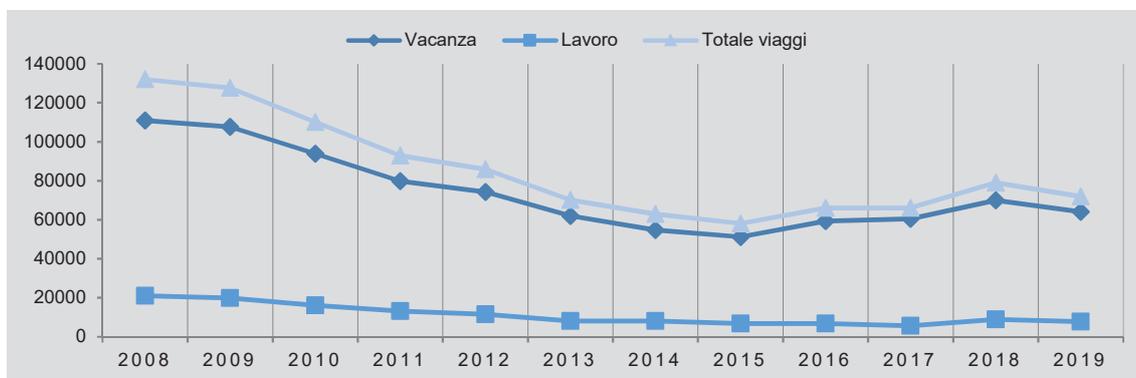
1 Il capitolo è stato curato da Anna Simona Vignes (parr.5.1, 5.2 e 5.3) e Angela Maria Digrandi (parr.5.4 e 5.5).

2 IRTS, International Recommendations for Tourism Statistics, UNWTO, 2010.

3 Viaggio: spostamento realizzato, per vacanza o per lavoro, fuori dal comune in cui si vive e che comporta almeno un pernottamento nel luogo visitato; sono esclusi i viaggi e gli spostamenti effettuati nelle località frequentate tutte le settimane (ritenuti abituali secondo la definizione di turismo per la domanda turistica), nonché i viaggi di durata superiore a un anno; in questi casi, infatti, il viaggio non costituisce flusso turistico poiché la località visitata viene associata al luogo in cui si vive.

4 Escursione: visita senza pernottamento effettuata fuori dal comune dove la famiglia vive abitualmente, diretta in località italiane o estere, con una durata di almeno tre ore nel luogo di destinazione, esclusi gli spostamenti di andata e ritorno. Sono escluse le eventuali escursioni che si effettuano durante i soggiorni di vacanza/lavoro, poiché il luogo di partenza e ritorno dell'escursione in questi casi non è il comune dove vive la persona intervistata, bensì il luogo di destinazione del viaggio personale o di lavoro. Sono altresì esclusi gli spostamenti che hanno carattere di periodicità/regolarità nell'arco del mese di riferimento (per esempio, per seguire un corso di studi, frequentare una palestra, fare la spesa). Le escursioni possono essere effettuate sia per motivi personali che per motivi di lavoro. Tra i motivi personali, figurano: piacere, svago, vacanza, visita a parenti o amici, motivi religiosi o di pellegrinaggio, formazione/cultura, cure termali o trattamenti di salute, visite e cure mediche, shopping; accompagnare un familiare/parente/amico.

Figura 5.1 - Viaggi per tipologia. Anni 2008-2019 (valori in migliaia)



Fonte: Istat, Indagine Viaggi e Vacanze. Anno 2019

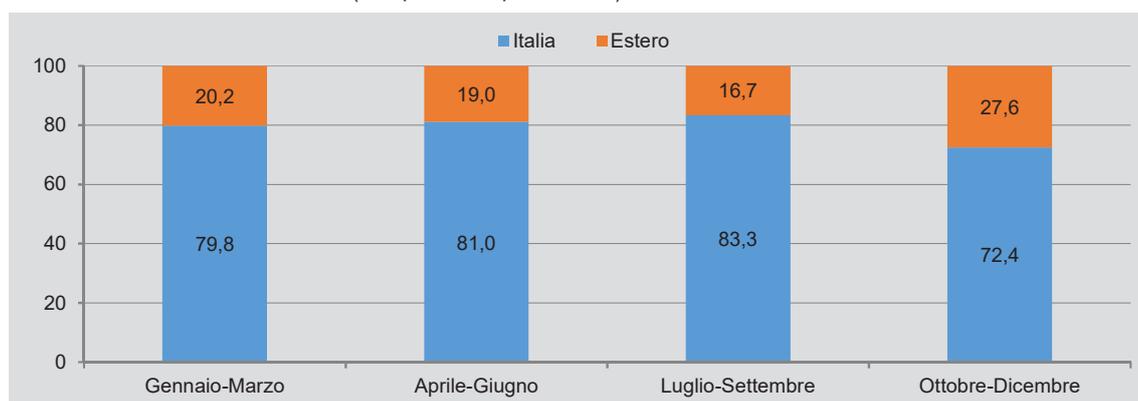
Nel 2019 il trimestre estivo si conferma quello con la più alta concentrazione di vacanze; partono, infatti, circa 23 milioni di persone, più di un terzo della popolazione, ovvero il 37,8 per cento, senza variazioni rispetto al 2018. Tra le motivazioni della scelta delle vacanze più della metà della popolazione, il 58,6 per cento, ha preferito vacanze per riposo e svago, il 16,4 per cento per le attività culturali, la quota restante per visitare le bellezze naturali del luogo, vacanza sport ed altre attività.

L'analisi che segue si configura come un focus che prende in considerazione i viaggi per attività culturali nelle città, secondo la definizione nell'indagine sulle Spese delle Famiglie, ed è stata realizzata utilizzando i microdati dell'indagine dell'anno 2018 resi disponibili alla data della chiusura di questa pubblicazione (22 aprile 2020).

5.2 La scelta della tipologia di viaggio e di vacanza: stagionalità e mete

A partire dall'analisi dei dati sulle scelte delle destinazioni dei viaggi sono stati selezionati gli individui che hanno viaggiato per piacere e svago, secondo la destinazione e il trimestre di riferimento. Si evidenzia che la decisione di optare per viaggi in Italia è più elevata nel trimestre estivo (con più dell'83 per cento) e nel trimestre primaverile con più dell'81 per cento delle preferenze (Figura 5.2).

Figura 5.2 - Motivazione del viaggio per "Piacere e svago", per destinazione in Italia e all'estero nel trimestre di rilevazione. Anno 2018 (composizione percentuale)



Fonte: Istat, Indagine Viaggi e Vacanze. Anno 2018

5. Motivazioni dei Viaggi e delle Vacanze

Tra le motivazioni delle vacanze, più della metà è finalizzata al “Divertimento, riposo o relax”, in particolare nei mesi estivi con una quota pari al 66,5 per cento; seguono le “Visite alle bellezze naturali del luogo” con valori simili in tutto l’anno (dal 14,8 per cento in inverno al 20,5 in autunno). Le vacanze finalizzate per attività culturali, che comprendono le componenti “Visite a patrimonio artistico” e “Partecipazione a manifestazioni culturali”, caratterizzano la scelta della vacanza nei mesi autunnali (23,4 per cento) e invernali (21,0 per cento) (Tavola 5.1).

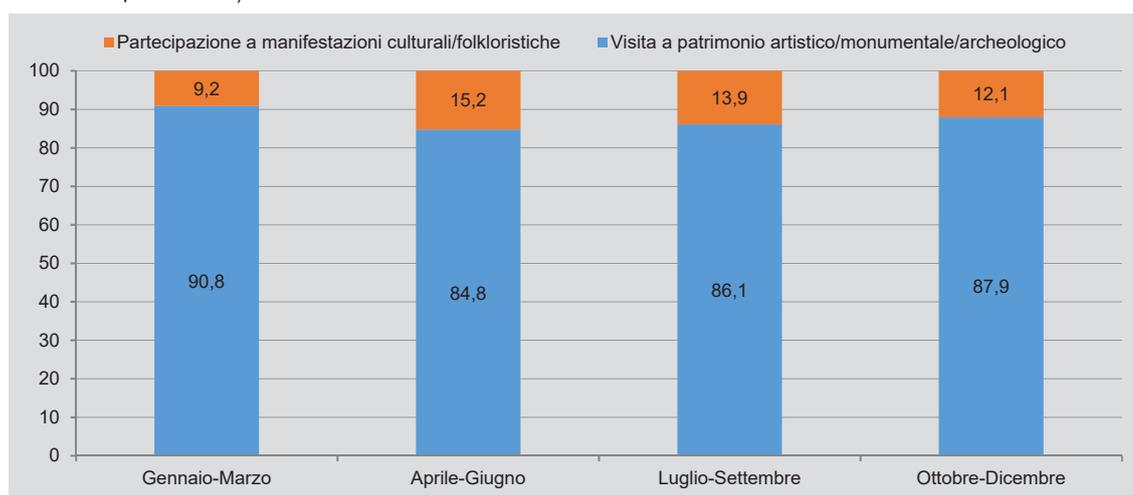
Tavola 5.1 - Viaggi in Italia per piacere e svago per tipo prevalente di attività nei trimestri di rilevazione. Anno 2018
(composizione percentuale)

Trimestre	Visita a patrimonio artistico/monumentale/ archeologico	Visita a bellezze naturali del luogo	Vacanza sport (settimana bianca, caccia o pesca)	Partecipazione a manifestazioni culturali/folkloristiche	Divertimento, riposo o relax	Altro	Totale
Gennaio-Marzo	21,0	14,8	23,1	2,1	33,9	5,1	100,0
Aprile-Giugno	16,8	17,9	5,1	3,0	48,1	9,1	100,0
Luglio-Settembre	7,7	18,8	2,6	1,2	66,5	3,2	100,0
Ottobre-Dicembre	23,4	20,5	11,7	3,2	35,6	5,6	100,0
Totale	14,0	18,1	7,6	2,1	52,9	5,3	100,0

Fonte: Istat, Indagine Viaggi e Vacanze. Anno 2018

Analizzando la scelta delle vacanze per attività culturali si osserva che in tutto l’anno la componente “Visite a patrimonio artistico, monumentale e archeologico” ha una incidenza nettamente superiore rispetto alla “Partecipazione a manifestazioni culturali/folkloristiche” (Figura 5.3).

Figura 5.3 - Viaggi per attività culturali per trimestre di rilevazione e per tipologia specifica. Anno 2018 (composizione percentuale)

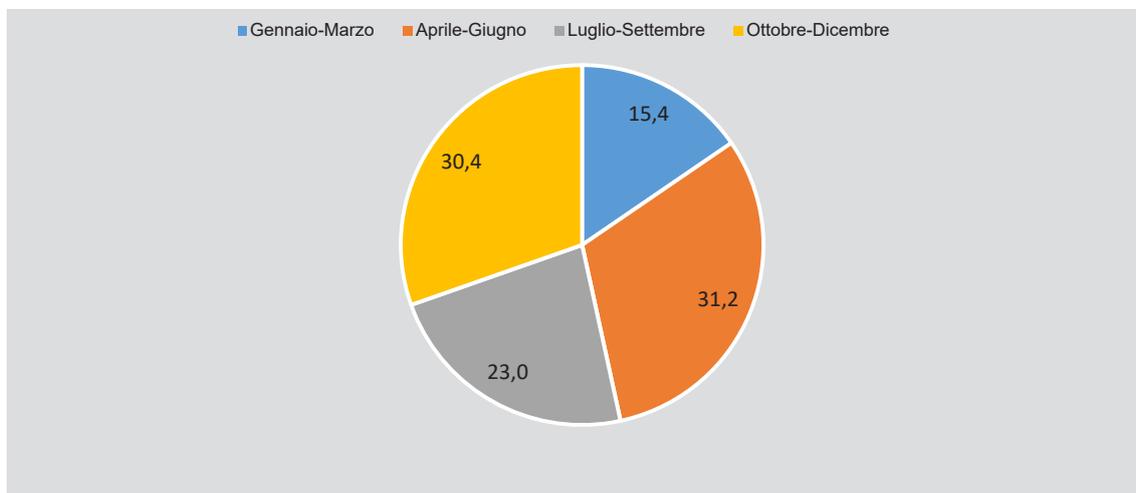


Fonte: Istat, Indagine Viaggi e Vacanze. Anno 2018

In particolare, i viaggiatori che si spostano in vacanza esclusivamente per attività culturali nelle città⁵ scelgono i mesi primaverili (31,3 per cento) e l’autunno (30,4 per cento) (Figura 5.4).

5 Per l’indagine “Viaggi e Vacanze” si connotano le caratteristiche della tipologia di luogo visitato (città, mare, campagna, montagna, altro tipo) oppure se si è trattato di una crociera.

Figura 5.4 - Viaggi di piacere e svago per attività culturali nelle città e per trimestre. Anno 2018 (composizione percentuale)

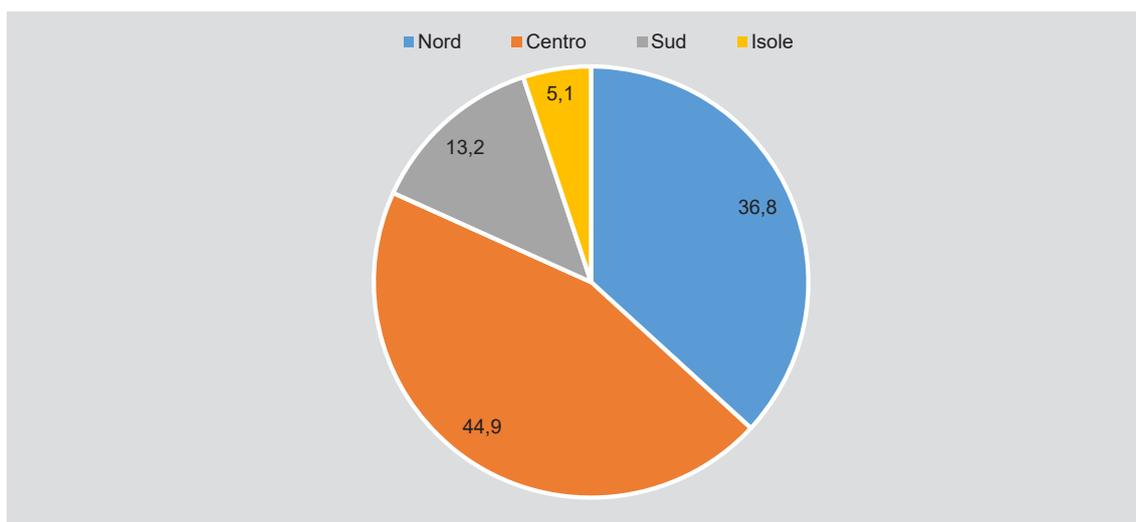


Fonte: Istat, Indagine Viaggi e Vacanze. Anno 2018

5.3 Stagionalità delle mete culturali

Analizzando le caratteristiche del luogo visitato e prendendo in considerazione i dati relativi ai viaggi effettuati per attività culturali, si osserva che sono maggiormente attrattive le mete localizzate nel Centro Italia (Figura 5.5) con il 44,9 per cento delle scelte, seguite dalle città del Nord (36,8 per cento).

Figura 5.5 - Viaggi per attività culturali per ripartizione geografica. Anno 2018 (composizione percentuale)

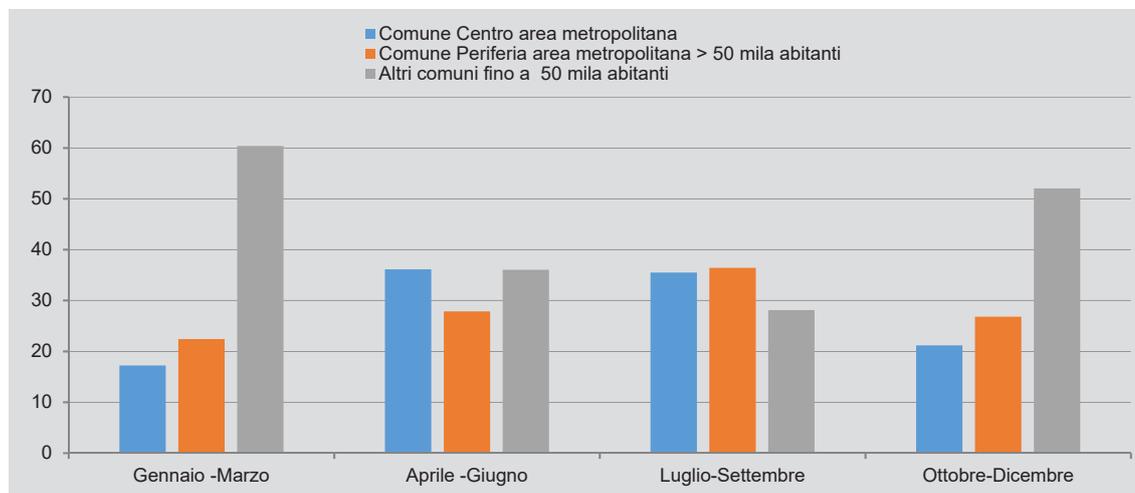


Fonte: Istat, Indagine Viaggi e Vacanze. Anno 2018

I comuni che attraggono la quota più elevata di visitatori per attività culturali in tutto l'anno, anche se con prevalenza nei mesi invernali, sono quelli fino a 50 mila abitanti; fa eccezione il terzo trimestre, nel quale prevale il gruppo dei comuni capoluogo delle Città metropolitane (Figura 5.6).

5. Motivazioni dei Viaggi e delle Vacanze

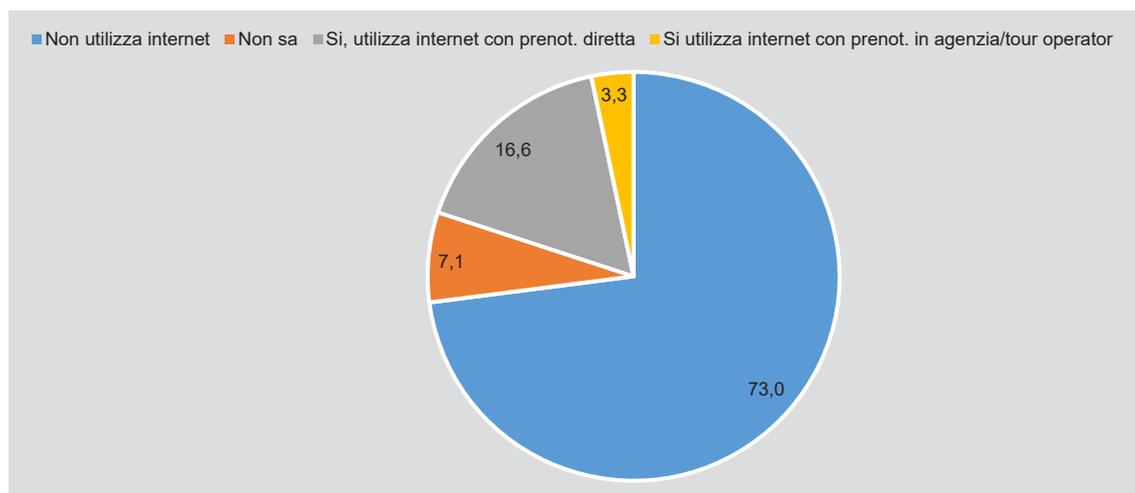
Figura 5.6 - Viaggi per attività culturali per tipologia di comune, per trimestre. Anno 2018 (composizione percentuale).



Fonte: Istat, Indagine Viaggi e Vacanze. Anno 2018

I viaggiatori per l'organizzazione dei propri viaggi scelgono se fare uso o meno di internet e possono effettuare una prenotazione in modo diretto o tramite l'agenzia e/o il tour operator. Nel 2018 circa il 20 per cento dei viaggiatori in Italia che si è mosso per visitare il patrimonio artistico/monumentale ha scelto il proprio alloggio per le vacanze nelle città via internet; meno del 17 per cento ha effettuato una prenotazione diretta tramite internet, mentre solo il 3,3 per cento delle agenzie e/o tour operator ha utilizzato internet per prenotare un alloggio. Il 73 per cento dei viaggi prenotati non sono stati organizzati via internet (Figura 5.7).

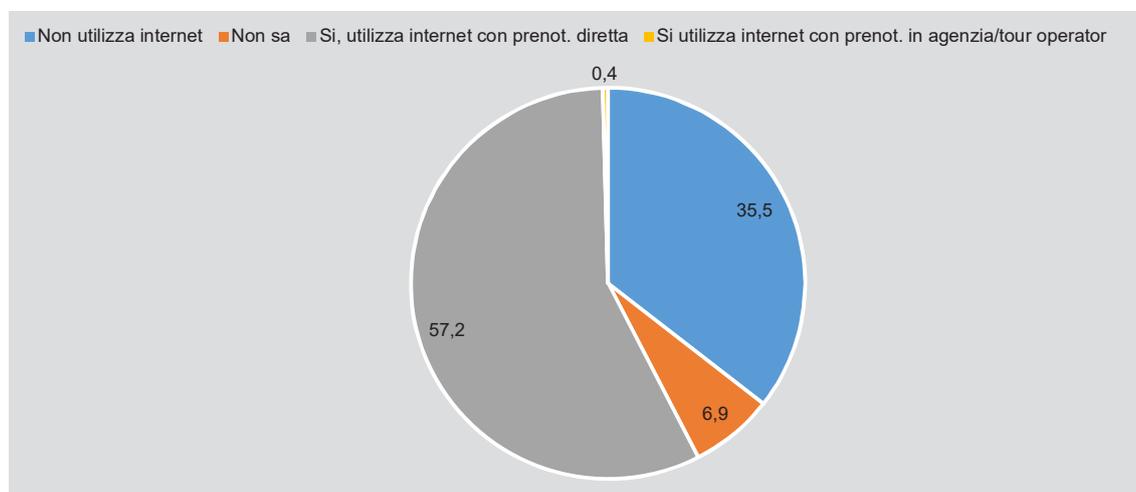
Figura 5.7 - Organizzazione della prenotazione per l'alloggio tramite internet. Anno 2018 (composizione percentuale)



Fonte: Istat, Indagine Viaggi e Vacanze. Anno 2018

Nello stesso anno, il 57,8 per cento dei viaggiatori ha scelto di prenotare il mezzo di trasporto per affrontare il viaggio tramite internet; il 5,16 per cento ha scelto la modalità prenotazione diretta via internet, lo 0,4 per cento invece ha optato per la prenotazione in agenzia o tour operator sempre tramite l'uso di internet. I viaggiatori che non hanno usato internet per avere la disponibilità dei mezzi di trasporto rappresentano il 35,55 per cento (Figura 5.8).

Figura 5.8 - Prenotazione del mezzo di trasporto tramite internet. Anno 2018 (composizione percentuale)



Fonte: Istat, Indagine Viaggi e Vacanze. Anno 2018

5.4 Nuove tecnologie di rilevazione degli spostamenti turistici. I Big Data

L'utilizzo delle tecnologie di comunicazione da parte della popolazione di tutti i Paesi del mondo ha creato una interconnessione continua di relazioni ma anche di tracce che tali interconnessioni lasciano sugli strumenti utilizzati. Tali tracce sono le più variegata, sia in termini di tipologia di strumento (fonia, ricerche su siti web, social media, sistemi di videosorveglianza, sistemi radar e satellitari per i movimenti di mezzi e persone), sia per quantità di informazione captata. I movimenti delle persone e, tra questi, l'individuazione di movimenti riconducibili a specifiche categorie di persone, quali i movimenti turistici, sono diventati oggetto di ricerche ed analisi. I big Data hanno una base comune: si tratta di quantità enormi di dati, molto più grandi di quanto gli attuali sistemi di elaborazione dati possano offrire, non sono strutturati, sono strettamente dipendenti dalla fonte, quasi sempre sprovvisti di meta-informazione. Costituiscono una sfida per lo statistico che, per trattarli ed elaborarne informazione utile, ha bisogno di cooperare con altri specialisti della tecnologia, di definire nuove metodologie di analisi e di trasformarsi in un data *scientist*. Non si tratta di una semplice nuova definizione di competenze che si aggiunge alle tradizionali branche di specializzazione demografica, economica e metodologica (per richiamare gli insegnamenti universitari), ma di un percorso di cambiamenti culturali e tecnologici, in quanto è necessario abbandonare anche molte definizioni dei contenuti di qualità delle fasi di una indagine, dalla progettazione alla produzione di informazione. Tali fasi non si confanno al trattamento dell'informazione prodotta dai big Data, che sono accessibili "in blocco" senza poter ricostruire le fasi con cui l'informazione è stata realizzata e senza poter valutare nessuno degli indicatori di qualità a cui lo statistico è abituato, primo tra tutti, la confrontabilità tra altre informazioni prodotte sulla stessa tipologia di universo di analisi.

La complessità dell'utilizzo dei big data per fini conoscitivi (peraltro con una serie di restrizioni quali costi da pagare o limitatezza delle informazioni che si possono richiedere) contrasta con la facilità con cui vengono continuamente alimentati. Mentre le ricerche tematiche che utilizzano i big data sono diventate così diffuse da non rendere percepibili i problemi appena accennati, una nuova frontiera di collaborazione deve svilupparsi per creare

5. Motivazioni dei Viaggi e delle Vacanze

nuovi approcci che portino in tempi brevi verso nuovi standard di coerenza e confrontabilità su cui innescare metodologie di analisi statistica che non potranno continuare ad essere quelle oggi possedute e insegnate. Gli elementi di debolezza accennati costituiscono anche il motivo per cui gli studi realizzati dall'Istat sono attualmente ancora diffusi sotto la categorizzazione di statistiche sperimentali⁶.

Il turismo ha subito più che qualunque altro settore terziario profonde trasformazioni soprattutto nell'ultimo quinquennio, quando i segni della crisi economica cominciavano ad allontanarsi e la debole ripresa dei consumi ha determinato nuovi modelli di vacanza e di viaggio. Fondamentali e interconnessi con il fenomeno dell'aumento dei flussi turistici sono stati i viaggi aerei low cost, la possibilità di alloggiare presso abitazioni di privati, la facilità di scegliere tra moltissime opzioni di meta e di spesa. Inoltre, attraverso la consultazione di siti web specializzati nella ricerca di *accommodation* in tutto il mondo si è resa possibile la consultazione e la scelta tra varie offerte ricorrendo anche alla possibilità di supporto nella scelta attraverso le recensioni dei clienti. Le recensioni sono in grado non solo di qualificare l'offerta in maniera più oggettiva rispetto alle pagine web delle strutture ricettive, ma anche di combinare le caratteristiche dell'alloggio offerto (localizzazione, vicinanza a siti turistici e a infrastrutture di trasporto ecc.) con specifiche *facilities* dell'accoglienza vicine alle aspettative del turista.

5.5 Tecniche di web scraping applicati ai dati del turismo

I big data sono alimentati dalle nostre relazioni ma ottenerli per analizzarne le caratteristiche non è così semplice. L'informazione che creiamo, lasciando traccia delle nostre relazioni, vengono trattenute dall'intermediario tecnologico che per restituirle può scegliere diverse modalità: costruire autonomamente informazione e restituirla a tutti gli utenti, consentire di effettuare il *download* ma per blocchi di informazioni di limitata ampiezza, consentire il *download* con l'impegno di non utilizzarla a fini commerciali. È anche diffusa la pratica dell'accordo di collaborazione tra gestore telefonico e amministrazione pubblica, ma spesso il costo della fornitura dei dati è elevato.

Un altro modo per ottenere l'informazione può essere lo scarico dei dati con tecniche di web scraping. Sono diversi i software che consentono di catturare informazione da una pagina web di una singola impresa o da siti quali Airbnb, Trip Advisor e simili. In Istat sono in corso diversi studi progettuali che hanno cominciato a diffondere statistiche che vengono raccolte sotto la categoria di "statistiche sperimentali"⁷ e presenti ufficialmente all'interno del Programma statistico nazionale 2020-2022. Prime esperienze sono state presentate in occasione dell'ultima Conferenza nazionale di statistica luglio 2018 - Big Data e altre fonti informative - tra cui i poster scientifici "Micro e Big data per la stima della popolazione a rischio vulcanico in Campania" e "Social mood on economy index". Un quadro più ampio e documentato può essere costruito consultando il Programma statistico nazionale.

6 <https://www.istat.it/it/statistiche/sperimentali/sperimentazioni-su-big-data>

7 https://www.istat.it/it/files//2018/06/a2_Experimental-statistics-produced-by-making-use-of-Big-Data.pdf



6. COMPETITIVITÀ E INDICATORI DI PERFORMANCE DEL TURISMO CULTURALE E CREATIVO¹

6.1 Le imprese del settore culturale e creativo

I servizi nel settore del turismo fanno riferimento a un complesso di attività differenti. Un'esatta misurazione nell'economia territoriale del peso del turismo d'arte deve tenere conto, da una parte, dell'attività economica tipicamente legata all'industria cosiddetta "culturale"² e, dall'altra, dell'attività degli artisti (e professionisti quali ad esempio restauratori) e dell'artigianato artistico connesso pro quota alla fruizione del turismo e definita industria "creativa".

Nel 2017³ sono più di 99 mila le imprese nelle città selezionate che rientrano nella classificazione dell'industria culturale e di quella creativa: il 95 per cento delle imprese considerate appartengono all'industria culturale e il 5 per cento a quella creativa. I territori con la maggiore presenza delle imprese dei settori considerati sono il Nord-ovest e il Centro, con poco più del 69 per cento, seguiti dal Nord-est, circa il 20 per cento, il Sud (7,3 per cento) ed infine le Isole (3,7 per cento) (Tavola 6.1).

Tavola 6.1 - Imprese e addetti per tipologia d'impresa e ripartizione territoriale nei comuni selezionati. Anno 2017

RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	Imprese			Addetti		
	Industria creativa	Industria culturale	Totale	Industria creativa	Industria culturale	Totale
Nord - ovest	978	33.741	34.719	1.901	94.641	96.542
Nord - est	1.067	18.619	19.686	2.829	45.968	48.797
Centro	2.238	31.658	33.896	6.484	69.911	76.394
Sud	361	6.841	7.202	755	12.253	13.008
Isole	231	3.457	3.688	480	7.980	8.460
Totale	4.875	94.316	99.191	12.448	230.753	243.201

Fonte: Istat, Archivio Statistico delle Imprese Attive (Asia). Anno 2017

Nel 2017 sono più di 243 mila gli addetti impiegati nel settore culturale e creativo nei comuni selezionati. La distribuzione sul territorio nazionale dei lavoratori riflette quella delle imprese: in particolare, quasi 4 su 10 addetti sono impegnati nel Nord-ovest, il 31,4 per cento nel Centro, il 20,1 per cento nel Nord-est, il 5,3 per cento nel Sud e il 3,5 per cento nelle Isole. In coerenza con l'andamento territoriale, gli addetti impegnati nelle industrie culturali del Nord-ovest si posizionano al primo posto, mentre per l'industria creativa è il Centro che primeggia con più della metà degli addetti impegnati.

- 1 Il capitolo è stato curato da Roberto Palumbo (par.6.1), Angela Maria Digrandi (parr.6.2, 6.3, 6.4 e 6.5) e Edoardo Patruno (i cartogrammi Figg.6.2, 6.3, 6.4, 6.5, 6.7, 6.8, 6.9, 6.10, 6.11, 6.12, 6.13).
- 2 Per "settore culturale" si intende qui l'insieme allargato delle attività economiche culturali e creative, definito attraverso un'approfondita analisi e selezione delle categorie Ateco 2007 a 5 digit, a partire da quelle individuate dal framework per le statistiche culturali proposto da Eurostat (2012), nonché sulla base delle ulteriori analisi di Fondazione Civita (2012) e Fondazione Symbola-Unioncamere (2014) e (2015), per tenere conto delle specificità del contesto nazionale. Questa stessa classificazione è già stata utilizzata da Istat (2015a) e Istat (2015b). Per la descrizione puntuale delle categorie Ateco relative alle "Attività economiche culturali, creative e di artigianato artistico" selezionate si rimanda al Glossario.
- 3 Il 2017 è l'ultimo anno per cui sono disponibili i dati disaggregati alla data di chiusura del presente lavoro, 22 aprile 2020.

Tavola 6.2 – Imprese e addetti per tipologia d'impresa e volume d'affari nei comuni selezionati. Anno 2017 (volume d'affari espresso in migliaia di euro)

VOLUME D'AFFARI (in migliaia di euro)	IMPRESSE			ADDETTI		
	Industria creativa	Industria culturale	Totale	Industria creativa	Industria culturale	Totale
< 20	1.133	29.588	30.721	1.309	31.985	33.294
20 -- 50	1.437	31.223	32.660	1.820	32.624	34.444
50 -- 100	854	13.236	14.090	1.622	16.335	17.958
100 -- 200	657	8.565	9.222	1.925	14.758	16.684
200 -- 500	512	6.134	6.646	2.597	18.823	21.420
500 -- 1.000	164	2.481	2.645	1.348	14.681	16.029
1.000 -- 5.000	112	2.423	2.535	1.694	34.183	35.877
>=5.000	6	666	672	131	67.363	67.494
Totale	4.875	94.316	99.191	12.448	230.753	243.201

Fonte: Istat, Archivio Statistico delle Imprese Attive (Asia). Anno 2017

Quasi una impresa su 3 produce un volume d'affari tra i 20 mila e i 50 mila euro; poco meno sono quelle con un fatturato inferiore a 20 mila euro. Analizzando la tipologia delle imprese, osserviamo che producono un volume d'affari fino a 50 mila euro quasi due imprese culturali su tre e quasi la metà delle imprese creative (Tavola 6.2).

Per quanto riguarda gli addetti, la quota più elevata di imprese del settore creativo e culturale riguarda quelle con un volume d'affari superiore a 5 milioni di euro, più di una su quattro. Nell'industria culturale, più di un addetto su quattro è impiegato nelle imprese che hanno un volume d'affari inferiore a 50 mila euro, mentre un addetto su quattro lavora per un'impresa che ha un volume d'affari superiore ai 5 milioni di euro. Diversa la struttura dimensionale per le imprese del settore creativo, nel quale tre addetti su quattro sono impiegati nelle imprese con un volume d'affari inferiore a 500 mila euro.

Tavola 6.3 - Imprese e addetti per tipologia d'impresa nei comuni selezionati. Anno 2017

REGIONI	Comune	Imprese			Addetti		Totale
		Industria creativa	Industria culturale	Totale	Industria creativa	Industria culturale	
Piemonte	Nichelino	5	78	83	11	137	148
	Racconigi	2	33	35	2	59	61
	Rivoli	6	212	218	7	619	626
	Stresa	3	17	20	3	26	29
	Torino	153	6.090	6.243	317	15.266	15.583
Valle d'Aosta	Venaria Reale	4	77	81	5	664	669
	Aosta	7	229	236	14	380	394
Lombardia	Fenis	-	1	1	-	2	2
	Bergamo	40	1.163	1.203	84	2.818	2.902
	Brescia	44	1.357	1.401	90	2.796	2.886
	Como	16	642	658	33	1.425	1.457
	Cremona	129	420	549	181	873	1.054
	Mantova	9	304	313	11	607	617
	Milano	413	19.437	19.850	836	61.926	62.761
	Pavia	12	373	385	22	557	579
	Sirmione	2	31	33	2	57	59
	Varese	32	523	555	89	1.144	1.233
Liguria	Genova	101	2.754	2.855	195	5.288	5.482
Trentino-Alto Adige	Bolzano	38	805	843	90	2.538	2.629
	Merano	29	236	265	60	433	493
	Rovereto	13	228	241	32	448	480
	Trento	19	733	752	65	1.695	1.760
Veneto	Belluno	4	208	212	6	385	391
	Malcesine	-	9	9	-	18	18
	Padova	76	1.564	1.640	190	3.056	3.246
	Rovigo	5	216	221	9	412	421
	Stra	2	33	35	3	111	114
	Treviso	16	704	720	32	1.222	1.255
	Venezia	253	1.916	2.169	663	4.881	5.544
	Verona	70	1.687	1.757	139	5.715	5.854
	Vicenza	134	806	940	584	2.201	2.784

Fonte: Istat, Archivio Statistico delle Imprese Attive (ASIA). Anno 2017

6. Competitività e indicatori di performance del turismo culturale e creativo

59

Tavola 6.3 - segue Imprese e addetti per tipologia d'impresa nei comuni selezionati. Anno 2017

REGIONI	Comune	Imprese			Addetti		Totale
		Industria creativa	Industria culturale	Totale	Industria creativa	Industria culturale	
Friuli-Venezia Giulia	Aquileia	-	11	11	-	21	21
	Cividale del Friuli	2	43	45	3	66	69
	Trieste	38	947	985	51	1.667	1.719
	Udine	32	737	769	54	1.320	1.375
Emilia-Romagna	Bologna	120	2.933	3.053	213	9.755	9.968
	Ferrara	20	593	613	43	894	937
	Forlì	37	578	615	101	1.564	1.665
	Maranello	4	52	56	17	161	178
	Modena	57	1.114	1.171	189	2.772	2.961
	Parma	41	1.266	1.307	74	2.426	2.500
	Piacenza	19	630	649	57	1.281	1.338
	Ravenna	38	570	608	153	927	1.080
Toscana	Arezzo	475	592	1.067	2.319	870	3.189
	Firenze	803	4.035	4.838	2.220	8.146	10.366
	Lucca	31	515	546	63	878	941
	Monteriggioni	3	47	50	4	82	86
	Pescia	6	53	59	9	109	118
	Pisa	27	448	475	76	767	843
	Pistoia	44	358	402	120	553	674
	Prato	65	851	916	218	2.074	2.292
	San Gimignano	9	30	39	18	58	76
	Siena	19	341	360	45	604	649
	Vinci	10	52	62	40	126	166
	Volterra	25	44	69	47	57	104
	Umbria	Assisi	12	124	136	17	265
Gubbio		21	109	130	47	194	242
Orvieto		24	103	127	50	162	212
Perugia		40	745	785	90	1.696	1.786
Marche	Spoleto	8	120	128	28	263	291
	Ancona	20	390	410	39	722	761
	Ascoli Piceno	23	261	284	53	593	647
	Fermo	16	160	176	32	307	339
	Gradara	2	7	9	4	9	13
	Macerata	27	225	252	69	365	434
Lazio	Urbino	6	91	97	14	150	164
	Roma	493	21.410	21.903	815	49.885	50.701
	Tivoli	11	197	208	16	313	328
	Veroli	3	39	42	3	44	47
	Viterbo	15	311	326	25	619	644
Campania	Amalfi	1	27	28	1	46	47
	Anacapri	4	19	23	5	44	49
	Benevento	5	230	235	5	339	344
	Capaccio Paestum	4	45	49	14	61	75
	Caserta	3	310	313	3	487	491
	Ercolano	8	71	79	14	98	112
	Napoli	185	3.315	3.500	460	6.064	6.524
	Pompei	3	73	76	9	120	129
	Ravello	-	9	9	-	12	12
Puglia	Alberobello	8	38	46	18	56	74
	Bari	40	1.135	1.175	61	2.291	2.353
	Brindisi	4	182	186	5	277	282
	Lecce	35	531	566	57	975	1.032
	Trani	18	136	154	30	293	323
	Matera	22	241	263	39	429	468
Basilicata	Reggio di Calabria	21	479	500	35	659	694
Calabria	Agrigento	7	157	164	8	242	250
Sicilia	Catania	52	811	863	111	1.779	1.889
	Monreale	12	30	42	20	35	55
	Palermo	98	1.860	1.958	224	5.025	5.249
	Ragusa	27	250	277	61	371	432
	Siracusa	26	297	323	34	446	480
	Taormina	6	40	46	17	58	76
	Castelsardo	3	12	15	5	23	28
Sardegna	Castelsardo	3	12	15	5	23	28
Totale		4.875	94.316	99.191	12.448	230.753	243.201

Fonte: Istat, Archivio Statistico delle Imprese Attive (ASIA) Anno 2017



Nella Tavola 6.3 si riporta il numero di imprese e di addetti impegnati nel settore culturale e creativo nei comuni selezionati. Quasi 1 addetto su 2 (46,6 per cento) degli addetti impiegati nelle più di 94 mila imprese dell'industria creativa e culturale lavora nel comune di Roma e di Milano.

Il 73 per cento delle imprese dei settori culturale e creativo dei comuni selezionati sono gestite da imprese individuali o da liberi professionisti o lavoratori autonomi, con un totale complessivo di più di 81 mila addetti, e solo il 17 per cento delle imprese ha una forma giuridica di società di capitale, con quasi 122 mila addetti (Tavola 6.4).

Tavola 6.4 - Imprese e addetti per tipologia d'impresa e forma giuridica nei comuni selezionati. Anno 2017

FORMA GIURIDICA	Imprese			Addetti		
	Industria creativa	Industria culturale	Totale	Industria creativa	Industria culturale	Totale
Imprenditore individuale, libero professionista e lavoratore autonomo	3.651	68.692	72.343	6.724	74.392	81.116
Società di persone	859	8.340	9.199	3.169	21.092	24.261
Società di capitali	360	15.984	16.344	2.541	119.339	121.880
Società Cooperativa	4	1.036	1.040	14	12.743	12.757
Altra forma giuridica	1	264	265	-	3.187	3.187
Totale	4.875	94.316	99.191	12.448	230.753	243.201

Fonte: Istat, Archivio Statistico delle Imprese Attive (ASIA) Anno 2017

Indagando ancora sulle imprese culturali e creative dei comuni selezionati si osserva che una impresa su 4 è molto giovane, nata non più di 2 anni prima, ed ancora 2 imprese su 5 hanno un'età non superiore a 5 anni (Tavola 6.5).

Tavola 6.5 - Imprese e addetti per tipologia d'impresa e classe di età dell'impresa nei comuni selezionati. Anno 2017

CLASSE DI ETÀ IMPRESA	IMPRESE			ADDETTI		
	Industria creativa	Industria culturale	Totale	Industria creativa	Industria culturale	Totale
0--2	723	24.441	25.164	1.736	31.812	33.549
3--5	530	12.903	13.433	1.484	24.548	26.032
6--10	698	15.360	16.058	1.692	30.524	32.215
11--15	573	12.655	13.228	1.357	28.565	29.922
16--20	651	10.366	11.017	1.573	36.106	37.678
21--25	468	5.976	6.444	1.138	20.912	22.050
26--30	387	4.567	4.954	944	17.781	18.725
31+	845	8.048	8.893	2.524	40.506	43.030
Totale	4.875	94.316	99.191	12.448	230.753	243.201

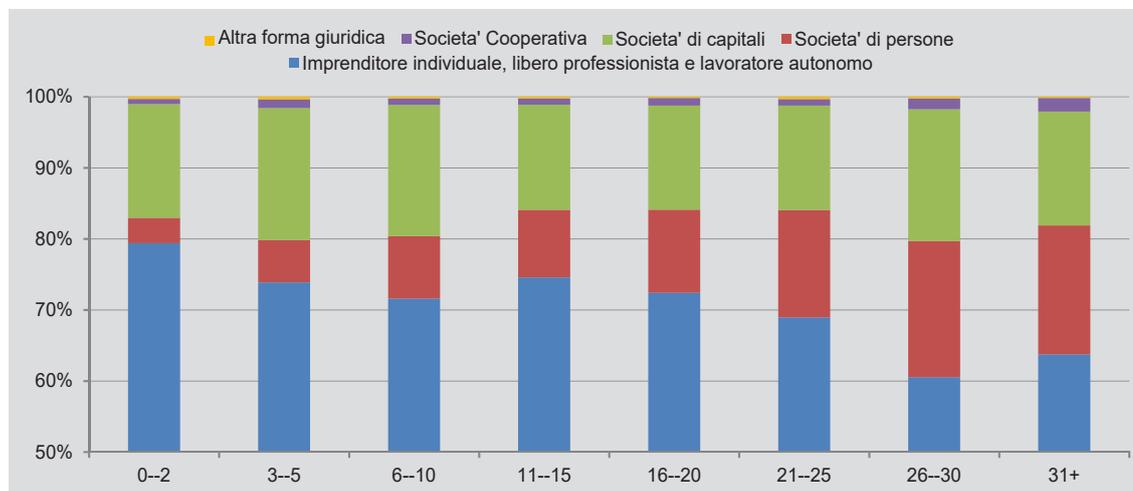
Fonte: Istat, Archivio Statistico delle Imprese Attive (ASIA). Anno 2017

Considerando gli addetti impiegati nelle imprese culturali e creative si nota che la più alta concentrazione di addetti, circa il 18 per cento, si riscontra nelle imprese con una antica tradizione lavorativa con più di 31 anni di età.

Di grande interesse è la Figura 6.1 che mette in evidenza le imprese culturali e creative per forma giuridica e classe di età dell'impresa. Quasi l'80 per cento delle imprese più giovani, fino a 2 anni di età, è costituita in forma di impresa individuale.

6. Competitività e indicatori di performance del turismo culturale e creativo

Figura 6.1 - Imprese culturali e creative per classe di età dell'impresa e forma giuridica nei comuni selezionati. Anno 2017



Fonte: Istat, Archivio Statistico delle Imprese Attive (ASIA). Anno 2017

6.2 Indicatori di performance del turismo d'arte

Dovendo procedere alla sintesi delle analisi presentate, non si è ritenuto utile effettuare analisi specifiche sull'industria turistica⁴, ma si è scelto di esplorare con diverse analisi l'indotto⁵ connesso alla presenza dei beni artistici, attrattori di turismo culturale.

I dati presentati nel precedente paragrafo hanno come riferimento una definizione estesa dell'indotto economico di uno specifico modello di turismo, quello motivato dall'arte e connesso alla fruizione dell'enorme patrimonio artistico e alla sua capacità di generare effetti di propulsione di un'economia di filiera ampia ed eterogenea. Questa interdipendenza viene ampiamente utilizzata ed è stata oggetto di misurazione tramite processi di stima, ma sostanzialmente esistono pochi esercizi di misura fondati su dati statistici micro. Peraltro, ottenere stime riferite a contesti complessi ma circoscritti, quali le città, risulta arduo. Manca tuttora un *frame ufficiale* e condiviso di riferimento.

Quello presentato di seguito si colloca nell'ambito dell'approccio economico e va interpretato come un primo tentativo. L'obiettivo è definire un contesto di analisi che prenda in considerazione i beni artistici in relazione alla loro concentrazione all'interno delle città e contemporaneamente misuri i flussi turistici e il sistema di produzione di beni e servizi connessi alla fruizione dei beni culturali.

4 Tale indotto è stato esplorato in numerosi recenti studi Istat e al momento del rilascio di questa ricerca è anche oggetto di misurazioni ad hoc volte a stimare l'impatto del COVID-19. <https://www.istat.it/it/archivio/242017>

5 https://www.treccani.it/enciclopedia/indotto_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/
L'indotto diretto è il complesso di imprese o artigiani che producono parti elementari necessarie alla realizzazione di prodotti finiti. Nel tempo il concetto di indotto ha assunto una specificazione più ampia, comprendendo le attività economiche anche di imprese quali poli industriali o singoli eventi (mostra, manifestazione sportiva, fiera). In questo caso sono considerati indotto di un evento le attività nate per soddisfare la domanda di servizi commerciali (ristoranti, hotel, edicole) o tecnici di supporto (trasporto di persone o di beni, logistica, assistenza) o di altro tipo.

È evidente, sotto il profilo generale, che l'ampliamento del contesto di analisi che si è tentato di realizzare comprende settori che sono dentro la filiera soltanto pro quota (peraltro, al momento non quantificabile). L'inclusione dei settori dell'industria culturale e di quella creativa amplia il contesto dello studio e amplifica gli effetti e le connessioni dei beni artistici con il territorio della città e ne definisce meglio il molteplice ruolo all'interno delle aree urbane: per i residenti, per i turisti, per i *city users*⁶ in generale.

Peraltro, bisogna tener presente che le città italiane sono da sempre anche luogo di produzione di beni. Il made in Italy ha sempre rappresentato una delle dimensioni produttive e non solo commerciali delle grandi città italiane. Passare dalla misura del sistema moda e agroalimentare alla misura della produzione di beni realizzati anche in vista del mercato dei potenziali visitatori dei beni artistici e dei turisti è un passo concettuale ammissibile.

Molte città hanno mantenuto al loro interno, spesso nei centri storici, una quota rilevante di produzione manifatturiera. Negli ultimi quarant'anni queste imprese hanno vissuto una contrazione quantitativa e dimensionale seguendo le linee della de-urbanizzazione e della ri-aggregazione territoriale nell'ambito dei distretti industriali prima (nei quali l'agroalimentare e la moda hanno sempre costituito il nucleo centrale), poi dei distretti produttivi. Pur variando le dinamiche di insediamento territoriale, il sistema manifatturiero del Made in Italy è rimasto in un rapporto stretto e bidirezionale con le città soprattutto per l'aspetto della commercializzazione. Di recente, i rapporti con le Università e i centri di ricerca hanno svolto non di rado il ruolo di ri-attrattori verso i centri urbani delle funzioni di progettazione e di design.

In questo processo, micro e macroeconomico al contempo, ci sono stati effetti di spill over di nuove attività imprenditoriali specializzate nell'artigianato artistico, in certe circostanze in grado di creare un connubio innovativo tra oggetti e temi tradizionali e materiali innovativi. Si pensi ai recenti sistemi di raffinata precisione dell'oggetto artistico artigianale realizzabile attraverso la tecnologia dell'internet delle cose. Inoltre, i sistemi di comunicazione e di marketing di tali piccoli laboratori di eccellenza operano talvolta in collaborazione con le Accademie d'Arte e con i Dipartimenti di Scienze della Comunicazione presenti nelle grandi città e con le imprese culturali che realizzano video e pubblicazioni veicolati sul web in tutto il mondo.

Analogo processo è in atto tra molti Musei e Istituzioni d'arte simili che puntano sui sistemi di promozione della loro offerta culturale ma anche di "immagine" fino a creare dei veri marchi di qualità in grado di attrarre visitatori "fidelizzati", sicuri che mostre e exhibition periodicamente offerti saranno di inequivocabile qualità esperienziale. Ancora poco numerosi ma di sicura efficacia sono gli esempi di gamification quali il video gioco "Father And Song" realizzato per il MANN (Museo archeologico di Napoli)⁷, per arrivare a nuovi pubblici attraverso la tecnologia e la rete mediante un'innovativa collaborazione tra il MANN e l'università Vanvitelli e realizzato attraverso un'esperienza di storydoing.

Nei capitoli precedenti, il focus è stato rivolto alle città in grado di sviluppare turismo attratto dall'arte. Nei cartogrammi che seguono (Figure 6.2-6.10) il punto focale si sposta dalla città artisticamente attrattiva al suo intorno territoriale presupponendo che il legame con l'esterno, con il continuum di arte, domanda e offerta turistica, generi un indotto di imprese culturali e creative le quali, a loro volta, sostengono e incrementano il turismo d'arte nelle città.

6 Per la definizione di *city users* cfr. "statistiche sperimentali" popolazione che usa il territorio, nota metodologica, <https://www.istat.it/it/archivio/239358>

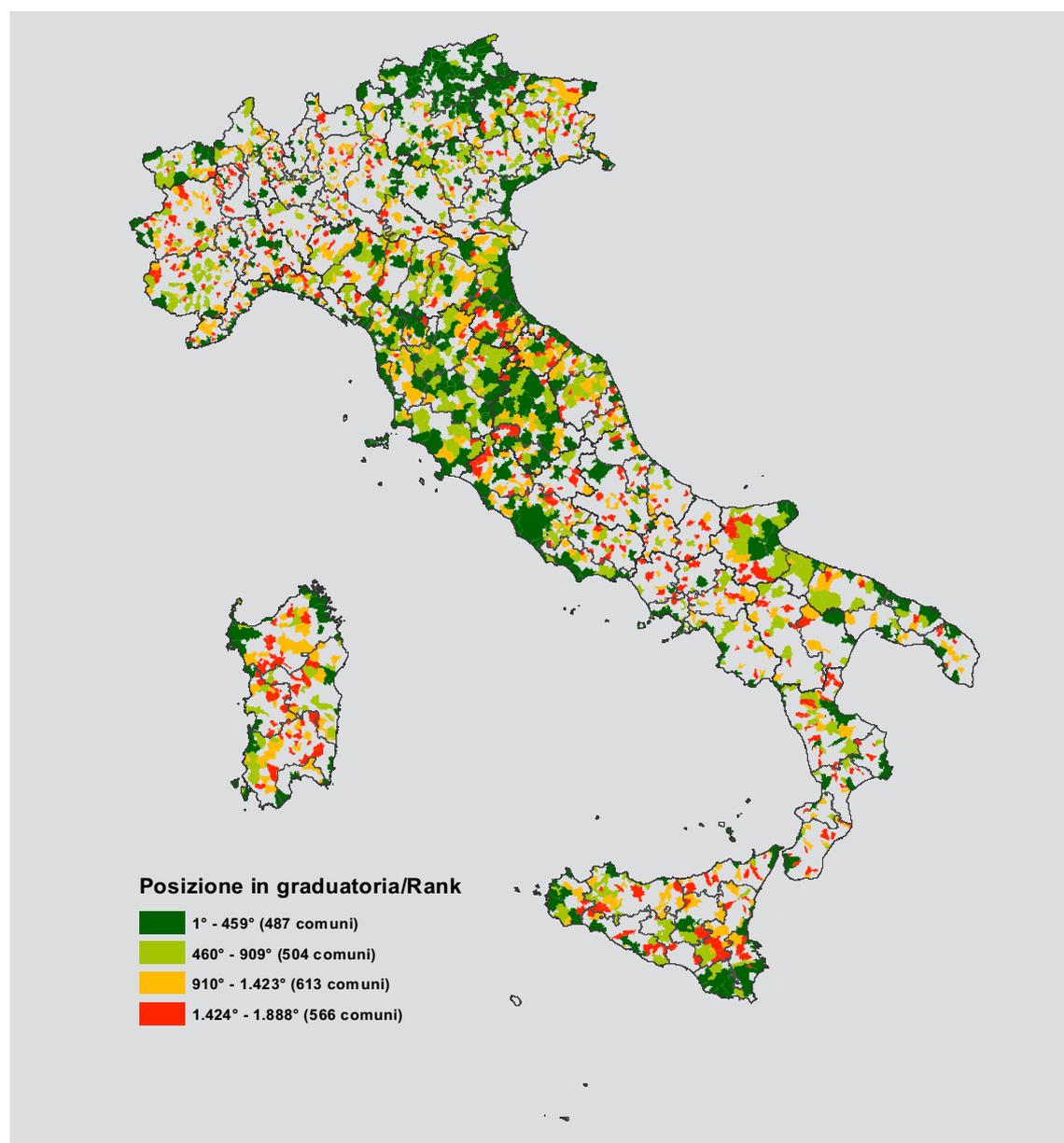
7 <https://www.museoarcheologiconapoli.it/it/father-and-son-the-game/>

6. Competitività e indicatori di performance del turismo culturale e creativo

In questo studio non è stato analizzato l'indotto turistico⁸; per un approfondimento sul tema si rinvia alla pubblicazione in nota. L'esclusione dall'analisi della filiera dell'indotto turistico diretto è da ricondurre all'obiettivo di questo studio, che ha voluto evidenziare le risorse artistiche strutturali (Musei e attrattori artistici) e la loro connessione con le risorse di produzione di beni e servizi culturali che ne consentono una migliore fruizione.

Nella Figura 6.2 sono raffigurati i comuni per numero di esercizi alberghieri, raggruppati in quartili della distribuzione. Il diverso numero di comuni che ricadono in ciascun quartile è da ricondurre al posizionamento di più comuni su uno stesso numero di esercizi.

Figura 6.2 - Comuni per posizione in graduatoria rispetto alla presenza del numero degli esercizi ricettivi alberghieri. Anno 2018



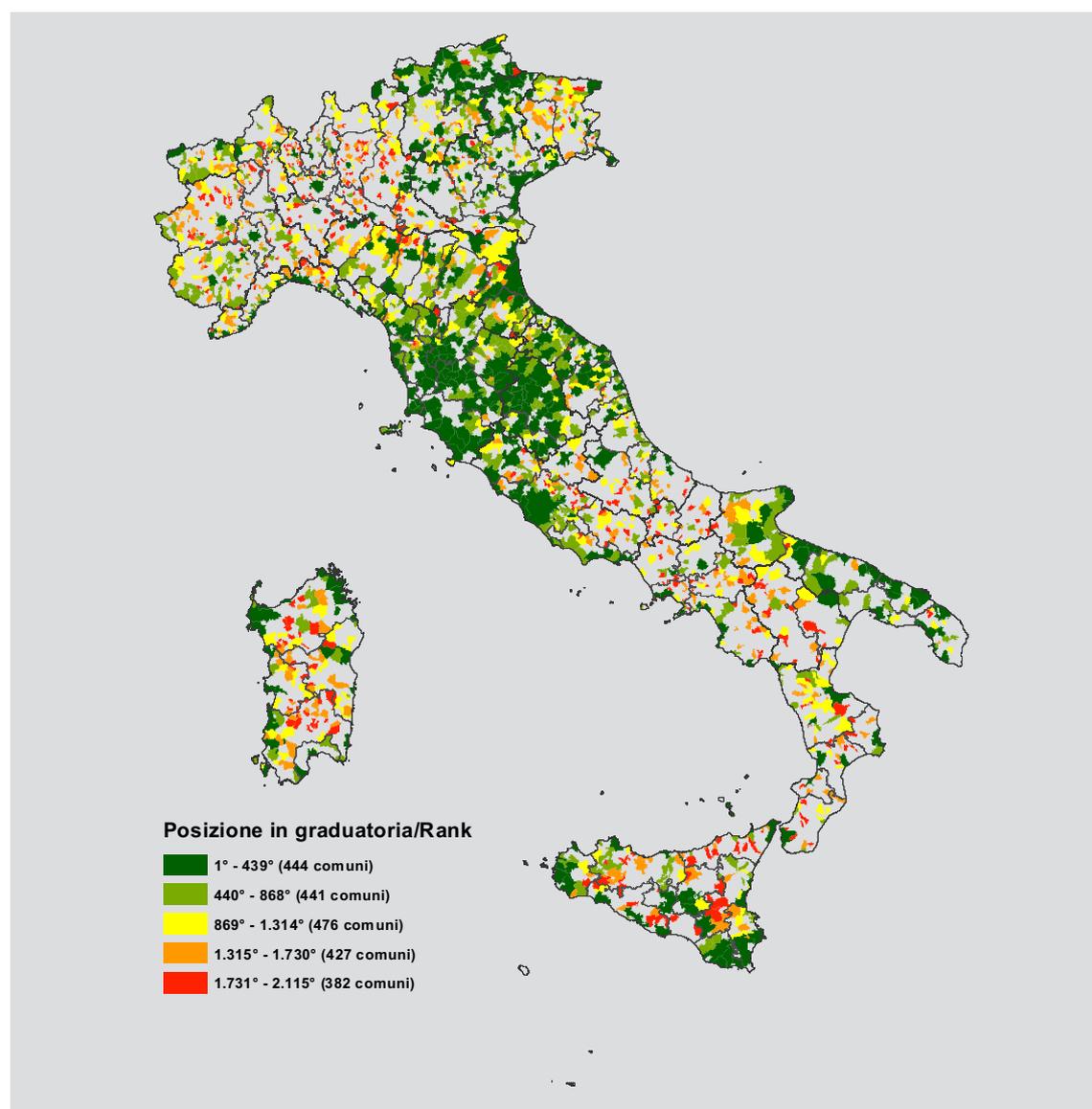
Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat, Capacità degli esercizi ricettivi. Anno 2018

8 Istat, Rapporto sulla competitività dei settori produttivi- Edizione 2020, "ruolo e performance del settore turistico italiano" pagg. 70-73.

I comuni raggruppati nel primo quartile hanno un numero elevato di esercizi ricettivi e di conseguenza è più raro che due o più comuni abbiano esattamente lo stesso numero di unità, mentre i comuni con un numero contenuto di esercizi ricettivi si collocano con maggiore frequenza sulla stessa posizione in graduatoria. L'analisi del cartogramma conferma che l'offerta ricettiva alberghiera risulta più diffusa nella macroarea del Centro Italia e in regioni quali il Trentino Alto Adige, la Liguria, l'Emilia Romagna e la Puglia. Significativa risulta altresì l'offerta ricettiva nelle aree costiere delle regioni Veneto, Campania, Sicilia e Sardegna.

Nella Figura 6.3 sono raffigurati i comuni per numero di esercizi extra-alberghieri, raggruppati in quintili della distribuzione. Si è adottata questa modalità di segmentazione per consentire una migliore leggibilità del cartogramma in quanto il recente aumento dell'offerta ricettiva extralberghiera ha determinato l'aumento del numero di comuni che presentano tale modalità di offerta. Nel 2018 erano 1.888 i comuni con almeno un albergo, mentre i comuni con almeno una struttura extralberghiera erano nello stesso anno pari a 2.115. Quello

Figura 6.3 - Comuni per posizione in graduatoria rispetto al numero degli esercizi ricettivi extra-alberghieri. Anno 2018



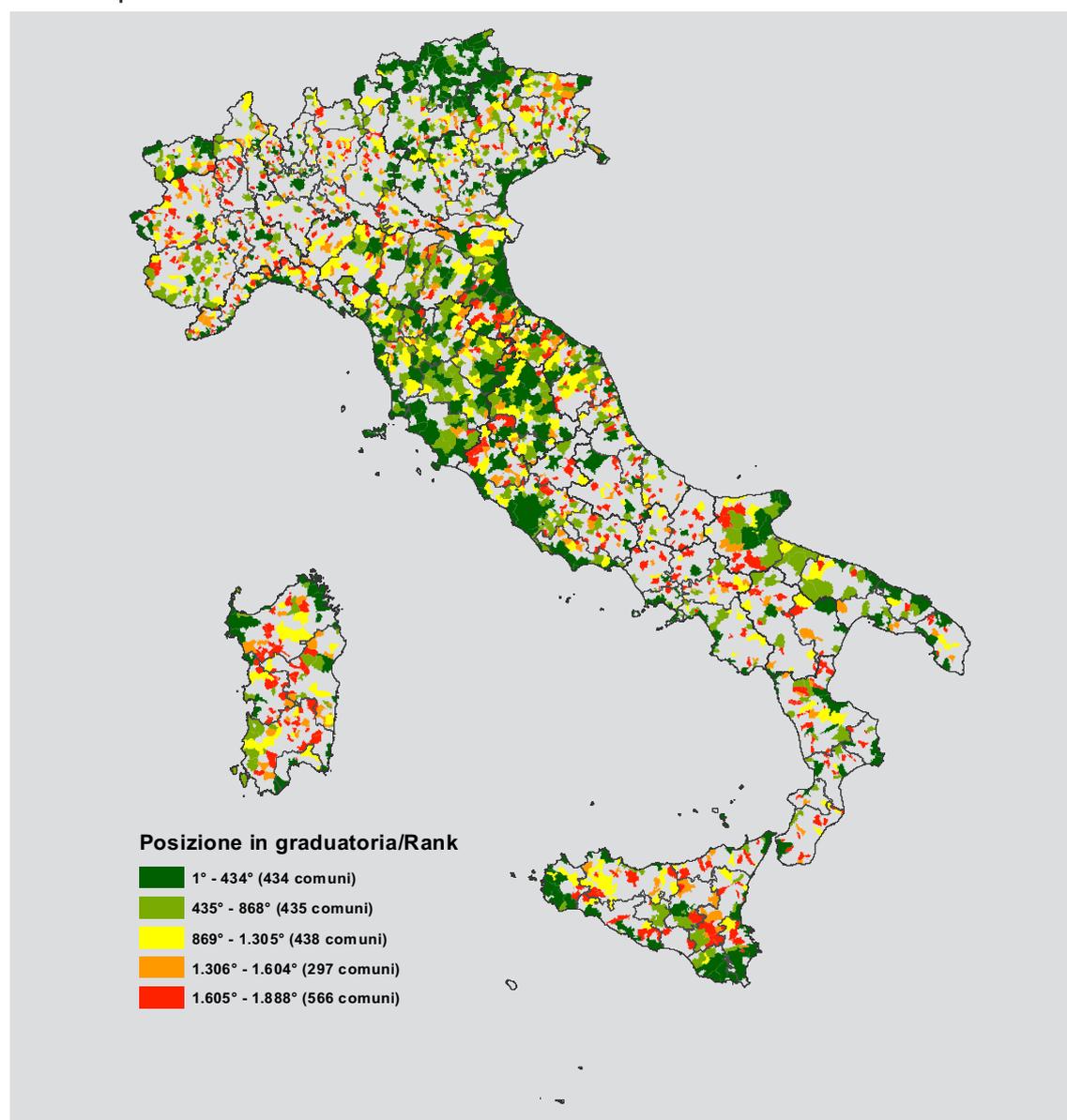
Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat, Capacità degli esercizi ricettivi. Anno 2018

6. Competitività e indicatori di performance del turismo culturale e creativo

che non cambia molto è la collocazione geografica dell'offerta che ricalca il cartogramma 6.2 a dimostrare che si amplia il numero di comuni ma non varia sostanzialmente il territorio in quanto rimane coinvolta prevalentemente l'area più vicina ai grandi attrattori ed è nelle città medio grandi che si registra l'intensificazione dell'offerta ricettiva complessiva.

Una rappresentazione non difforme è leggibile attraverso i cartogrammi 6.4 e 6.5 focalizzati sull'offerta alberghiera ed extra-alberghiera in termini di posti letto.

Figura 6.4 - Comuni per posizione in graduatoria rispetto al numero di posti letto negli esercizi ricettivi alberghieri presenti. Anno 2018

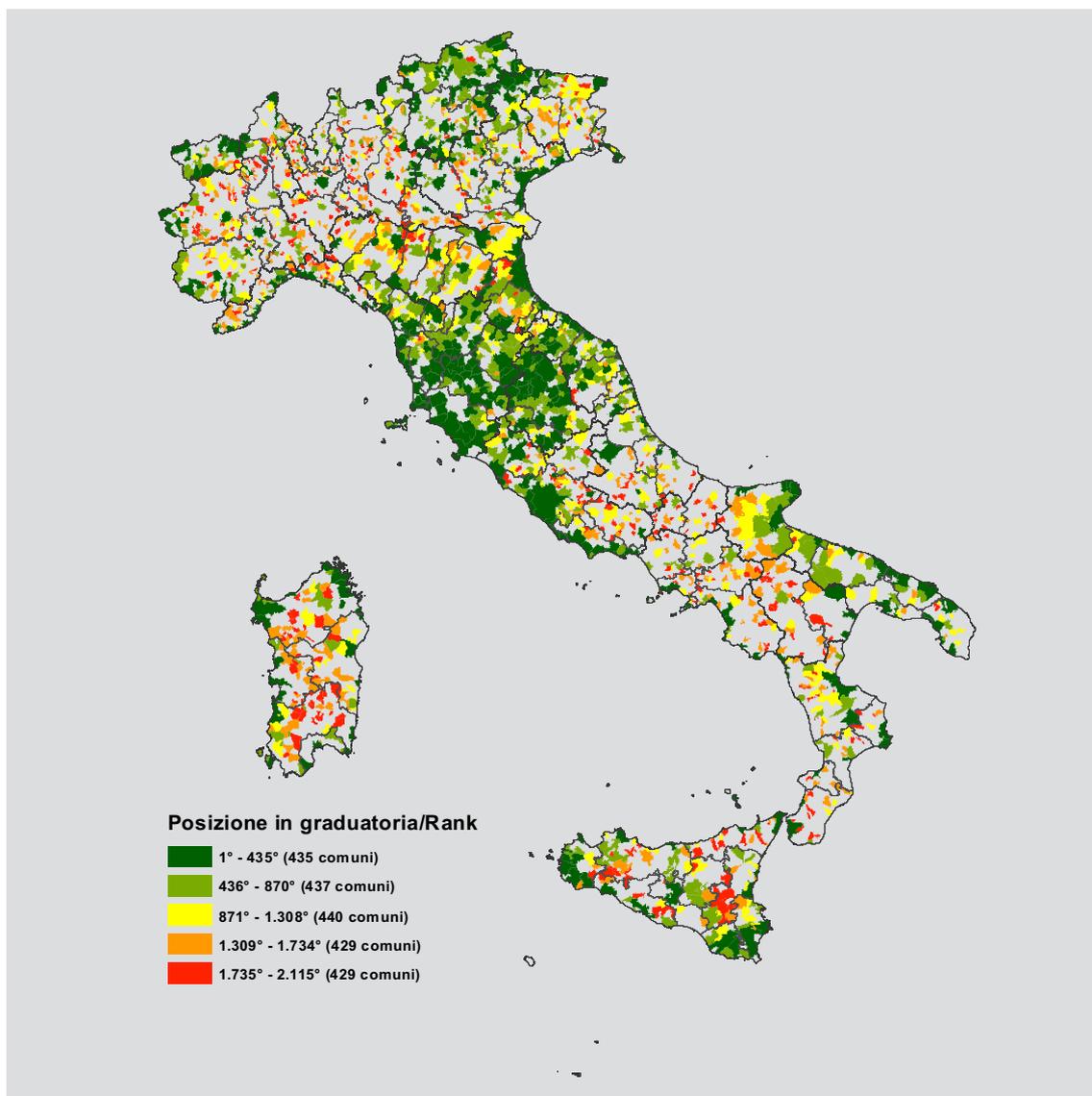


Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat, Capacità degli esercizi ricettivi. Anno 2018

Le cartografie 6.6 e 6.7 presentano rispettivamente la localizzazione degli istituti museali e simili e dei visitatori, suddivisi in tre gruppi in ragione della maggiore polarizzazione dell'offerta artistica nei comuni italiani. Si noti che il numero di comuni con pochissime strutture è molto elevato e che l'affluenza di visitatori si concentra nei grandi poli. Pertanto

è evidente la concentrazione del fenomeno analizzato in territori ricchi di offerta museale complessiva (tra grandi centri urbani e centri minori caratterizzati da elevata attrattività), confermando la specificità del turismo artistico in area urbana e la sua valenza per l'intera area vasta e per le economie regionali.

Figura 6.5 - Comuni per posizione in graduatoria rispetto al numero di posti letto negli esercizi ricettivi extra-alberghieri presenti. Anno 2018

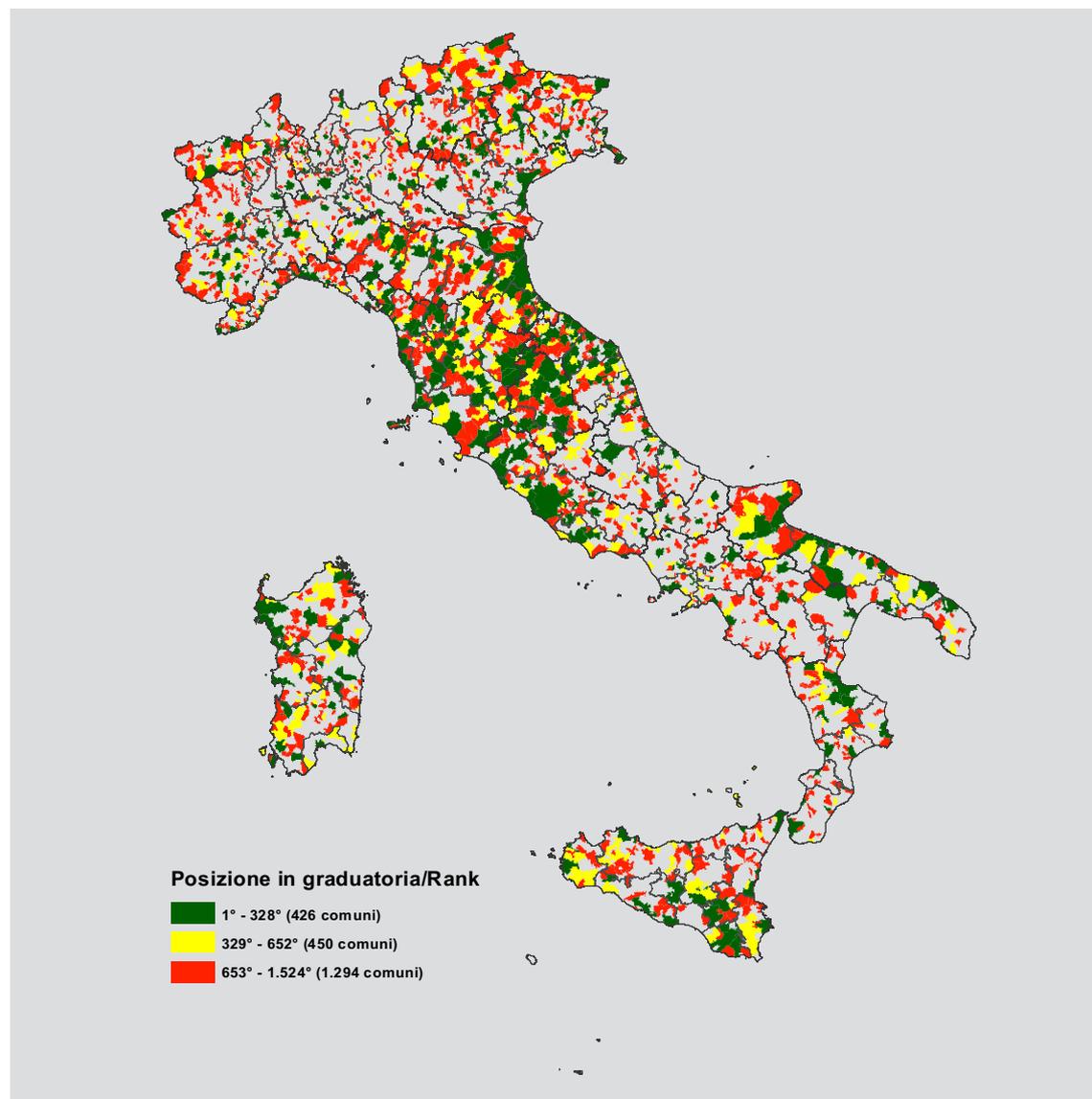


Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat, Indagine sui musei e istituzioni similari. Anno 2018

Nelle cartografie⁹ 6.8 e 6.9 l'analisi viene spostata sulle unità locali e gli addetti delle imprese culturali e creative e si conferma la relazione forte tra tutti i fenomeni rappresentati e di cui sono stati analizzati gli indicatori specifici per le città comprese nel panel selezionato.

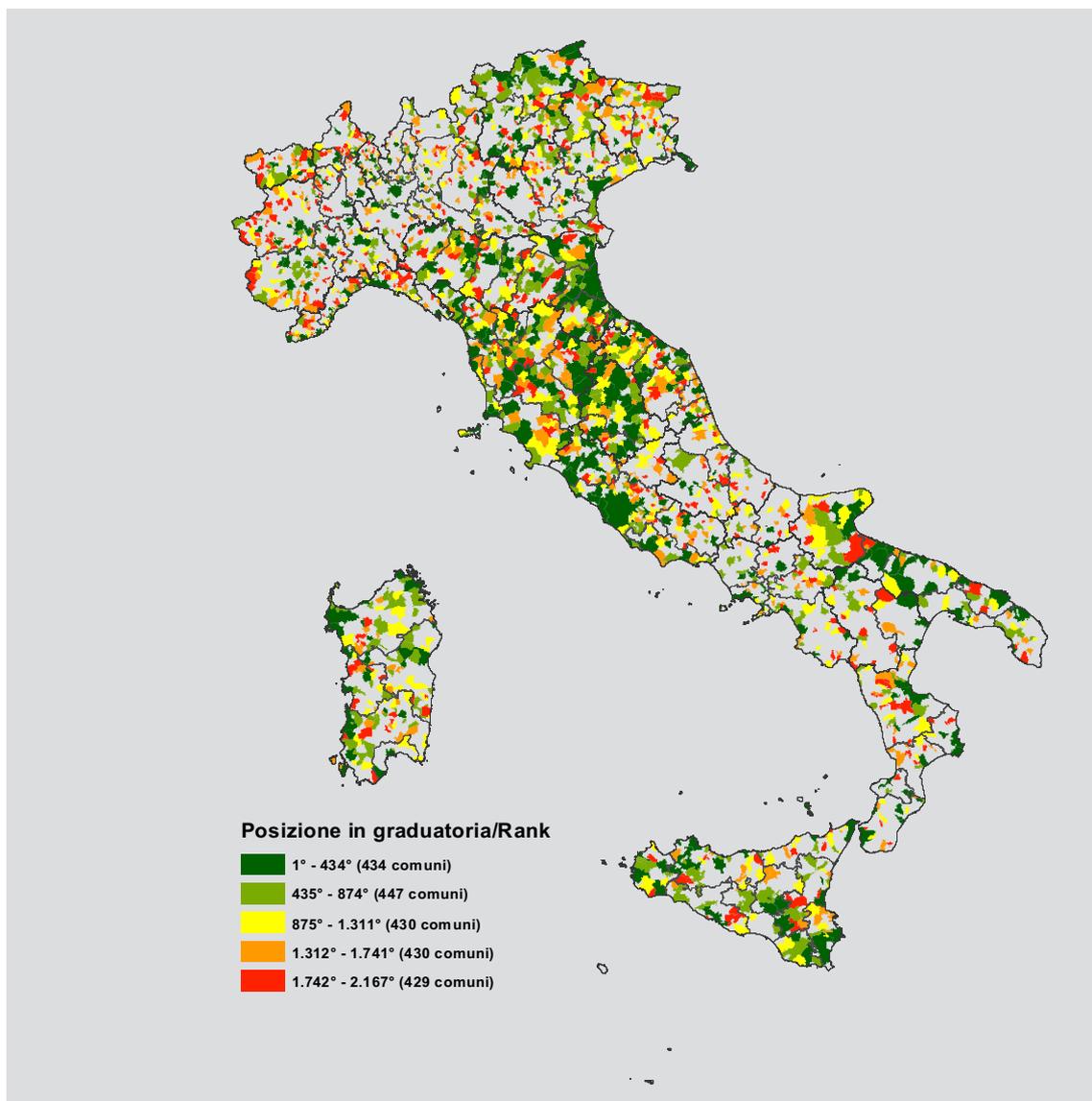
⁹ Gli indicatori economici derivanti dalle elaborazioni sui dati del Registro Asia delle imprese attive sono riferiti all'anno 2017, ultimo anno disponibile alla data di chiusura del presente lavoro, 22 aprile 2020.

Figura 6.6 - Comuni per posizione in graduatoria rispetto al numero di musei e di istituzioni similari presenti. Anno 2018



Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat, Indagine sui musei e istituzioni similari. Anno 2018

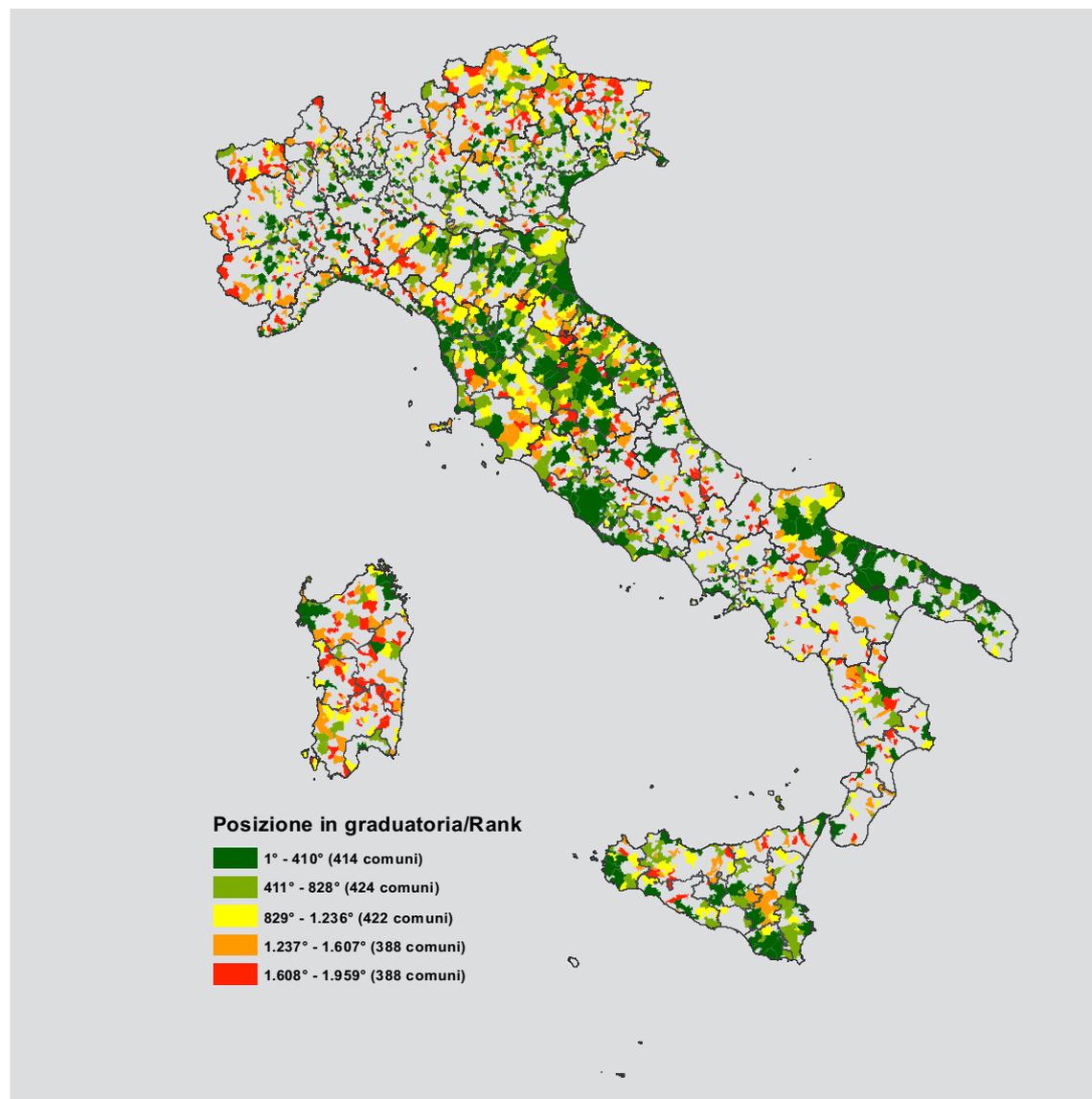
Figura 6.7 - Comuni per posizione in graduatoria rispetto al numero dei visitatori di musei e di istituzioni similari presenti. Anno 2018



Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat, Indagine sui musei e istituzioni similari. Anno 2018

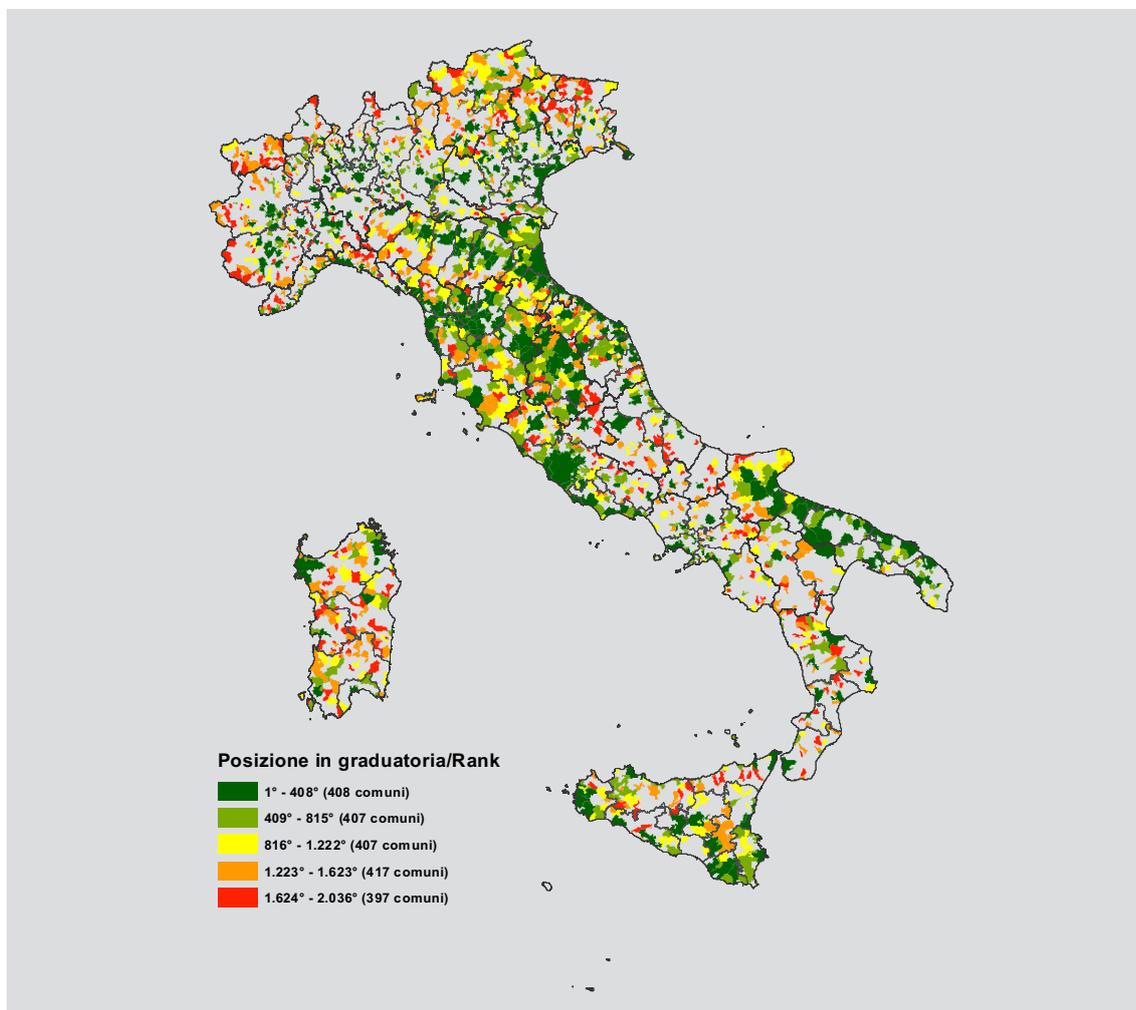
6. Competitività e indicatori di performance del turismo culturale e creativo

Figura 6.8 - Comuni per posizione in graduatoria rispetto al numero di imprese dell'industria creativa e culturale presenti. Anno 2018



Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat, Archivio Statistico delle Imprese Attive (ASIA). Anno 2017

Figura 6.9 - Comuni per posizione in graduatoria rispetto al numero totale degli addetti di imprese dell'industria creativa e culturale. Anno 2018



Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat, Archivio Statistico delle Imprese Attive (ASIA). Anno 2017

6.3 - L'indicatore composito di performance del turismo d'arte

La connessione degli indicatori utili a misurare la performance del turismo d'arte nelle città può essere trattata nei termini di una potenziale variabile latente che descrive tale connessione come un mix degli indicatori elementari valorizzati. A tal fine, è stato costruito un indicatore sintetico.

L'insieme connesso degli indicatori scelti per esprimere statisticamente il valore delle dimensioni economiche che si ritiene che generino una domanda turistica elevata è un sottoinsieme di tutti gli indicatori calcolabili; l'indicatore composito che è stato elaborato (Figura 6.10) può definirsi come un primo approccio quantitativo alla misurazione del valore economico del sistema attrattivo delle città a vocazione artistica, assimilabile a quello che in economia si definisce economia di scopo. L'idea di fondo è che l'industria culturale e creativa fornisca gli strumenti per realizzare innovazione nella fruizione dei musei, capillarità e globalizzazione dei contenuti artistici, anche attraverso l'utilizzo degli strumenti di comunicazione dei Media digitali.

6. Competitività e indicatori di performance del turismo culturale e creativo

Peraltro, l'esperienza in corso in questa prima parte dell'anno 2020 testimonia la maturità nell'utilizzo di modalità innovative di comunicazione con cui i musei hanno dimostrato di non essersi assopiti durante la crisi *COVID-19* bensì di essersi posizionati tra i leader della fiducia nel superamento della crisi.

Puntare l'attenzione sulle città più grandi e su quelle medio piccole, ma in grado di concentrare al loro interno elevate quantità di opere d'arte, è stato un semplice esercizio statistico da offrire a ricercatori e pianificatori (pubblici e privati) e imprenditori (pubblici, privati e sociali) che può essere replicato in quanto i dati pubblicati dall'Istat lo consentono per la maggior parte degli indicatori¹⁰ elaborati in questo studio.

La metodologia utilizzata è ampiamente illustrata sul sito Istat, in particolare nel documento allegato alla piattaforma *i.ranker*¹¹. Ad ogni valore delle dimensioni prescelte per la costruzione dell'indice viene attribuito un ordine crescente, che produce la graduatoria di posizionamento di ciascun comune rispetto a ciascuna delle dimensioni definite per la costruzione dell'indice composito. Tutte le dimensioni prescelte hanno verso positivo in quanto contribuiscono o sono effetto della robustezza del turismo d'arte in ogni singolo comune¹². Sono stati presi in considerazione il numero totale di visitatori (misura l'attrattività dell'offerta di opere d'arte), il numero totale di posti letto (misura la consistenza dell'offerta ricettiva), il numero totale di turisti, la stagionalità degli arrivi di turisti (maggiore distribuzione dei turisti in diverse stagioni), il numero di addetti delle industrie creative e culturali e il valore della produzione (definiscono la robustezza dell'indotto).

Data la natura dei dati si è deciso di adottare il metodo delle graduatorie -Grad.RNK- con il quale si attribuisce il rango assunto da ciascuna unità in modo crescente dalla prima alla n-esima posizione della graduatoria. Si genera un indicatore sintetico di posizione -rank-per l'insieme delle dimensioni analizzate. Si è successivamente proceduto alla valutazione della robustezza di tutti i metodi disponibili nel software *i.ranker*. Il software consente infatti di comparare i risultati prodotti dai diversi metodi attraverso l'analisi della matrice di cograduazione delle graduatorie che si ottengono utilizzando i diversi metodi. Sono, altresì, disponibili gli strumenti della matrice dei diagrammi di dispersione sulle graduatorie ottenute. La valutazione contestuale di tutti i metodi ha confermato la robustezza della scelta del metodo Grad.RNK. La Figura 6.10¹³, che presenta la collocazione dei comuni panel nel territorio, conferma la relazione di interdipendenza che lega il turismo d'arte alla produzione di beni e servizi specifici e queste ultime imprese alla robustezza degli investimenti congiunti, pubblici e privati, in turismo e cultura.

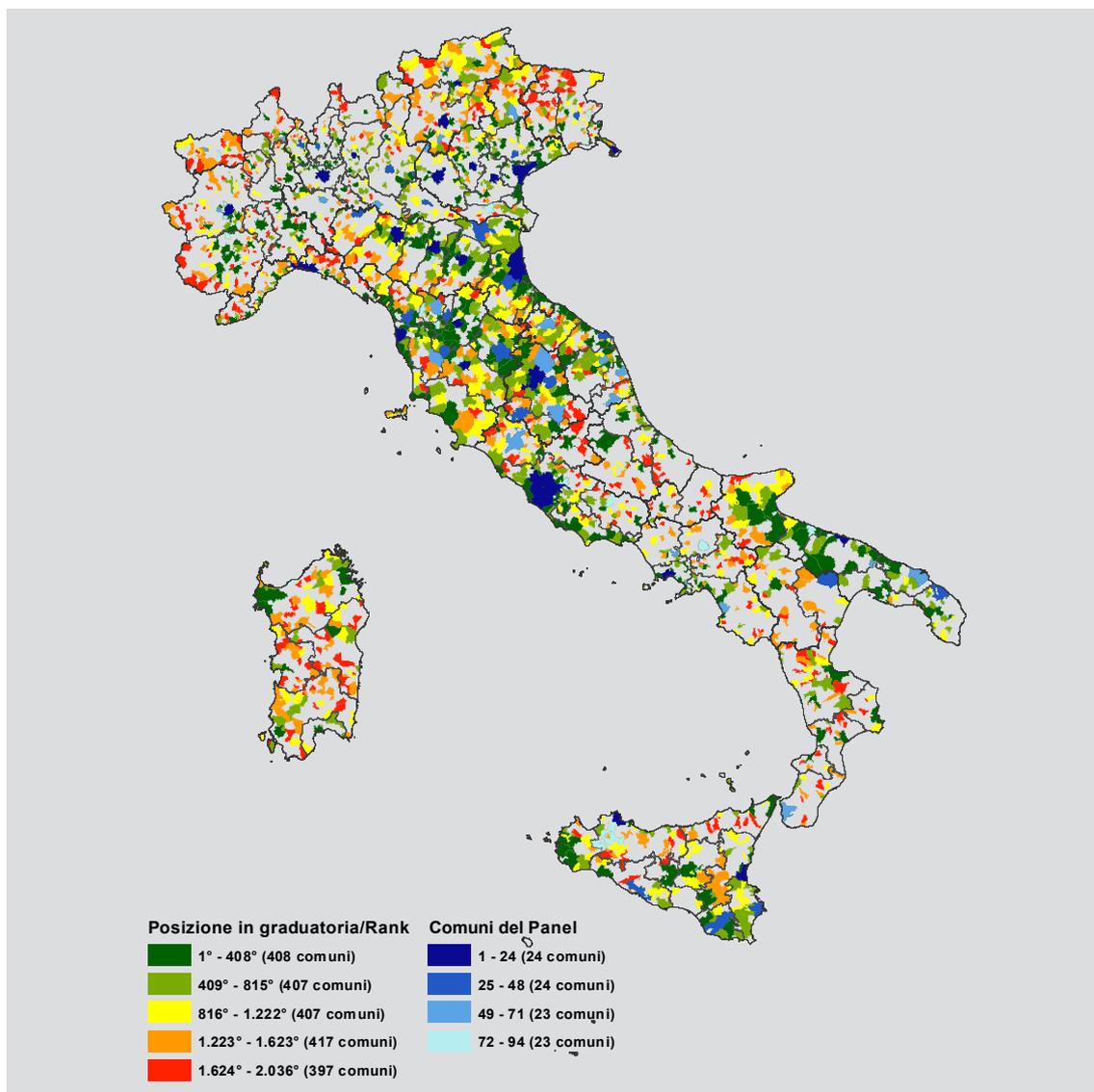
10 Sono disponibili oltre agli indicatori presenti sul sito www.istat.it anche file di microdati per la ricerca oppure è possibile richiedere l'elaborazione personalizzata dei dati (mediante la corresponsione di un contributo pari al costo orario di elaborazione dei dati). È altresì accessibile alle Università e ai Centri di Ricerca accreditati il ricorso al Laboratorio ADELE.

11 <https://www.istat.it/it/metodi-e-strumenti/metodi-e-strumenti-it/analisi/strumenti-di-analisi/ranker>

12 Si parla di approccio formativo quando le dimensioni prese in considerazione sono la causa del fenomeno o della variabile latente oggetto di studio, si parla di approccio riflessivo quando le dimensioni sono una conseguenza del fenomeno osservato.

13 I dati utilizzati per la costruzione dell'indicatore sintetico fanno riferimento all'anno 2018 per tutti gli indicatori derivati dall'indagine Istat sui Musei e istituzioni similari e per l'indagine sulla capacità degli esercizi ricettivi e l'indagine sui movimenti dei clienti delle strutture ricettive. Gli indicatori economici derivanti dalle elaborazioni sui dati del Registro Asia delle imprese attive sono riferiti all'anno 2017, ultimo anno disponibile alla data di chiusura del presente lavoro, 22 aprile 2020.

Figura 6.10 - Comuni per posizione in graduatoria rispetto al numero totale degli addetti di imprese dell'industria creativa e culturale (in evidenza i Comuni selezionati nel panel). Anno 2018



Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat, Archivio Statistico delle Imprese Attive (ASIA) Anno 2017

6.4 Panel selezionato di comuni a prevalenza di turismo d'arte ed Ecoregioni

Prescindendo dalle misure di robustezza economica dell'indotto da considerare, poiché la finalità di questo studio, come già sottolineato, è quella di suggerire ulteriori percorsi di analisi con l'obiettivo della valorizzazione a fini turistici della dotazione artistica delle città, si propone un'analisi cartografica (figure 6.11-6.13) che colloca i comuni selezionati in un contesto di analisi innovativo, il contesto delle Ecoregioni¹⁴.

Le Ecoregioni sono ambienti naturali ampi e specifici nel contempo, costituiti da aree ecologicamente omogenee della superficie terrestre. Sono territori con potenzialità simili al loro interno in relazione al clima, l'idrografia, la vegetazione e le specie animali.

¹⁴ Istat, Classificazione dei comuni secondo le Ecoregioni d'Italia. <https://www.istat.it/it/archivio/224780>

Esse possono essere identificate e analizzate a diverse scale e l'elemento caratterizzante è costituito dalla discontinuità ecologica osservabile, determinata dai processi formativi che le hanno generate. I vari livelli territoriali sono visibili attraverso mappe geografiche annidate gerarchicamente ed è evidente che la struttura dei sistemi di livello superiore determinano le caratteristiche dei livelli territoriali maggiormente disaggregati.

Una lettura dei dati esposti in precedenza attraverso la lente di analisi delle Ecoregioni viene di seguito proposta in quanto l'assetto naturale del patrimonio urbano è interdipendente con quello paesaggistico e rurale generando un quadro complesso ma di indubbia rilevanza per l'attrattività turistica. Peraltro, la conoscenza e la valorizzazione dell'interazione tra regime climatico, caratteristiche geomorfologiche e biogeografia dei luoghi è un fattore di cui tener conto nell'attuale dibattito sulla sostenibilità ambientale. Altrettanto lo è tener conto delle aree di separazione (evidenti dalle interruzioni sulla vegetazione e sulle proprietà dei suoli) che, per quanto alterate dall'intervento antropico, sono tuttora riconoscibili e hanno notevolmente influenzato l'agire antropico attraverso i secoli oltre a determinare la scelta dei luoghi da privilegiare per allocare gli insediamenti umani.

L'opportunità di avviare nuove analisi eco-geostatistiche consente di individuare aree omogenee da non alterare e di avviare un dialogo progettuale tra soggetti istituzionali nell'ottica della collaborazione e della connessione delle policies, mediante anche il riconoscimento delle aree di transizione. Esse non sono nuovi confini bensì marcatori che valorizzano la dimensione ecologica dei sistemi naturali che sono aperti, permeabili e sensibili. Anche la forma degli insediamenti umani non è stata insensibile alla struttura delle Ecoregioni¹⁵: dalla scala più ampia delle Eco Province (Figura 6.12) fino a quella articolata per Eco Sottosezioni (Figura 6.13) è visibile la struttura naturale che ha guidato la nascita di città artisticamente simili. Sono evidenti le omogeneità dei comuni sorti ai margini meridionali della pianura padana seguendo prima l'idrografia e poi più l'orografia che l'idrografia, così come sono evidenti le omogeneità dei centri artistici delle valli alpine nordorientali, delle città artistiche dell'entroterra marchigiano e perfino la peculiarità di Ancona che seppur sul mare ripropone la struttura della città collinare.

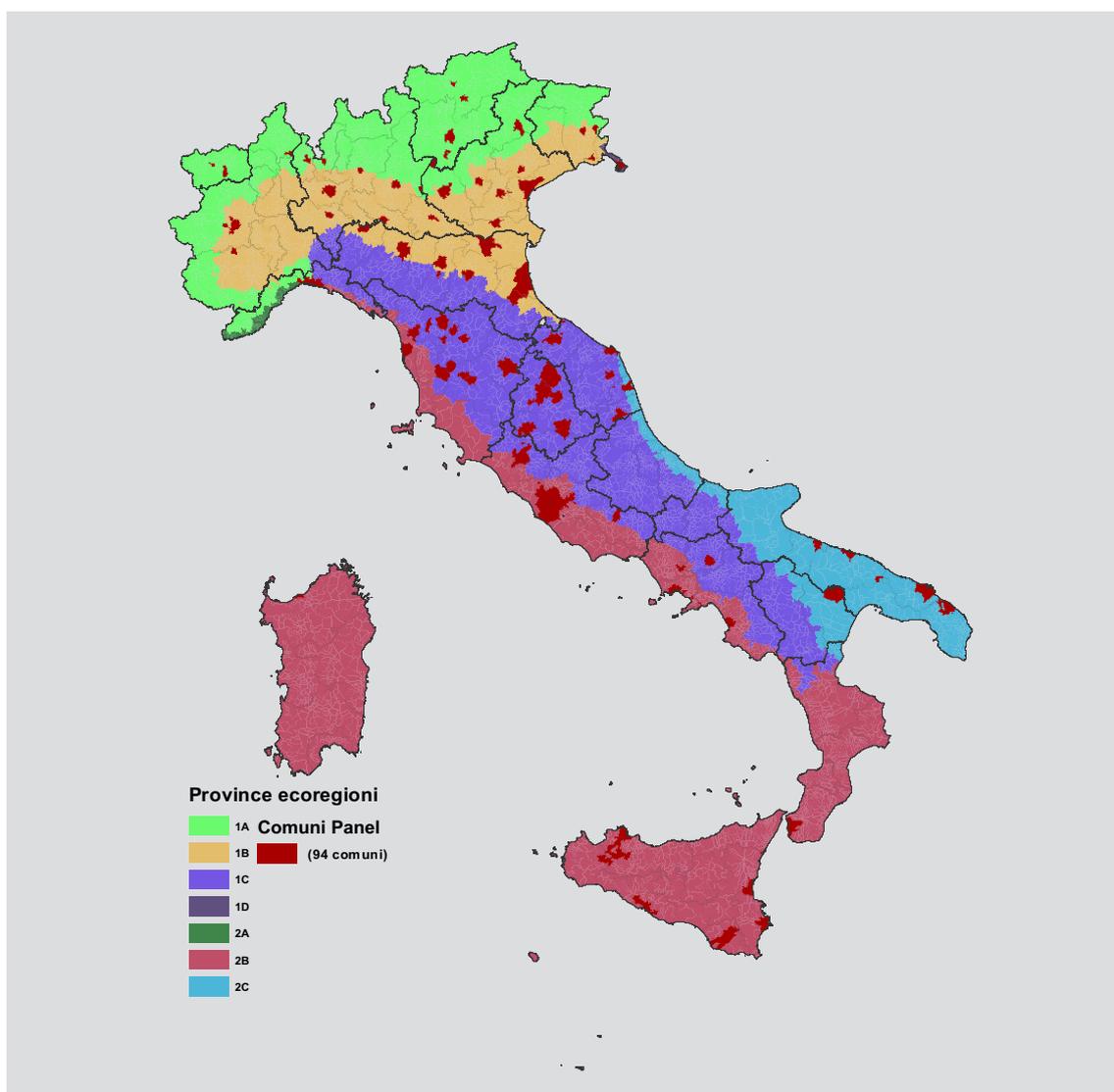
La Figura 6.13 dettaglia ancor di più le relazioni tra natura e cultura. Appare evidente la connessione tra le regioni Puglia e Basilicata unite attraverso la terra delle Murge, ma anche attraverso la continuità della piana metapontina e tarantina che sono sostanzialmente un unicum. La gran parte dei centri storici manifestano questa omogeneità ecologica. Il caso dell'estrema punta orientale della Sicilia meridionale appare perfino troppo ben delineata. La struttura ecologica formatasi attorno all'Etna e al vulcano di Monte Lauro nei Monti Iblei, da millenni spento, accomuna le città patrimonio Unesco grazie all'identità barocca di cittadine piccole e grandi ricostruite a seguito del medesimo terremoto del 1693; ma erano già simili lungo il percorso storico greco-romano e arabo. Lo sono ancor oggi sotto il profilo agroindustriale per il quale una sorta di marchio unico sono i muretti a secco e le chiese monumentali barocche, quasi tutte all'apice di una scalinata.

I cartogrammi esprimono con notevole forza comunicativa la robustezza della scelta operata nella costruzione del panel, nonostante siano state escluse, quale effetto delle soglie predefinite, molte città vivaci culturalmente e custodi di elevati patrimoni d'arte. Infatti, al lettore risulta facile la collocazione geografica dei comuni selezionati nel Panel e ne deriva altrettanto leggibile la coerenza dei risultati ottenuti con l'ipotesi di fondo che l'arte è stret-

¹⁵ Le Ecoregioni d'Italia sono organizzate in quattro diversi livelli gerarchici annidati (2 Divisioni, 7 Province, 14 Sezioni e 35 Sottosezioni). <https://www.istat.it/it/files/2018/12/20201209-Nota-metodologica.pdf>

tamente connessa con le opportunità della fruizione. Tali opportunità vanno dall'ospitalità per i turisti alle molteplici attività economiche che la facilitano, e l'ipotesi che l'arte possa essere realmente un moltiplicatore economico su cui far leva risulta pertanto confermata.

Figura 6.11 - Ecoregioni per livello gerarchico "Provincia" e Comuni selezionati nel Panel



Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat

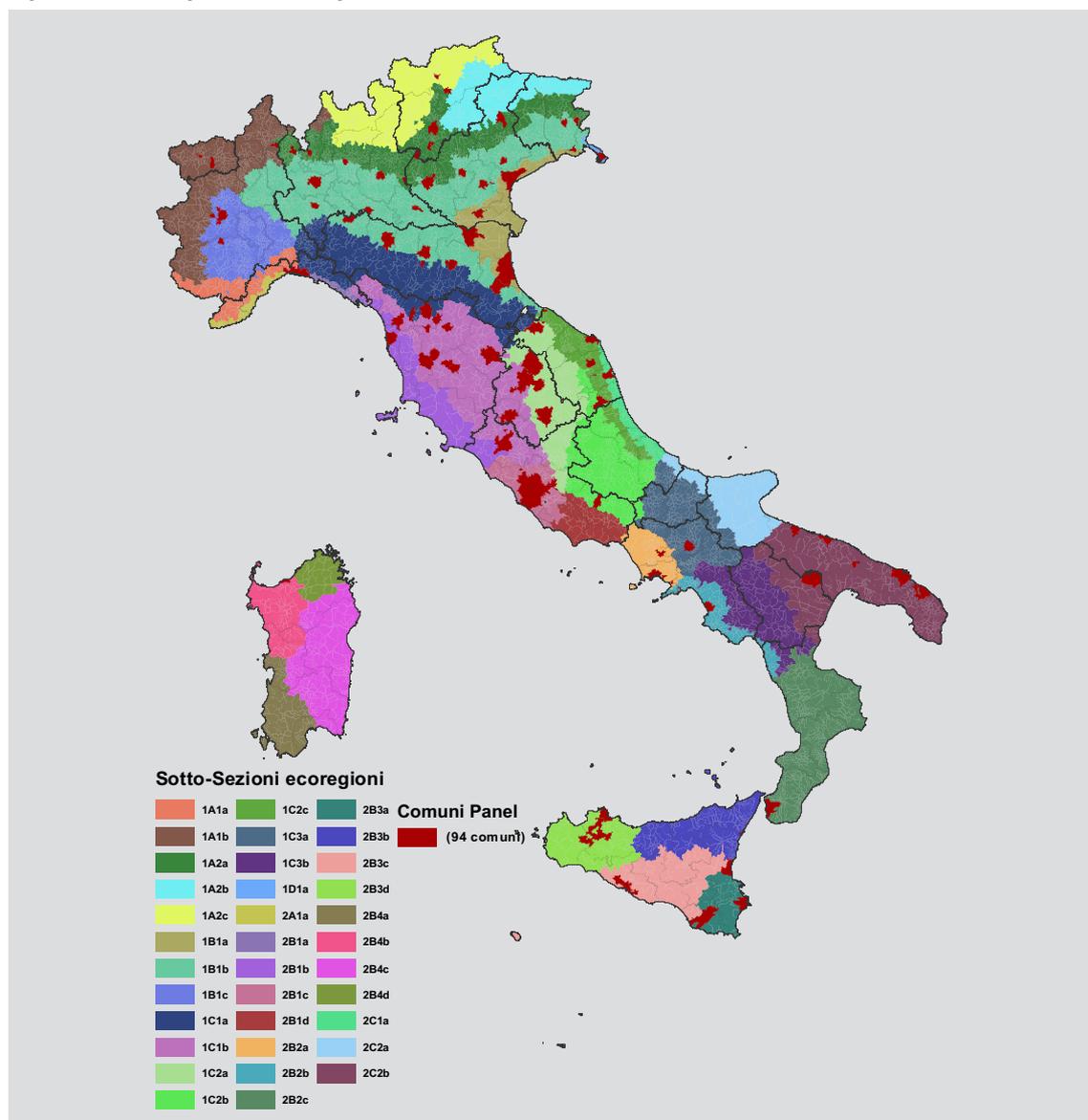
Risulta anche altrettanto evidente che l'elemento urbano esercita il suo ruolo nel concentrare opere di elevata bellezza (in un gioco di reciprocità tra città che cresce e genera l'arte e arte che genera economia che attira popolazione) ma si evidenziano elementi di debolezza che nella selezione operata si riteneva giusto far emergere. È altamente probabile che tutte le grandi città italiane custodiscano un centro storico di valore artistico; analogamente in tutte le città piccole o grandi ci sono opere d'arte da raccogliere e offrire ai visitatori. Lo testimoniano il grande numero di città con almeno un museo e le centinaia di borghi di cui non si è tenuto conto in questo studio. Avere un centro storico artisticamente di valore non sempre basta né è sufficiente avere delle opere d'arte conservate in un bel palazzo storico. Bisogna saperli far apprezzare e valorizzare a partire da tante componenti che questo studio mette in rilievo.

Figura 6.12 - Ecoregioni per livello gerarchico "Sezione" e Comuni selezionati nel Panel



Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat

Figura 6.13 - Ecoregioni per livello gerarchico "Sotto-Sezione" e comuni selezionati nel Panel



Fonte: Elaborazioni degli autori su dati Istat

6.5 Indicatore composito di performance del panel di comuni a prevalenza di turismo d'arte: alcuni risultati

Di seguito si presentano i risultati dell'operazione di misurazione della performance dei comuni a vocazione artistica sottoposti ad analisi nel panel individuato.

Basta che una città sia la più bella artisticamente dell'intera regione o provincia per essere una città attrattiva di turismo d'arte? Si osservano casi nel Centro Italia in cui sono più di una per provincia le città in cui la vocazione artistica stimola il turismo culturale. Di contro, si osservano regioni in cui neppure un comune riesce a raggiungere le soglie fissate per entrare a far parte del ristretto panel elaborato, nonostante siano numerosi i visitatori e i turisti attratti dalla fruizione dell'arte.

6. Competitività e indicatori di performance del turismo culturale e creativo

L'esclusione dal panel non è un'esclusione da una classificazione ma solo l'enucleazione di dimensioni da rafforzare sotto il profilo della fruizione turistica del potenziale artistico. Infatti, analizzando i comuni extra panel sono numerosi quelli che hanno nel complesso un elevato numero di musei, di visitatori e di turisti, ma è molto probabile che la vocazione verso altre forme di turismo prevalga e che nessuno dei musei presenti riesca a raggiungere la configurazione di un topos catalizzatore.

I cartogrammi in cui i comuni panel vengono letti insieme al loro territorio sono molto esplicitivi: dove c'è una città artisticamente attrattiva (per numero di visitatori e di turisti attratti prevalentemente, anche se non esclusivamente, dall'obiettivo di fare un'esperienza di cultura artistica) ci sono le imprese culturali e creative. E poiché nel panel non c'è solo l'Italia centrale ma ci sono tantissime città di altre ripartizioni, si rileva facilmente che le città rilevanti artisticamente non sono isolate ma sono collocate all'interno di un'area vasta di presenza di opere d'arte e dell'indotto culturale e creativo e che intorno esiste una rete, già costituita oppure potenziale da attivare. Infatti, nei casi di successo, intorno alla città che è rientrata nel panel di studio (la cui metodologia di costruzione è stata esplicitata nell'introduzione e nel primo capitolo), ci sono altre città attrattive e c'è un'offerta ricettiva adeguata ed anche l'indotto dell'industria culturale e di quella creativa è rilevante.

La metodologia di costruzione dell'indicatore sintetico, che racchiude in un numero e un posizionamento l'attrattività di una città a vocazione artistica, ha richiesto la definizione di tante variabili e indicatori che sono stati sottoposti a numerosi test statistici prima di giungere alla selezione sulla quale è stato applicato il metodo statistico¹⁶.

Di seguito alcune tavole indicano la performance dei vari raggruppamenti di comuni. Vi sono indicati i criteri di selezione nonché la popolazione residente e la superficie, oltre all'indice sintetico e alla graduatoria che inevitabilmente l'ordinamento dell'indice sintetico genera. Va precisato che né la dimensione demografica né quella territoriale sono state inserite nell'insieme degli indicatori utilizzati per il calcolo dell'indicatore sintetico.

Tavola 6.6 - Indicatore sintetico di performance dei comuni capoluogo di provincia selezionati, classificati in base al criterio di appartenenza a: comuni capoluogo di provincia, siti Unesco

POSIZIONE RANK	Indice sintetico	Denominazione comune	Popolazione al 31 dicembre 2018	Superficie kmq	Bene Unesco	Criteri di selezione
1	0,003	Roma	2.856.133	1287,39	Centro storico di Roma e proprietà extraterritoriali della Santa Sede, Basilica di San Paolo fuori le Mura, Beni compresi entro le Mura di Urbano VIII	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
2	0,018	Milano	1.378.689	181,68	Chiesa e Convento Domenicano di Santa Maria delle Grazie con il Cenacolo di Leonardo da Vinci	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
3	0,023	Firenze	378.839	102,32	Centro storico di Firenze; Giardini e Ville Medicee	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
4	0,036	Venezia	260.520	415,89	Venezia e la sua Laguna	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
5	0,051	Torino	875.698	130,06	Residenze della Casa Reale dei Savoia	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
6	0,056	Napoli	959.188	118,94	Centro storico di Napoli	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
8	0,079	Verona	257.993	198,91	La città di Verona	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
9	0,098	Genova	578.000	240,29	Genova: le Strade Nuove e il Sistema dei Palazzi dei Rolli	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
10	0,112	Palermo	663.401	160,59	Palermo arabo-normanna e cattedrali di Cefalù e Monreale	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano

Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat e dati sito Beni Unesco

¹⁶ L'elenco delle graduatorie, delle variabili e degli indicatori costruiti è riportato in appendice.

Tavola 6.6 - segue Indicatore sintetico di performance dei comuni capoluogo di provincia selezionati, classificati in base al criterio di appartenenza a: comuni capoluogo di provincia, siti Unesco

POSIZIONE RANK	Indice sintetico	Denominazione comune	Popolazione al 31 dicembre 2018	Superficie kmq	Bene Unesco	Criteri di selezione
11	0,120	Padova	210.912	93,03	Orto Botanico di Padova	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
12	0,164	Ravenna	157.663	653,81	Monumenti paleocristiani di Ravenna	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
13	0,170	Pisa	88.880	185,07	La Piazza del Duomo	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
16	0,213	Catania	311.584	182,8	Le città tardo Barocche della Val di Noto	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
19	0,237	Siena	53.937	118,53	Centro storico di Siena	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
22	0,247	Bergamo	121.639	40,15	Opere di difesa veneziane tra il XVI ed il XVII secolo	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
24	0,270	Modena	186.307	183,17	Cattedrale, Torre Civica e Piazza Grande	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
25	0,288	Brescia	198.536	90,33	I Longobardi in Italia, i luoghi del potere (568-774 d.C.): il complesso monastico di San Salvatore - Santa Giulia	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
29	0,320	Siracusa	121.171	207,82	Centro storico Siracusa e le necropoli rupestri di Pantalica	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
32	0,340	Prato	194.590	97,35	Giardini e Ville Medicee: Villa di Poggio a Caiano	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
33	0,349	Ferrara	132.052	405,14	Ferrara, città del Rinascimento e il suo Delta del Po	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
35	0,355	Matera	60.404	392,08	Matera e i Sassi	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
42	0,442	Ragusa	73.373	444,71	Le città tardo barocche della Val di Noto	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
48	0,504	Mantova	49.403	63,81	Mantova e Sabbioneta	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
54	0,529	Caserta	75.430	54,07	La Reggia e il Parco di Caserta	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano
80	0,725	Benevento	59.200	130,83	La città longobarda	Capoluogo-Sito Unesco Culturale centro urbano

Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat e dati sito Beni Unesco

Tavola 6.7 - Indicatore sintetico di performance dei comuni capoluogo di provincia selezionati classificati in base al criterio di appartenenza a: comuni capoluogo di provincia con un museo urbano con almeno 100.000 visitatori

POSIZIONE RANK	Indice sintetico	Denominazione comune	Popolazione al 31/12/2018	Superficie kmq
21	0,245	Trento	118.288	157,87
23	0,256	Bolzano	107.739	52,29
36	0,391	Udine	99.377	57,19
49	0,520	Reggio di Calabria	180.369	239,04
74	0,671	Trani	55.851	103,41

Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat

Tavola 6.8 - Indicatori sintetici di performance dei comuni capoluogo di provincia selezionati classificati in base al criterio di appartenenza a: comuni capoluogo di provincia "Panel di controllo"

POSIZIONE RANK	Indice sintetico	Denominazione comune	Popolazione al 31 dicembre 2018	Superficie kmq
7	0,058	Bologna	390.636	140,86
14	0,194	Trieste	204.267	85,10
15	0,212	Perugia	165.956	449,61
17	0,222	Parma	196.518	260,60
20	0,241	Bari	320.862	117,41
28	0,314	Arezzo	99.179	384,75
30	0,325	Lucca	88.824	185,73
31	0,327	Lecce	95.269	238,82
38	0,427	Treviso	84.999	55,58

Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat

6. Competitività e indicatori di performance del turismo culturale e creativo

Tavola 6.8 - segue Indicatori sintetici di performance dei comuni capoluogo di provincia selezionati classificati in base al criterio di appartenenza a: comuni capoluogo di provincia "Panel di controllo"

POSIZIONE RANK	Indice sintetico	Denominazione comune	Popolazione al 31 dicembre 2018	Superficie kmq
40	0,435	Piacenza	103.942	118,23
41	0,439	Ancona	101.043	124,87
43	0,478	Varese	80.559	54,84
44	0,483	Forlì	117.798	228,20
47	0,491	Agrigento	58.956	245,32
50	0,521	Viterbo	67.681	406,23
56	0,549	Pistoia	90.358	236,40
58	0,554	Fermo	37.119	124,53
62	0,564	Aosta	34.008	21,39
66	0,593	Macerata	41.514	92,53
67	0,628	Ascoli Piceno	48.169	158,02
68	0,634	Pavia	73.086	63,25
69	0,639	Belluno	35.833	147,22
71	0,662	Brindisi	86.812	333,01
77	0,699	Rovigo	51.104	108,80

Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat

Tavola 6.9 - Indicatore sintetico di performance dei comuni selezionati classificati in base al criterio di appartenenza a: comuni non capoluogo di provincia, sito Unesco urbano con più di 1000.000 visitatori

POSIZIONE RANK	Indice sintetico	Denominazione comune	Popolazione al 31 dicembre 2018	Superficie kmq	Criteri di selezione
26	0,307	Assisi	28.314	187,19	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori
45	0,487	San Gimignano	7.760	138,57	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori
51	0,523	Capaccio Paestum	22.921	113,03	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori
52	0,523	Urbino	14.361	226,49	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori
59	0,556	Spoletto	37.855	348,14	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori
63	0,573	Pompei	25.087	12,43	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori
65	0,591	Alberobello	10.654	40,82	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori
70	0,650	Rivoli	48.542	29,50	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori
72	0,664	Tivoli	56.472	68,64	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori
73	0,665	Amalfi	5.025	5,70	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori
82	0,746	Ravello	2.480	7,93	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori
84	0,752	Venaria Reale	33.564	20,44	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori
86	0,771	Ercolano	52.374	19,89	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori
88	0,792	Nichelino	47.494	20,56	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori
89	0,795	Cividale del Friuli	11.101	50,65	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori
90	0,798	Monreale	38.884	530,18	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori
93	0,884	Racconigi	9.940	48,06	Sito Unesco urbano con + di 100.000 visitatori

Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat e dati Patrimonio Beni Unesco

Tavola 6.10 - Indicatore sintetico di performance dei comuni selezionati classificati in base al criterio di appartenenza a: comuni non capoluogo di provincia - città con almeno un museo nel centro urbano con più di 100.000 visitatori

POSIZIONE RANK	Indice sintetico	Denominazione comune	Popolazione al 31 dicembre 2018	Superficie kmq	Criteri di selezione
27	0,312	Merano	40.862	26,34	Comuni con almeno un museo nel centro urbano con + di 100.000 visitatori
37	0,417	Taormina	10.831	13,13	Comuni con almeno un museo nel centro urbano con + di 100.000 visitatori
39	0,430	Sirmione	8.254	26,25	Comuni con almeno un museo nel centro urbano con + di 100.000 visitatori
57	0,550	Malcesine	3.687	69,28	Comuni con almeno un museo nel centro urbano con + di 100.000 visitatori
61	0,563	Rovereto	39.972	50,98	Comuni con almeno un museo nel centro urbano con + di 100.000 visitatori
64	0,573	Stresa	4.870	35,36	Comuni con almeno un museo nel centro urbano con + di 100.000 visitatori
78	0,700	Anacapri	7.018	6,47	Comuni con almeno un museo nel centro urbano con + di 100.000 visitatori
79	0,712	Castelsardo	5.893	43,34	Comuni con almeno un museo nel centro urbano con + di 100.000 visitatori
94	0,889	Fénis	1.792	68,12	Comuni con almeno un museo nel centro urbano con + di 100.000 visitatori

Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat

Tavola 6.11- Indicatore sintetico di performance dei comuni selezionati classificati in base al criterio di appartenenza a: comuni non capoluogo di provincia-Panel di controllo

POSIZIONE RANK	Indice sintetico	Denominazione comune	Popolazione al 31 dicembre 2018	Superficie kmq
46	0,488	Orvieto	20.148	281,27
53	0,526	Gubbio	31.547	525,77
60	0,560	Volterra	10.159	252,64
75	0,676	Maranello	17.680	32,58
76	0,690	Monteriggioni	10.033	99,73
81	0,742	Vinci	14.608	54,18
83	0,749	Pescia	19.674	79,12
85	0,763	Aquileia	3.268	37,44
87	0,784	Stra	7.672	8,82
91	0,857	Veroli	20.424	119,64
92	0,864	Gradara	4.874	17,53

Fonte: Elaborazione degli autori su dati Istat

PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA DELLA DEFINIZIONE DEL PANEL DI COMUNI OSSERVATI¹

Limiti del panel di comuni sottoposti ad analisi

Il panel è sufficientemente robusto nel tempo. L'analisi condotta sui dati disponibili degli anni 2011-2015-2017-2018 conferma l'appartenenza dei comuni esaminati tra quelli con il maggior numero di visitatori in media storica.

Il panel esclude dall'analisi numerosi comuni per i quali nel periodo 2011-2018 l'arte è stata un punto di forza ma senza riuscire a raggiungere la soglia inferiore, arbitrariamente fissata dagli autori di questa analisi, pari a 100 mila visitatori in almeno un museo o sito artistico urbano. Tra i comuni esclusi ma con numero di visitatori appena al di sotto della soglia si posizionano, tra altri, i comuni di Cagliari e di Taranto. Tra i comuni esclusi in quanto non rilevati nel periodo di esame spicca L'Aquila, il cui patrimonio artistico non ha potuto in questi anni esprimere tutto il suo potenziale a seguito degli eventi sismici del 6 aprile 2009². La scossa di magnitudo 5.9 causò 309 vittime nell'aquilano e il danneggiamento grave di capolavori d'arte nel capoluogo abruzzese quali la Cattedrale, la Chiesa Santa Maria di Collemaggio (la chiesa di Celestino V, la cui facciata costituisce il massimo capolavoro dell'arte abruzzese), i palazzi storici e la Fortezza spagnola.

La soglia fa riferimento esclusivamente ai musei e istituzioni similari, statali e non statali inclusi quelli regionali, mentre sono esclusi moltissimi comuni in cui le opere d'arte sono contenute all'interno di beni ecclesiastici collocati all'interno del centro abitato e la cui gestione fa riferimento alla Curia. Tra i comuni esclusi dal panel di 94 comuni esaminati si cita ancora una volta Taranto in quanto i visitatori dell'abside della cattedrale (Cappellone di San Cataldo) non confluiscono nei dati delle statistiche sui Musei.

Errori di misura sul numero di visitatori non possono essere esclusi e neppure valutati con metodologia affidabile in quanto i dati sono ottenuti in forma di autodichiarazione dei Musei e Istituti d'arte similari. Peraltro, l'errore di misura può essere generato anche da differenziazioni sostanziali e non dichiarate nel sistema di bigliettazione per effetto di accessi cumulati a più di un museo.

Risultano non soltanto sottostimati ma del tutto omessi i dati dei visitatori di centri storici artistici che offrono pochi siti a pagamento o non ne offrono affatto ma che si offrono essi stessi come opera d'arte. Ne discende una evidente non inclusione nel panel di comuni di città di sicuro pregio, spesso siti Unesco, ma senza un numero di visitatori accertati e senza un flusso turistico elevato. Si cita il caso di Noto centro storico Unesco, per il quale all'assenza di visitatori si aggiunge il numero non elevato di turisti in quanto è spesso meta di visite "in giornata" da parte di visitatori che vengono conteggiati in qualità di turisti nei vicini capoluoghi di provincia di Catania, Ragusa e Siracusa, rientranti nel panel osservato.

Vantaggi del panel di comuni sottoposti ad analisi

Ogni ricercatore, ogni amministrazione pubblica, ogni impresa non profit può acquisire la metodologia di analisi, variarla, integrarla con altri dati offerti sia dalla statistica pubblica sia da fonti Big Data.

La metodologia applicata alle città caratterizzate prioritariamente dall'offerta artistica può essere replicata per moltissimi comuni ad offerta turistica mista e per altre forme di motivazione di viaggio.

¹ Il Box è stato curato da Angela Maria Digrandi.

² http://www.protezionecivile.gov.it/media-comunicazione/news/dettaglio/-/asset_publisher/default/content/terremoto-in-abruzzo-i-danni-al-patrimonio-culturale-e-artistico#:~:text=La%20regione%20%C3%A8%20stata%20duramente,chiede%20tra%20le%20piu'%20famose.

CONCLUSIONI

I risultati presentati nei vari capitoli costituiscono una prima traccia metodologica che esplora i dati ufficiali, li integra, li interseca, li sintetizza ma senza pretendere, e non poteva farlo, di tracciare nuove classificazioni di città a vocazione artistica.

La fruizione dell'arte, più che mai nel momento storico in cui si giunge alla chiusura temporale di questo lavoro, sfugge alle classificazioni. Esse vanno utilizzate, ricomposte, adattate in modalità dinamica, in virtù delle caratteristiche di intangibilità della cultura, di cui l'arte è una delle espressioni, anch'essa dai contorni sfumati, non per vaghezza dei contenuti ma per pervasività con i più ampi contesti di natura, storia, evoluzione e oggi più che mai di sostenibilità.

L'arte generalmente è oggetto di studio per i contenuti emotivi che diffonde, per la crescita della comprensione della profondità del pensiero umano. In questo studio, a questa accezione si aggiunge la capacità che sprigiona di produrre oggetti e servizi ancillari, ma straordinariamente indispensabili per creare un clima che attragga la produzione di altre e più nuove forme d'arte.

La ricerca affronta un tema ambizioso connettendo tra loro dati di offerta e dati di fruizione che rispecchiano modelli economici che non possono che essere reticolari. Risulta delineato, pertanto, un modello di sviluppo del turismo d'arte fondato sulle reti di istituzioni e imprese, reti che devono essere volontariamente attivate, sapientemente sviluppate e valutate nella loro efficacia attraverso misure oggettive degli output e degli outcome raggiunti dalle specifiche modalità di fruizione dei beni artistici e della soddisfazione dei fruitori residenti e turisti.

In qualità di nuova fonte di dati anche i Big data hanno un loro ruolo ma vanno accuratamente pre-trattati per ottenere informazioni non soltanto tempestive ma coerenti ed integrabili con le altre numerose fonti di natura primaria strettamente statistica (rilevazioni statistiche) e i dati di fonte amministrativa (opportunosamente armonizzati).

In questo studio ci si è focalizzati sull'elevata offerta culturale del nostro Paese e in particolare nelle città medio-grandi ed in altre più piccole dimensioni ma ad elevata concentrazione di opere d'arte. Scegliere dimensioni e territori da analizzare lascia sempre scoperte aree enormi perché l'arte in Italia e le produzioni artistiche e le vie del passato e le armature storiche urbane hanno un carattere pervasivo.

Aver voluto circoscrivere la ricerca ad alcuni comuni è soltanto un esercizio statistico, uno dei tanti possibili, per contribuire alle riflessioni su un tema complesso che si muove in un contesto flessibile e in continua evoluzione, soggetto anche ad eventi internazionali quale è il turismo motivato dalla fruizione dell'arte. Va tenuto presente, peraltro, che attualmente la riflessione sull'attrattività delle città è animata da un dibattito ad hoc derivante dagli stravolgimenti della vita privata, sociale ed economica in corso a causa dell'impatto della pandemia *Covid-19* che ridimensiona il ruolo delle grandi città e di tanti servizi che la città ha sempre reso agli individui e alle imprese. Ma pur nell'attuale contesto in cambiamento, si ritiene che l'impianto metodologico che viene presentato possa costituire uno dei punti di partenza possibili per consolidare un approccio economico all'arte nelle città italiane e per riprogettare il ruolo del turismo d'arte interconnesso con il territorio ed ecologicamente sostenibile.

La finalità è quella di offrire agli operatori della programmazione territoriale strumenti oggettivi per individuare elementi di forza e debolezza dell'offerta e della fruizione delle città, qualora esse si pongano come obiettivo quello di caratterizzarsi come luoghi privilegiati di attrazione turistica artistica, ma anche strumenti per sviluppare reti e percorsi per valorizzare l'intero patrimonio artistico italiano riconnettendolo al territorio e alle dotazioni del capitale naturale.

APPENDICE

Comuni selezionati nel panel - prima parte

CODICE PROVINCIA	Denominazione Provincia	Sigla automobilistica	Denominazione Comune	Popolazione al 31 dicembre 2018	Superficie kmq	Musei 2018	Rank visitatori 2018	Rank Tot. arr. 2018
058	Roma	RM	Roma	2.856.133	1.287,39	121	1	1
048	Firenze	FI	Firenze	378.839	102,32	69	2	4
063	Napoli	NA	Napoli	959.188	118,94	38	3	7
027	Venezia	VE	Venezia	260.520	415,89	37	4	3
015	Milano	MI	Milano	1.378.689	181,68	47	5	2
001	Torino	TO	Torino	875.698	130,06	49	6	8
050	Pisa	PI	Pisa	88.880	185,07	16	7	14
063	Napoli	NA	Pompei	25.087	12,43	2	8	132
052	Siena	SI	Siena	53.937	118,53	34	9	23
023	Verona	VR	Verona	257.993	198,91	16	10	10
032	Trieste	TS	Trieste	204.267	85,10	41	11	31
037	Bologna	BO	Bologna	390.636	140,86	46	12	6
084	Agrigento	AG	Agrigento	58.956	245,32	6	13	96
082	Palermo	PA	Palermo	663.401	160,59	28	14	17
039	Ravenna	RA	Ravenna	157.663	653,81	17	15	20
024	Vicenza	VI	Vicenza	110.790	80,58	10	16	54
001	Torino	TO	Venaria Reale	33.564	20,44	2	17	646
089	Siracusa	SR	Siracusa	121.171	207,82	11	18	60
083	Messina	ME	Taormina	10.831	13,13	1	19	36
028	Padova	PD	Padova	210.912	93,03	25	20	16
061	Caserta	CE	Caserta	75.430	54,07	6	21	123
010	Genova	GE	Genova	578.000	240,29	40	22	11
022	Trento	TN	Trento	118.288	157,87	10	23	35
058	Roma	RM	Tivoli	56.472	68,64	5	24	407
052	Siena	SI	San Gimignano	7.760	138,57	6	25	86
046	Lucca	LU	Lucca	88.824	185,73	12	26	64
020	Mantova	MN	Mantova	49.403	63,81	11	27	137
063	Napoli	NA	Ercolano	52.374	19,89	2	28	717
103	Verbania	VB	Stresa	4.870	35,36	4	29	82
017	Brescia	BS	Sirmione	8.254	26,25	2	30	32
021	Bolzano	BZ	Bolzano	107.739	52,29	15	31	41
065	Salerno	SA	Capaccio Paestum	22.921	113,03	3	32	134
055	Terni	TR	Orvieto	20.148	281,27	10	34	122
054	Perugia	PG	Perugia	165.956	449,61	22	35	30
016	Bergamo	BG	Bergamo	121.639	40,15	9	36	38
034	Parma	PR	Parma	196.518	260,60	22	37	34
036	Modena	MO	Maranello	17.680	32,58	1	38	268
063	Napoli	NA	Anacapri	7.018	6,47	3	41	266
036	Modena	MO	Modena	186.307	183,17	15	42	55
022	Trento	TN	Rovereto	39.972	50,98	6	43	220
065	Salerno	SA	Amalfi	5.025	5,70	2	44	187
065	Salerno	SA	Ravello	2.480	7,93	3	45	295
082	Palermo	PA	Monreale	38.884	530,18	2	46	706
041	Pesaro Urbino	PU	Urbino	14.361	226,49	9	47	224
017	Brescia	BS	Brescia	198.536	90,33	14	50	52
038	Ferrara	FE	Ferrara	132.052	405,14	16	53	63
080	Reggio di Calabria	RC	Reggio di Calabria	180.369	239,04	8	54	226
050	Pisa	PI	Volterra	10.159	252,64	7	55	205
021	Bolzano	BZ	Merano	40.862	26,34	7	58	42
007	Aosta	AO	Aosta	34.008	21,39	8	59	179
030	Udine	UD	Aquileia	3.268	37,44	5	60	436
041	Pesaro Urbino	PU	Gradara	4.874	17,53	2	61	864

Comuni selezionati nel panel - prima parte - segue

DENOMINAZIONE COMUNE	Rank Tot. pres. 2018	Rank arrivi residenti 2018	Rank presenze residenti 2018	Rank arrivi non residenti 2018	Rank pres. non residenti 2018	Rank num. eser. alberghieri	Rank num. letti eser. alberghieri	Rank num. eser. extra-alberghieri
Roma	1	1	1	1	1	1	1	1
Firenze	4	4	7	4	4	6	4	9
Napoli	9	10	13	7	9	13	14	29
Venezia	2	8	12	2	2	4	6	2
Milano	3	2	3	3	3	3	3	11
Torino	8	5	8	15	15	17	12	30
Pisa	23	23	24	10	22	50	39	47
Pompei	237	149	258	125	207	146	248	124
Siena	46	32	68	21	39	94	82	55
Verona	16	12	21	8	12	55	37	5
Trieste	52	31	58	33	60	76	104	19
Bologna	13	6	16	6	11	29	15	10
Agrigento	215	144	259	70	175	188	126	57
Palermo	29	19	38	17	29	44	23	25
Ravenna	15	13	10	47	33	20	13	13
Vicenza	101	59	106	57	93	169	131	34
Venaria Reale	741	591	706	643	738	909	971	613
Siracusa	77	63	78	64	78	41	27	56
Taormina	42	105	170	23	21	33	32	77
Padova	26	16	26	19	32	89	44	14
Caserta	209	78	154	261	302	262	217	307
Genova	22	15	22	12	20	23	28	33
Trento	49	30	36	53	80	120	108	92
Tivoli	561	412	540	338	498	228	225	150
San Gimignano	132	148	230	54	73	215	232	52
Lucca	136	87	175	49	82	128	166	62
Mantova	257	108	213	196	292	272	268	150
Ercolano	658	721	737	604	520	459	521	1.080
Stresa	119	211	313	42	56	105	94	461
Sirmione	34	57	99	24	23	28	64	137
Bolzano	86	64	129	30	63	110	128	101
Capaccio Paestum	106	95	61	215	193	105	115	212
Orvieto	230	120	237	137	216	169	257	76
Perugia	51	22	42	56	84	64	51	48
Bergamo	94	77	155	25	64	179	183	32
Parma	80	29	71	43	97	117	81	37
Maranello	335	313	324	207	280	516	351	833
Anacapri	337	448	494	166	218	228	317	161
Modena	116	40	88	81	149	123	110	109
Rovereto	249	207	202	214	293	516	442	429
Amalfi	205	463	458	93	119	153	162	546
Ravello	310	641	675	161	179	228	277	833
Monreale	826	691	843	614	726	909	935	471
Urbino	141	154	79	366	270	342	295	93
Brescia	108	37	86	76	145	126	144	220
Ferrara	147	45	109	91	181	110	142	67
Reggio di Calabria	293	161	209	346	402	240	226	66
Volterra	221	220	294	180	163	169	270	115
Merano	41	83	122	27	24	21	55	128
Aosta	287	206	298	163	240	228	265	291
Aquileia	401	615	603	300	267	909	1.001	546
Gradara	962	797	946	928	867	1.116	1.229	510

Comuni selezionati nel panel - prima parte - segue

CODICE PROVINCIA	Denominazione Provincia	Sigla automobilistica	Denominazione Comune	Popolazione al 31 dicembre 2018	Superficie kmq	Musei 2018	Rank visitatori 2018	Rank Tot. ar. 2018
060	Frosinone	FR	Veroli	20.424	119,64	2	62	1.087
056	Viterbo	VT	Viterbo	67.681	406,23	11	63	202
054	Perugia	PG	Assisi	28.314	187,19	9	65	22
100	Prato	PO	Prato	194.590	97,35	12	66	75
077	Matera	MT	Matera	60.404	392,08	8	67	39
051	Arezzo	AR	Arezzo	99.179	384,75	9	70	71
090	Sassari	SS	Castelsardo	5.893	43,34	2	71	348
019	Cremona	CR	Cremona	72.680	70,49	7	73	245
023	Verona	VR	Malcesine	3.687	69,28	1	74	70
054	Perugia	PG	Gubbio	31.547	525,77	7	75	155
087	Catania	CT	Catania	311.584	182,80	9	76	26
047	Pistoia	PT	Pescia	19.674	79,12	6	77	489
072	Bari	BA	Bari	320.862	117,41	10	83	27
048	Firenze	FI	Vinci	14.608	54,18	1	87	520
040	Forlì Cesena	FC	Forlì	117.798	228,20	7	90	161
030	Udine	UD	Cividale del Friuli	11.101	50,65	4	91	600
027	Venezia	VE	Stra	7.672	8,82	2	95	380
054	Perugia	PG	Spoletto	37.855	348,14	8	96	168
026	Treviso	TV	Treviso	84.999	55,58	6	97	103
072	Bari	BA	Alberobello	10.654	40,82	2	99	124
001	Torino	TO	Nichelino	47.494	20,56	1	102	575
001	Torino	TO	Rivoli	48.542	29,50	2	103	261
052	Siena	SI	Monteriggioni	10.033	99,73	2	109	258
018	Pavia	PV	Pavia	73.086	63,25	7	119	293
007	Aosta	AO	Fénis	1.792	68,12	2	120	893
030	Udine	UD	Udine	99.377	57,19	6	123	77
029	Rovigo	RO	Rovigo	51.104	108,80	3	125	323
004	Cuneo	CN	Racconigi	9.940	48,06	1	126	1.977
110	Barletta-Andria-Trani	BT	Trani	55.851	103,41	4	133	330
047	Pistoia	PT	Pistoia	90.358	236,40	16	139	264
042	Ancona	AN	Ancona	101.043	124,87	6	146	115
013	Como	CO	Como	82.522	37,14	7	150	40
033	Piacenza	PC	Piacenza	103.942	118,23	12	156	106
012	Varese	VA	Varese	80.559	54,84	7	161	144
062	Benevento	BN	Benevento	59.200	130,83	5	199	400
043	Macerata	MC	Macerata	41.514	92,53	7	216	375
044	Ascoli Piceno	AP	Ascoli Piceno	48.169	158,02	10	248	403
109	Fermo	FM	Fermo	37.119	124,53	6	270	297
074	Brindisi	BR	Brindisi	86.812	333,01	4	326	229
075	Lecce	LE	Lecce	95.269	238,82	8	367	57
025	Belluno	BL	Belluno	35.833	147,22	3	525	280
088	Ragusa	RG	Ragusa	73.373	444,71	4	596	108

Comuni selezionati nel panel - prima parte - segue

DENOMINAZIONE COMUNE	Rank Tot. pres. 2018	Rank arrivi residenti 2018	Rank presenze residenti 2018	Rank arrivi non residenti 2018	Rank pres. non residenti 2018	Rank num. eser. alberghieri	Rank num. letti eser. alberghieri	Rank num. eser. extra_alberghieri
Veroli	1.218	1.037	1.156	1.137	1.239	516	668	1.145
Viterbo	272	127	176	398	473	251	220	74
Assisi	38	17	33	29	61	37	59	42
Prato	153	133	181	46	115	215	178	235
Matera	120	25	83	80	171	136	199	21
Arezzo	150	65	139	75	140	169	148	71
Castelsardo	244	515	347	221	167	287	231	313
Cremona	357	237	323	238	337	385	371	226
Malcesine	43	306	341	31	16	27	45	12
Gubbio	242	99	179	313	325	228	272	79
Catania	50	26	63	26	49	73	67	38
Pescia	511	640	719	339	362	1.116	505	526
Bari	62	24	57	37	75	105	54	68
Vinci	521	553	591	443	421	909	706	342
Forlì	247	101	185	321	333	342	287	269
Cividale del Friuli	623	664	683	468	485	909	770	183
Stra	597	781	902	210	409	1.116	627	1.504
Spoleto	245	125	200	258	282	146	246	115
Treviso	184	117	187	95	160	262	254	39
Alberobello	232	132	251	115	206	228	213	139
Nichelino	650	489	562	624	744	1.116	499	1.730
Rivoli	349	159	220	719	882	657	298	966
Monteriggioni	308	268	359	223	228	459	425	197
Pavia	392	253	339	309	417	575	530	291
Fénis	1.026	933	1.000	764	962	909	1.064	1.145
Udine	162	75	152	78	156	188	171	118
Rovigo	416	339	370	260	413	459	455	351
Racconigi	1.980	1.968	1.970	1.938	1.940	1.888	1.888	1.145
Trani	423	286	368	356	431	342	464	96
Pistoia	347	271	360	236	266	366	414	206
Ancona	179	81	133	187	225	228	174	71
Como	83	146	224	22	45	117	118	73
Piacenza	197	82	148	156	262	342	245	186
Varese	236	181	265	119	200	228	191	283
Benevento	459	303	355	573	632	459	409	321
Macerata	251	270	188	611	324	516	538	235
Ascoli Piceno	462	309	379	547	537	516	609	105
Fermo	156	202	85	517	442	412	373	130
Brindisi	325	196	277	254	327	304	251	264
Lecce	85	39	59	86	132	169	101	44
Belluno	309	248	242	292	382	366	467	113
Ragusa	131	113	136	103	102	110	31	59

Comuni selezionati nel panel - seconda parte

CODICE PROVINCIA	Denominazione Provincia	Sigla automobilistica	Denominazione Comune	Rank num. letti eser. extra_alberghieri	Rank num. eser. Totale	Rank num. letti eser. Totale
058	Roma	RM	Roma	1	1	1
048	Firenze	FI	Firenze	12	9	7
063	Napoli	NA	Napoli	95	29	30
027	Venezia	VE	Venezia	3	2	3
015	Milano	MI	Milano	10	11	6
001	Torino	TO	Torino	36	31	18
050	Pisa	PI	Pisa	27	41	31
063	Napoli	NA	Pompei	264	135	264
052	Siena	SI	Siena	75	55	83
023	Verona	VR	Verona	14	5	17
032	Trieste	TS	Trieste	54	23	71
037	Bologna	BO	Bologna	53	12	24
084	Agrigento	AG	Agrigento	127	61	133
082	Palermo	PA	Palermo	69	25	35
039	Ravenna	RA	Ravenna	7	14	10
024	Vicenza	VI	Vicenza	156	40	154
001	Torino	TO	Venaria Reale	1.025	672	1.082
089	Siracusa	SR	Siracusa	118	52	55
083	Messina	ME	Taormina	260	65	86
028	Padova	PD	Padova	82	16	67
061	Caserta	CE	Caserta	701	308	356
010	Genova	GE	Genova	83	33	46
022	Trento	TN	Trento	128	98	127
058	Roma	RM	Tivoli	513	170	327
052	Siena	SI	San Gimignano	84	57	132
046	Lucca	LU	Lucca	124	64	156
020	Mantova	MN	Mantova	374	175	320
063	Napoli	NA	Ercolano	1.273	862	769
103	Verbania	VB	Stresa	777	274	206
017	Brescia	BS	Sirmione	60	92	60
021	Bolzano	BZ	Bolzano	270	102	179
065	Salerno	SA	Capaccio Paestum	41	183	50
055	Terni	TR	Orvieto	195	89	235
054	Perugia	PG	Perugia	79	44	72
016	Bergamo	BG	Bergamo	115	37	150
034	Parma	PR	Parma	243	39	138
036	Modena	MO	Maranello	1.097	761	552
063	Napoli	NA	Anacapri	506	175	408
036	Modena	MO	Modena	279	108	166
022	Trento	TN	Rovereto	382	457	431
065	Salerno	SA	Amalfi	950	375	298
065	Salerno	SA	Ravello	1.335	561	473
082	Palermo	PA	Monreale	648	546	792
041	Pesaro Urbino	PU	Urbino	102	114	169
017	Brescia	BS	Brescia	229	199	186
038	Ferrara	FE	Ferrara	203	67	171
080	Reggio di Calabria	RC	Reggio di Calabria	227	77	237
050	Pisa	PI	Volterra	159	126	215
021	Bolzano	BZ	Merano	249	82	113
007	Aosta	AO	Aosta	560	274	373
030	Udine	UD	Aquileia	111	634	221
041	Pesaro Urbino	PU	Gradara	807	601	1.020
060	Frosinone	FR	Veroli	1.022	946	879
056	Viterbo	VT	Viterbo	244	91	244

Comuni selezionati nel panel - seconda parte - segue

DENOMINAZIONE COMUNE	Rank imprese ind. creativa	Rank addetti ind. creativa	Rank imprese ind.culturale	Rank addetti ind. culturale	Rank Tot. imp. cult. creative	Rank Tot. add. cult. creative	Rank volume affari ind. cult. creative
Roma	1	1	1	2	1	2	2
Firenze	1	4	4	5	4	4	5
Napoli	9	11	5	6	5	6	6
Venezia	7	8	8	10	8	8	9
Milano	5	6	2	1	2	1	1
Torino	10	18	3	3	3	3	3
Pisa	81	90	48	55	50	59	77
Pompei	685	570	334	356	358	395	544
Siena	122	149	65	75	67	78	115
Verona	23	51	10	7	10	7	7
Trieste	52	132	17	25	18	29	40
Bologna	13	32	6	4	6	5	4
Agrigento	322	605	153	196	162	228	288
Palermo	17	29	9	9	9	10	18
Ravenna	52	47	37	41	38	44	58
Vicenza	11	10	23	19	20	17	15
Venaria Reale	543	756	317	61	340	72	176
Siracusa	87	190	75	106	74	112	180
Taormina	375	346	541	615	533	578	606
Padova	21	38	11	11	11	11	17
Caserta	685	904	71	94	78	109	100
Genova	15	37	7	8	7	9	12
Trento	122	103	28	24	29	27	25
Tivoli	210	373	126	154	130	176	211
San Gimignano	252	330	663	618	607	577	664
Lucca	72	105	42	49	44	51	80
Mantova	252	498	72	74	78	86	114
Ercolano	281	416	343	412	348	432	471
Stresa	685	951	930	954	909	989	933
Sirmione	895	1.163	647	625	672	688	587
Bolzano	52	75	24	15	25	19	13
Capaccio Paestum	543	423	492	586	504	582	723
Orvieto	92	136	244	278	217	264	374
Perugia	47	76	26	23	26	26	32
Bergamo	47	83	14	12	14	14	11
Parma	44	92	13	16	13	20	22
Maranello	543	351	443	282	458	309	279
Anacapri	543	795	879	724	848	773	793
Modena	31	39	16	14	16	13	8
Rovereto	180	209	106	105	107	113	141
Amalfi	1.211	1.284	717	707	758	784	898
Ravello	1.959	2.037	1.214	1.238	1.287	1.330	1.302
Monreale	194	315	663	800	578	719	947
Urbino	375	403	278	299	288	333	409
Brescia	42	77	12	13	12	15	19
Ferrara	114	159	34	43	37	53	71
Reggio di Calabria	107	188	47	63	49	66	143
Volterra	90	144	498	626	384	458	623
Merano	75	112	99	110	98	108	99
Aosta	322	416	105	135	111	151	178
Aquileia	1.959	2.037	1.134	1.017	1.189	1.114	1.010
Gradara	895	840	1.338	1.364	1.287	1.309	1.395
Veroli	685	900	552	721	578	782	959
Viterbo	158	256	70	71	73	81	108

Comuni selezionati nel panel - seconda parte - segue

CODICE PROVINCIA	Denominazione Provincia	Sigla automobilistica	Denominazione Comune	Rank num. letti eser. extra-alb.	Rank num. eser. Totale	Rank num. letti eser. Totale
054	Perugia	PG	Assisi	56	36	51
100	Prato	PO	Prato	437	231	274
077	Matera	MT	Matera	101	24	149
051	Arezzo	AR	Arezzo	158	81	163
090	Sassari	SS	Castelsardo	326	328	285
019	Cremona	CR	Cremona	437	256	420
023	Verona	VR	Malcesine	63	13	52
054	Perugia	PG	Gubbio	108	94	170
087	Catania	CT	Catania	78	38	80
047	Pistoia	PT	Pescia	673	619	614
072	Bari	BA	Bari	208	68	103
048	Firenze	FI	Vinci	470	407	574
040	Forlì Cesena	FC	Forlì	556	292	389
030	Udine	UD	Cividale del Friuli	440	231	576
027	Venezia	VE	Stra	1.722	1.441	954
054	Perugia	PG	Spoletto	186	120	222
026	Treviso	TV	Treviso	206	47	236
072	Bari	BA	Alberobello	226	158	230
001	Torino	TO	Nichelino	1.854	1.621	796
001	Torino	TO	Rivoli	995	902	479
052	Siena	SI	Monteriggioni	343	242	390
018	Pavia	PV	Pavia	455	351	504
007	Aosta	AO	Fénis	1.388	1.105	1.278
030	Udine	UD	Udine	166	132	180
029	Rovigo	RO	Rovigo	821	390	629
004	Cuneo	CN	Racconigi	1.444	1.292	1.695
110	Barletta-Andria-Trani	BT	Trani	300	118	372
047	Pistoia	PT	Pistoia	352	242	392
042	Ancona	AN	Ancona	134	86	162
013	Como	CO	Como	174	79	148
033	Piacenza	PC	Piacenza	468	221	329
012	Varese	VA	Varese	611	264	308
062	Benevento	BN	Benevento	559	364	499
043	Macerata	MC	Macerata	273	278	358
044	Ascoli Piceno	AP	Ascoli Piceno	293	130	406
109	Fermo	FM	Fermo	24	167	49
074	Brindisi	BR	Brindisi	425	278	333
075	Lecce	LE	Lecce	50	50	58
025	Belluno	BL	Belluno	212	139	296
088	Ragusa	RG	Ragusa	97	63	57

Comuni selezionati nel panel - seconda parte - segue

DENOMINAZIONE COMUNE	Rank imprese ind. creativa	Rank addetti ind. creativa	Rank imprese ind.culturale	Rank addetti ind. culturale	Rank Tot. imp. cult. creativa	Rank Tot. add. cult. creativa	Rank volume affari ind. cult. creative
Assisi	194	349	197	181	199	205	214
Prato	26	31	20	21	22	23	23
Matera	101	169	97	113	100	117	161
Arezzo	4	3	35	52	17	12	20
Castelsardo	685	784	1.086	978	1.040	994	1.086
Cremona	12	40	50	51	43	46	60
Malcesine	1.959	2.037	1.214	1.074	1.287	1.177	1.131
Gubbio	107	143	228	243	210	235	349
Catania	37	61	21	22	24	25	28
Pescia	375	558	435	381	441	411	352
Bari	47	109	15	18	15	22	27
Vinci	229	165	443	349	421	326	296
Forlì	56	66	36	28	35	31	36
Cividale del Friuli	895	951	509	558	543	615	902
Stra	895	951	618	377	646	424	193
Spoletto	281	233	205	183	213	201	242
Treviso	147	199	29	35	31	39	43
Alberobello	281	333	563	630	533	589	639
Nichelino	446	480	310	329	332	365	294
Rivoli	375	638	114	70	121	84	42
Monteriggioni	685	804	475	485	494	530	518
Pavia	194	283	57	79	60	89	132
Fénis	1.959	2.037	1.929	1.857	1.959	1.896	2.014
Udine	69	126	27	32	28	36	47
Rovigo	446	564	111	119	119	137	172
Racconigi	895	1.089	618	612	646	669	660
Trani	131	213	175	161	177	178	225
Pistoia	42	57	59	82	58	71	105
Ancona	114	170	55	56	57	64	78
Como	147	194	31	30	32	35	37
Piacenza	122	119	32	33	33	37	30
Varese	69	79	41	36	42	40	35
Benevento	446	756	103	148	112	167	235
Macerata	81	98	107	141	102	129	167
Ascoli Piceno	96	128	89	76	87	79	66
Fermo	147	202	150	156	153	171	198
Brindisi	543	756	136	172	144	206	317
Lecce	61	120	40	39	41	47	89
Belluno	543	683	118	128	127	152	158
Ragusa	81	110	93	140	91	132	215

Legenda

ETICHETTA	DESCRIZIONE
Codice Provincia	Codice Istat della Provincia
Popolazione al 31 dicembre 2018	Popolazione residente al 31 dicembre 2018
Superficie kmq	Superficie comunale in kmq al 31 dicembre 2018
Musei 2018	Numero musei - Indagine sui musei e le istituzioni similari anno 2018
Rank Pop. al 31 dicembre 2018	Posizione Rank della popolazione residente al 31 dicembre 2018
Rank superficie kmq	Posizione Rank della superficie comunale al 31 dicembre 2018
Rank musei 2018	Posizione Rank del numero dei musei - Indagine Istat sui musei e le istituzioni similari anno 2018
Rank visitatori 2018	Posizione Rank del numero dei visitatori - Indagine Istat sui musei e le istituzioni similari anno 2018
Rank tot. arr. 2018	Posizione Rank del totale degli arrivi dei clienti 2018
Rank tot. pres. 2018	Posizione Rank del totale delle presenze dei clienti 2018
Rank arrivi. residenti 2018	Posizione Rank degli arrivi dei clienti residenti 2018
Rank presenze residenti 2018	Posizione Rank delle presenze dei clienti residenti 2018
Rank arrivi non residenti 2018	Posizione Rank degli arrivi dei clienti stranieri 2018
Rank pres. non residenti 2018	Posizione Rank delle presenze dei clienti stranieri 2018
Rank num. eser. alberghieri	Posizione Rank del numero degli esercizi alberghieri
Rank num. letti eser. alberghieri	Posizione Rank del numero dei posti letto degli esercizi alberghieri
Rank num. eser. extra-alberghieri	Posizione Rank del numero degli esercizi extra-alberghieri
Rank num. letti eser. extra-alberghieri	Posizione Rank del numero dei posti letto degli esercizi extra-alberghieri
Rank num. eser. totale	Posizione Rank del numero degli esercizi totali
Rank num. letti eser. totale	Posizione Rank del numero dei posti letto e degli esercizi totali
Rank imprese ind. creativa	Posizione Rank del numero delle imprese dell'industria creativa. Anno 2017
Rank addetti ind. creativa	Posizione Rank del numero degli addetti dell'industria creativa. Anno 2017
Rank imprese ind. culturale	Posizione Rank del numero delle imprese dell'industria culturale. Anno 2017
Rank addetti ind. culturale	Posizione Rank del numero degli addetti dell'industria culturale. Anno 2017
Rank tot. imp. cult. creative	Posizione Rank del numero totale delle imprese dell'industria creativa/culturale. Anno 2017
Rank tot. add. cult. creative	Posizione Rank del numero totale degli addetti delle imprese dell'industria creativa/culturale. Anno 2017
Rank volume affari ind. cult. creative	Posizione Rank del volume d'affari delle imprese dell'industria creativa/culturale. Anno 2017

GLOSSARIO

Abitazione/stanza in affitto

Include abitazioni e stanze in affitto, bed&breakfast.

Addetto

Persona occupata in un'unità giuridico-economica (impresa, istituzione), con una posizione di lavoro indipendente o dipendente (a tempo pieno, a tempo parziale o con contratto di formazione lavoro), anche se temporaneamente assente (per servizio, ferie, malattia, sospensione dal lavoro, cassa integrazione guadagni, eccetera).

Addetto (del museo/istituto museale)

Persona che ha un rapporto lavorativo direttamente con il museo/istituto, anche se utilizzata in modo non continuativo e/o a tempo parziale. Sono comprese le persone che, oltre a lavorare per il museo/istituto, svolgono anche altre attività o funzioni, eventualmente presso altri uffici dell'amministrazione di appartenenza o altri enti e/o istituti, purché impiegate in via prevalente per il museo/istituto.

Addetto di impresa e/o ente esterno

Unità di personale di eventuali imprese e/o enti esterni a cui sia stata affidata la fornitura di servizi per il museo/istituto e impiegata in via prevalente presso il museo/istituto stesso.

Albergo

Include alberghi, motel, pensioni e istituti religiosi.

Altre strutture collettive

Include le residenze per cure fisiche/estetiche, campo lavoro e vacanza, sistemazione in mezzo pubblico di trasporto (cucette, vagoni letto, ecc.), centro congressi e conferenze, villaggio vacanza, campeggio, agriturismo e altre sistemazioni collettive.

Altri proventi

Tutti gli eventuali introiti realizzati dal museo/istituto attraverso lo svolgimento di attività e l'erogazione di servizi. Sono comprese le eventuali somme pagate dal pubblico per servizi accessori (es.: bar, bookshop, merchandising, didattica, ristorante, guardaroba, ecc.), al lordo delle imposte e delle quote spettanti ai concessionari del servizio, nonché le entrate per sfruttamento di marchi, diritti di autore e riproduzione, concessioni, ecc..

Arrivi

Numero di clienti che hanno effettuato il check in negli esercizi ricettivi nel periodo di riferimento.

Asia (Archivio statistico delle imprese attive)

Archivio delle Unità statistiche di osservazione delle Indagini economiche dell'Istituto, creato in ottemperanza al Regolamento (Cee) n. 2186/93 del Consiglio, del 22 luglio 1993, relativo al "coordinamento comunitario dello sviluppo dei registri di imprese utilizzati a fini statistici" e in attuazione del decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 26 febbraio 1994. Raccoglie le informazioni identificative (denominazione, localizzazione), strutturali (addetti, attività economica prevalente e secondaria, natura giuridica, volume degli affari) e demografiche (data inizio attività, data di cessazione, stato di attività, presenza di procedure concorsuali) di tutte le imprese (e relative unità locali) attive in tutti i settori di attività economica (ad eccezione delle sezioni A, B, L, P e Q e dei soggetti privati non-profit) della classificazione Ateco. È stato creato, ed è aggiornato annualmente, sulla base del trattamento statistico e dell'integrazione delle informazioni residenti in differenti archivi giuridici, amministrativi e di esazione. In particolare, le principali fonti utilizzate sono: il Repertorio economico amministrativo (Rea) gestito dalle Camere di Commercio, l'archivio anagrafico dell'Inps integrato con le dichiarazioni annuali desunte dai modelli presentati dalle imprese (DM/10), l'archivio anagrafico dell'Inail, l'Anagrafe Tributaria integrata con le dichiarazioni annuali Iva, gli archivi delle "utenze affari" dell'Enel e della Telecom, l'archivio anagrafico delle banche della Banca d'Italia. Per l'aggiornamento delle informazioni contenute in Asia vengono inoltre utilizzate tutte le informazioni desumibili da tutte le indagini statistiche sulle imprese.

Attività economica (classificazione)

Attività che ha luogo quando risorse quali lavoro, impianti e materie prime concorrono alla produzione di beni o alla prestazione di servizi. Un'attività economica è caratterizzata dall'uso di fattori della produzione, da un processo di produzione e da uno o più prodotti ottenuti (beni o prestazioni di servizi). Ai fini della produzione dell'informazione statistica, le attività economiche sono classificate dall'Istat dal 1° gennaio 2008 secondo una nomenclatura internazionale che a livello europeo è denominata Nace Rev. 2 (per la classificazione Ateco 2007).

Attività economiche culturali, creative e di artigianato artistico

Il perimetro delle attività economiche a carattere culturale e creativo include le unità locali delle imprese corrispondenti alle attività economiche della classificazione ATECO 2007 fino a cinque digit, di seguito elencate: 18 - Stampa e riproduzione di supporti registrati: 18.11.0, 18.12.0, 18.13.0, 18.14.0, 18.20.0; 26 - Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi: 26.40.0 26.70.2; 47 - Commercio al dettaglio: 47.59.6, 47.61.0, 47.62.1, 47.63.0, 47.78.2, 47.79.1, 47.79.2; 58 - Attività editoriali: 58.11.0, 58.13.0, 58.14.0, 58.19.0, 58.21.0; 59 - Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore: 59.11.0, 59.12.0, 59.13.0, 59.14.0, 59.20.0; 60 - Attività di programmazione e trasmissione: 60.10.0, 60.20.0; 63 - Attività dei servizi d'informazione e altri servizi informatici: 63.91.0; 71 - Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi ed analisi tecniche: 71.11.0; 72 - Ricerca scientifica e sviluppo: 72.20.0; 73 - Pubblicità e ricerche di mercato: 73.11.0; 74 - Altre attività professionali, scientifiche e tecniche: 74.10.1, 74.10.2, 74.10.3, 74.10.9, 74.20.1, 74.20.2, 74.30.0; 77 - Attività di noleggio e leasing operativo: 77.22.0; 82 - Attività di supporto per le funzioni d'ufficio e altri servizi di supporto alle imprese: 82.99.2; 85 - Istruzione: 85.52.0, 85.59.1; 90 - Attività creative, artistiche e di intrattenimento: 90.01.0, 90.02.0, 90.03.0, 90.04.0; 91 - Attività di biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali: 91.01.0, 91.02.0, 91.03.0, 91.04.0; 94 - Attività di organizzazioni

associative: 94.99.2. Per le attività di artigianato artistico sono state considerate le unità locali delle sole imprese artigiane riferite alle seguenti categorie ATECO: (13.99.1, 13.99.2, 15.11.0, 15.12.0, 16.29.4, 23.19.2, 23.41.0, 23.70.2, 25.99.3, 32.12.1, 32.12.2, 32.20.0).

Biglietteria online (del museo/istituto museale)

Il museo/Istituto è presente su internet con un proprio sito web attraverso il quale è possibile acquistare online il biglietto di accesso alla struttura.

Centro abitato

Aggregato di case contigue o vicine con interposte strade, piazze e simili, o comunque brevi soluzioni di continuità per la cui determinazione si assume un valore variabile intorno ai 70 metri, caratterizzato dall'esistenza di servizi od esercizi pubblici (scuola, ufficio pubblico, farmacia, negozio o simili) costituenti la condizione di una forma autonoma di vita sociale, e generalmente determinanti un luogo di raccolta ove sono soliti concorrere anche gli abitanti dei luoghi vicini per ragioni di culto, istruzione, affari, approvvigionamento e simili, in modo da manifestare l'esistenza di una forma di vita sociale coordinata dal centro stesso. Si differenzia così dal nucleo abitato, che è contiguo ad altri luoghi di raccolta ed insieme a questi sono parte del centro abitato stesso.

Classificazione delle attività economiche 2007 - Ateco 2007

A partire dal 1° gennaio 2008 l'Istat ha adottato la nuova classificazione delle attività economiche Ateco 2007. La migrazione delle statistiche economiche alla nuova classificazione è avvenuta secondo un calendario specifico per le singole indagini statistiche ed unico per i paesi dell'Ue. L'Ateco 2007 è la versione nazionale della classificazione Nace Rev. 2 definita in ambito europeo che, a sua volta, deriva da quella definita a livello Onu (Isic Rev. 4). La classificazione Ateco 2007 presenta le varie attività economiche raggruppate, dal generale al particolare, in sezioni (21), divisioni (88), gruppi (272), classi (615), categorie (996) e sottocategorie (1.224). Diversamente dalle precedenti versioni della classificazione, non sono più presenti le sottosezioni precedentemente individuate dalle due lettere.

Destinazione, mezzo di trasporto, tipo di alloggio, motivo della vacanza e del viaggio di lavoro

Informazioni che vengono rilevate sulla base del concetto di "prevalenza". In particolare, la destinazione del viaggio e il tipo di alloggio sono associate rispettivamente alla località e al tipo di alloggio in cui si è trascorso il maggior numero di notti, mentre il mezzo di trasporto si identifica nel mezzo con cui è stata coperta la maggiore distanza.

Durata media del viaggio

Rapporto tra il numero di notti trascorse in viaggio e il numero di viaggi.

Esercizi alberghieri

Tale categoria include gli alberghi da 1 a 5 stelle, i villaggi albergo, le residenze turistico-alberghiere, le pensioni, i motel, le residenze d'epoca alberghiere, gli alberghi *meublè o garni*, le dimore storiche, gli alberghi diffusi, i centri benessere (*beauty farm*), i centri congressi e conferenze e tutte le altre tipologie di alloggio che in base alle normative regionali sono assimilabili agli alberghi.

Esercizi extra-alberghieri

Tale categoria include i campeggi e le aree attrezzate per camper e roulotte, i villaggi turistici, le forme miste di campeggi e villaggi turistici, gli alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale, gli agriturismi, le case per ferie, gli ostelli per la gioventù, i rifugi di montagna, gli altri esercizi ricettivi non altrove classificati e i *bed and breakfast*.

Esercizi ricettivi

Per l'indagine "Movimento dei clienti" gli esercizi ricettivi rappresentano l'insieme degli esercizi alberghieri e extra-alberghieri. Per l'indagine "Viaggi e Vacanze" includono anche i campi lavoro/vacanza, i mezzi di trasporto collettivi (tra cui le navi da crociera) e le marine (imbarcazioni attraccate in porto).

Esposizioni temporanee (del museo/istituto museale).

Esposizioni di beni e collezioni, quali mostre, rassegne e altri allestimenti, organizzate per un periodo di tempo limitato. I beni e le opere di una collezione permanente di un museo possono essere prestati ad altri musei o istituti simili per l'allestimento di mostre e esposizioni temporanee o rassegne periodiche.

Estero

- Europa include i Paesi dell'Unione europea e gli altri Paesi europei;
- Unione europea comprende Austria, Belgio, Cipro, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Lussemburgo, Olanda, Portogallo, Regno Unito, Spagna, Svezia, Estonia, Latvia (Lettonia), Lituania, Malta, Polonia, Repubblica Ceca, Slovenia, Slovacchia, Ungheria, Romania, Bulgaria, Croazia;
- altri Paesi europei comprende gli altri Paesi europei non appartenenti all'Unione europea;
- Paesi extra-europei include tutti i Paesi non menzionati tra quelli dell'Europa.

Eurostat

L'Ufficio statistico dell'Unione europea costituito nel 1953, con sede a Lussemburgo.

Fatturato

Comprende le vendite di prodotti fabbricati dall'impresa, gli introiti per lavorazioni eseguite per conto terzi, gli introiti per eventuali prestazioni a terzi di servizi non industriali (commissioni, noleggi di macchinari, eccetera), le vendite di merci acquistate in nome proprio e rivendute senza trasformazione, le commissioni, provvigioni ed altri compensi per vendite di beni per conto terzi, gli introiti lordi del traffico e le prestazioni di servizi a terzi. Il fatturato viene richiesto al lordo di tutte le spese addebitate ai clienti (trasporti, imballaggi, assicurazioni e simili) e di tutte le imposte indirette (fabbricazione, consumo, eccetera) ad eccezione dell'IVA fatturata ai clienti, al netto degli abbuoni e sconti accordati ai clienti e delle merci rese; sono esclusi anche i rimborsi di imposte all'esportazione, gli interessi di mora e quelli sulle vendite rateali. Il valore dei lavori eseguiti nel corso dell'esercizio da parte delle imprese di costruzione e cantieristiche sono conglobati nel valore complessivo del fatturato.

Finanziamenti privati

Comprende le sponsorizzazioni, i contributi da fondazioni ex bancarie, le erogazioni liberali, le donazioni, i lasciti e le quote sociali.

Gestione (del museo/istituto museale)

Ogni attività, realizzata mediante l'organizzazione stabile di risorse, strutture o reti, ovvero la messa a disposizione di competenze tecniche o risorse finanziarie o strumentali, finalizzata all'esercizio delle funzioni e al perseguimento delle finalità museali (cfr. D.L. 112/98; d.lgs. 42/2004 e d.lgs. 156/2006, art. 115). Ai fini della rilevazione si fa riferimento, nello specifico, alla forma di gestione delle attività che consentono il funzionamento del museo/istituto e permettono lo svolgimento dei compiti per la valorizzazione e la fruizione dei beni e/o delle collezioni (o dell'istituto stesso, nel caso di istituto assimilabile o monumento, quale una chiesa, una villa o un castello, che non disponga propriamente di beni e/o collezioni, essendo esso stesso oggetto di esposizione permanente). Ai fini della rilevazione si fa, quindi, riferimento alla conduzione del museo/istituto nel suo complesso e non alla gestione di eventuali specifici servizi aggiuntivi o di supporto (es.: accoglienza, sicurezza, vigilanza, pulizia, bookshop, ristorazione, ecc.).

Grandi imprese

Imprese con 250 addetti ed oltre.

Impresa

Unità giuridico-economica che produce beni e servizi destinabili alla vendita e che, in base alle leggi vigenti o a proprie norme statutarie, ha facoltà di distribuire i profitti realizzati ai soggetti proprietari, siano essi privati o pubblici. Tra le imprese sono comprese: le imprese individuali, le società di persone, le società di capitali, le società cooperative, le aziende speciali di comuni o province o regioni. Ai fini statistici sono considerate imprese anche i lavoratori autonomi e i liberi professionisti.

Incassi (del museo/istituto museale)

Entrate derivanti dalla vendita di qualunque titolo di accesso al museo/istituto, indipendentemente dal luogo di emissione, compresi gli abbonamenti e i titoli emessi per eventuali esposizioni temporanee e/o altre manifestazioni ed eventi, al lordo delle imposte, delle quote spettanti ai concessionari del servizio di biglietteria e degli eventuali corrispettivi a terzi.

Mostre e/o esposizioni temporanee

Allestimenti e manifestazioni organizzate per un periodo di tempo limitato, anche da parte di e/o all'interno di strutture che svolgono attività espositiva in modo continuativo.

Museo

Struttura permanente che acquisisce, conserva, ordina ed espone beni culturali per finalità di studio, educazione e di studio (cfr. Codice dei beni culturali, d.lgs. 42/2004, art. 101 e D.M. 23.12.2014). La modalità comprende, oltre ai musei, istituti assimilabili quali: pinacoteche, gallerie d'arte senza scopo di lucro, raccolte, collezioni, antiquaria, tesori, istituti destinati alla conservazione e alla esposizione dipendenti da una biblioteca o un centro archivistico, contenitori museali, ecc..

Non statale (museo/istituto)

Istituzione permanente, senza scopo di lucro, al servizio della società e del suo sviluppo, di cui sono responsabili soggetti pubblici diversi dal Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo o soggetti privati (profit e no profit). E' aperta al pubblico e compie ricerche che riguardano le testimonianze materiali e immateriali dell'umanità e del suo ambiente; le acquisisce, le conserva, le comunica e, soprattutto, le espone a fini di studio, educazione e diletto.

Organizzazione

Per "prenotazione diretta" si intende la prenotazione dell'alloggio direttamente presso la struttura ricettiva o la compagnia di viaggio; per "prenotazione presso agenzia" si intende la prenotazione dell'alloggio tramite agenzia o *tour operator*; per "prenotazione tramite internet" si intende l'utilizzo di Internet per prenotare direttamente o presso agenzia l'alloggio.

Permanenza media

Rapporto tra il numero di presenze e il numero di arrivi registrati nel periodo di riferimento negli esercizi ricettivi.

Personale (del museo/istituto museale)

Per personale operante nella struttura si intendono tutti gli addetti interni del museo/istituto e/o di eventuali imprese e/o enti esterni che avevano un rapporto lavorativo direttamente con il museo/istituto, anche se utilizzate in modo non continuativo e/o a tempo parziale. Sono comprese le persone che, oltre a lavorare per il museo/istituto, svolgono anche altre attività o funzioni, eventualmente presso altri uffici dell'amministrazione di appartenenza o altri enti e/o istituti, purché impiegate in via prevalente per il museo/istituto. Sono inoltre compresi tutti i volontari e gli operatori del servizio civile nazionale ed eventuali tirocinanti/stagisti.

Presenza su social media (del museo/istituto museale)

Il museo/istituto è presente nei social-media (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Flickr, LinkedIn, Pinterest, Foursquare, etc.) mediante una pagina ad esso dedicata.

Presenze

Numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi nel periodo considerato.

Regione italiana di residenza

La regione italiana di residenza dalla quale provengono i clienti residenti in Italia che si recano negli esercizi ricettivi.

Paese estero di residenza

Il paese estero di residenza dal quale provengono i clienti non residenti in Italia che si recano negli esercizi ricettivi.

Privato (titolare/gestore del museo/istituto museale)

Soggetto dotato di personalità giuridica, costituito con atto di natura privatistica e disciplinato dal diritto privato.

Pubblico (titolare/gestore del museo/istituto museale)

Soggetto dotato di personalità giuridica, costituito per legge e sottoposto a disciplina di diritto pubblico.

Ripartizioni geografiche

Nord-ovest (Piemonte, Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste, Lombardia, Liguria); Nord-est (Trentino-Alto Adige/Südtirol, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna); Centro (Toscana, Umbria, Marche, Lazio); Sud (Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria); Isole (Sicilia, Sardegna).

Servizi per il pubblico e servizi aggiuntivi del museo/istituto museale

Servizi di assistenza culturale e di ospitalità per il pubblico erogati negli istituti museali e similari attraverso forme di gestione diretta o indiretta, nonché i servizi strumentali di pulizia, di vigilanza e di biglietteria (cfr. art. 117 e 184 del decreto legislativo 22.01.2004, n. 42 e successive modifiche e integrazioni).

Specie o tipologia di esercizio

La distinzione tra esercizi alberghieri e extra-alberghieri.

Spesa del viaggio

Include tutte le spese finalizzate al viaggio, sostenute prima della partenza, durante il viaggio o al ritorno, in conseguenza del viaggio stesso. È composta dalle spese per trasporto, per l'alloggio e dalle restanti spese (pasti, acquisti vari, attività ricreative, culturali e sportive, *souvenir*, ecc.).

Spesa media per viaggio

Ammontare di spesa del viaggio riferito al singolo partecipante al viaggio.

Spesa media giornaliera

Rapporto tra spesa media per viaggio, riferita al singolo partecipante, e durata del viaggio (numero di notti).

Titolare del museo/istituto museale

Soggetto che ha la responsabilità giuridico-amministrativa del museo/istituto. Se i beni e/o le collezioni sono stati conferiti in prestito a lungo termine o in concessione d'uso, ci si riferisce al detentore (che li ha ricevuti in deposito) e non al proprietario.

Turismo

L'insieme delle attività e dei servizi riguardanti le persone che si spostano al di fuori del loro 'ambiente abituale', per vacanza o per motivi di lavoro. Rientrano, pertanto, nei flussi turistici

Turista

Persona che ha effettuato uno o più viaggi nel trimestre

Unità di analisi

La singola istituzione museale con funzioni espositive e accessibile al pubblico, anche se chiusa temporaneamente. Si considerano come appartenenti alla stessa unità di analisi tutte le eventuali parti espositive che la compongono e che ne costituiscono parte integrante in termini organizzativi, amministrativi e gestionali (es. sezioni o dipartimenti di uno stesso museo universitario, distinte per denominazione, natura delle collezioni e/o ubicazione).

Unità eleggibile

Museo o altro luogo espositivo a carattere museale che acquisisce, conserva, ordina ed espone al pubblico beni e/o collezioni di interesse culturale. Ai fini dell'indagine, sono compresi: le aree e i parchi archeologici, i monumenti, i complessi monumentali e altre strutture espositive permanenti destinate alla pubblica fruizione, la cui visita sia organizzata e regolamentata secondo determinate modalità di accesso e fruizione. Sono esclusi: gli istituti che espongono esclusivamente esemplari viventi animali o vegetali (ad esempio: orti botanici, giardini zoologici, acquari, riserve naturali, ecoparchi eccetera), gli istituti che organizzano esclusivamente esposizioni temporanee e/o mostre non permanenti, nonché le gallerie a scopo commerciale e altri istituti non destinati alla pubblica fruizione.

Unità ineleggibile

Sito che, pur contenendo beni e/o collezioni di interesse culturale, artistico, storico e/o naturalistico, non ha i requisiti che identificano i musei e gli istituti a carattere museale, ovvero essere una struttura permanente, aperta al pubblico e dotata di forme organizzate per la fruizione. Sono inclusi in questa categoria e pertanto non oggetto d'indagine: le chiese e i monumenti non musealizzati, gli ecomusei, i musei diffusi, gli osservatori astronomici e i planetari, i luoghi/istituti che espongono esclusivamente esemplari viventi animali o vegetali (orti botanici, giardini zoologici, acquari, riserve naturali, ecoparchi, ecc.), nonché quelli che organizzano solo esposizioni e/o mostre temporanee e quelli che si occupano di attività non prettamente espositive (centri scientifici e culturali, biblioteche, gallerie commerciali, fondazioni, ecc.).

Unità locale

Luogo fisico nel quale un'unità giuridico-economica (impresa, istituzione) esercita una o più attività economiche. L'unità locale corrisponde ad un'unità giuridico-economica o ad una sua parte, situata in una località topograficamente identificata da un indirizzo e da un numero civico. In tale località, o a partire da tale località, si esercitano delle attività economiche per le quali una o più persone lavorano (eventualmente a tempo parziale) per conto della stessa unità giuridico-economica. Costituiscono esempi di unità locale le seguenti tipologie: agenzia, albergo, ambulatorio, bar, cava, deposito, domicilio, garage, laboratorio, magazzino, miniera, negozio, officina, ospedale, ristorante, scuola, stabilimento, studio professionale, ufficio, eccetera.

Ue28

I 28 Paesi aderenti all'Unione europea: Italia, Austria, Belgio, Bulgaria, Croazia, Cipro, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Malta, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Romania, Slovacchia, Slovenia, Spagna, Svezia, Ungheria.

Variazione tendenziale

Variazione percentuale rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente.

Viaggio

Spostamento realizzato, per vacanza o per ragioni di lavoro, fuori dal comune in cui si vive e che comporta almeno un pernottamento nel luogo visitato; sono esclusi i viaggi e gli spostamenti effettuati nelle località frequentate tutte le settimane con soste di uno o più pernottamenti, nonché i viaggi di durata superiore a un anno; in questi casi, infatti, il viaggio non costituisce flusso turistico poiché la località visitata viene associata al luogo in cui si vive.

Viaggio di vacanza

Viaggio svolto per motivi prevalenti di relax, piacere, svago, o riposo, per visita a parenti o amici, per motivi religiosi/pellegrinaggio, per cure termali o trattamenti di salute.

Viaggio per motivi di lavoro o professionali:

Viaggio svolto per motivi prevalenti di lavoro quali missioni, partecipazione a congressi, riunioni d'affari o esercizio di attività di rappresentanza, docenza o altre attività professionali. Sono esclusi gli impieghi presso il luogo di destinazione (lavoro stagionale, supplenze, altri lavori temporanei).

Visitatore

La persona che ha accesso a un museo o a un istituto museale per la fruizione dei beni e delle collezioni in esso esposte nonché di eventuali mostre e esposizioni temporanee in esso organizzate, sia previa acquisizione di un biglietto o un altro titolo (a pagamento o gratuito, singolo o cumulativo) che dà il diritto di accesso, sia nel caso di ingresso completamente libero, cioè per il quale non è previsto il rilascio di alcun titolo di ingresso né alcuna forma di registrazione o rilevamento sistematico degli ingressi. Il visitatore è definito in relazione alla singola attività di accesso e visita di ciascun museo o istituto simile. Il numero di visitatori di un museo o istituto simile corrisponde al numero di ingressi effettuati per la visita di quel museo o istituto simile, e non al numero di persone fisiche che vi hanno avuto accesso, né al numero di biglietti emessi. La stessa persona che abbia accesso a un museo o un istituto simile composto da più parti espositive che si configurano come parti integranti dello stesso istituto, si intende come un unico visitatore. Il numero di visitatori di un museo o istituto simile comprende il numero di ingressi alla sede principale e a tutte le eventuali sedi distaccate. La stessa persona che abbia accesso a più musei o istituti similari appartenenti allo stesso circuito o sistema organizzato – eventualmente tramite un biglietto cumulativo o integrato - corrisponde a tanti visitatori quanti sono gli accessi effettuati in ciascun museo o istituto museale. Il numero di visitatori di un museo o istituto simile comprende sia i visitatori con biglietto singolo, sia quelli con biglietto cumulativo, anche se acquistato presso altri istituti.

Visitatore non pagante

Persona che ha visitato un museo o un istituto museale a titolo gratuito, con o senza biglietto (come nel caso di libero accesso). Sono compresi i visitatori che hanno lasciato un'offerta libera.

Visitatore pagante

Persona che ha visitato un museo o un istituto museale acquistando un biglietto singolo, o un biglietto cumulativo, anche se presso una struttura diversa da quella visitata.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Agenzia Nazionale del Turismo - ENIT. *Comunicati stampa*. <http://www.enit.it/it/pressroomonline/comunicati-stampa.html?start=30>
- Banca d'Italia. 2018. *Indagine sul turismo internazionale - 2017*. <https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/indagine-turismo-internazionale/2018-indagine-turismo-internazionale/index.html>
- Banca d'Italia. 2018. *Indagine sul turismo internazionale - microdati*. <https://www.bancaditalia.it/statistiche/tematiche/rapporti-estero/turismo-internazionale/distribuzione-microdati/index.html>
- Bronzino, B., L. Chiarullo, e M. De Filippo. 2019. Le politiche di rete per la competizione turistica: filiere, ecosistemi e ruolo delle DMO. In Consiglio Nazionale delle Ricerche – CNR - Istituto di Ricerca su Innovazione e Servizi per lo Sviluppo – IRIS. Becheri, E., R. Micera, e A. Morvillo (a cura di). *Rapporto sul Turismo italiano. XXII edizione 2017/2018*. Napoli: Rogiosi editore.
- Camagni, R. 2011. Creativity, culture and urban milieu. In Baycan, T., F.L. Girard, and P. Nijkamp (eds.). 2011. *Sustainable city and creativity. Promoting Creative Urban Initiatives*. Farnham, Surrey, U.K.: Ashgate Publishing.
- Centro studi turistici - CST *Turismo e Città d'arte in Italia: infografica e slides CST con i dati 2017*. FIRENZE: CST. <http://centrostuditoristicifirenze.it/blog/turismo-e-citta-darte-in-italia-infografica-cst-2017/>
- Cerisola, S. 2019. *Cultural Heritage, Creativity and Economic Development*. Cheltenham, U.K.: Edward Elgar Publishing.
- Cerisola, S. 2019. A new perspective on the cultural heritage-development nexus: the role of creativity. *Journal of Cultural Economics*, 43: 21-56.
- Cerisola, S. 2018. Creativity and local economic development: the role of synergy among different talents. *Papers in Regional Science*, Volume 97, Issue 2: 199-216.
- Cerisola, S. 2018. Multiple creative talents and their determinants at the local level. *Journal of Cultural Economics*, 42: 243-269.
- Cicerchia, A. 2009. *Risorse culturali e turismo sostenibile. Elementi di pianificazione*. Milano: Franco Angeli.
- Chambers, I. 1974. Roland Barthes: Structuralism/semiotics. *Working Papers in Cultural Studies*, Volume 6: 49-69.
- European Commission – Joint Research Centre. *Cultural and Creative Cities Monitor*. <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor/>
- European Union - Working Group of EU Member States' Experts on *Promoting Access to Culture via Digital Means under the Open Method of Coordination - OMC. 2017. Promoting access to culture via digital means: policies and strategies for audience development*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2020. Viaggi e vacanze in Italia e all'estero. Anno 2019. *Statistiche Report*. Roma: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/238416>.
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2020. *Confini delle Unità Amministrative a fini statistici al 1° gennaio 2020*. Roma: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/222527>
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2020. *Indagine sui musei e le istituzioni similari: Microdati a uso pubblico*. Roma: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/167566>
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2020. *Classificazione dei Comuni secondo le Ecoregioni d'Italia*. Roma: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/224780>
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2019. Viaggi e vacanze in Italia e all'estero. Anno 2018. *Statistiche Report*. Roma: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/227018>

- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2019. L'Italia dei musei. *Statistiche Today*. Roma: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/237159>
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2019. *Capacità degli esercizi ricettivi. Informazioni sulla rilevazione*. Roma: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/210783>
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2019. *Rapporto annuale 2019. La situazione del Paese*. Roma: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/230897>
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2019. Registro Statistico delle Imprese Attive (Asia - Imprese). *Scheda standard di qualità*. Roma: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/216767>
- Istituto Nazionale di Statistica - Istat. 2015. *Rapporto annuale 2015. La situazione del Paese*. Roma: Istat. <https://www.istat.it/it/archivio/159350>
- Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo - MiBACT. 2020. *Luoghi della Cultura*. Roma: MiBACT. <https://storico.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/MenuPrincipale/LuoghiDellaCultura/index.html>
- Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo - MiBACT. Ufficio di Statistica. 2020. *Visitatori e introiti di Musei, Monumenti e Aree Archeologiche Statali*. Roma: MiBACT. http://www.statistica.beniculturali.it/Visitatori_e_introiti_musei.htm
- Osservatorio Nazionale del Turismo - ONT, Camere di Commercio d'Italia - Unioncamere, e Istituto Nazionale Ricerche Turistiche - ISNAT (a cura di). 2012. *Indagine quantitativa sui comportamenti turistici degli italiani. Secondo semestre 2011. 2° Rapporto 2011*. Roma: ISNAT. http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/documenti/02790?category=documenti/ricerche_ONT
- Pratt, A.C. 2008. Creative cities: the cultural industries and the creative class. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, Volume 90, Issue 2: 107-117.
- Regione Umbria. *Sistema museale dell'Umbria*. <https://www.regione.umbria.it/cultura/sistema-museale-dell-umbria>
- Riganti, P., and P. Nijkamp. 2006. The Value of Urban Cultural Heritage: An Intelligent Environment Approach. *Studies in Regional Science*, Volume 36, Issue 2: 451-469.
- Santagata, W. (a cura di). 2009. *Libro bianco sulla creatività. Per un modello italiano di Sviluppo*. Torino: Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura.
- Snowball, J.D. 2013. The economic, social and cultural impact of cultural heritage: methods and examples. In Rizzo, I., and A. Mignosa (eds.). 2013. *Handbook on the Economics of Cultural Heritage*. Cheltenham, U.K.: Edward Elgar Publishing.
- Symbola – Fondazione per le qualità italiane. 2019. *Io sono cultura - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi. Rapporto 2019*. Roma: Symbola. <https://www.symbola.net/approfondimento/io-sono-cultura-i-dati-della-cultura-nella-ricerca-symbola/>
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – UNESCO. *Patrimonio mondiale*. <http://www.unesco.it/it/ItaliaNellUnesco/Detail/188>