

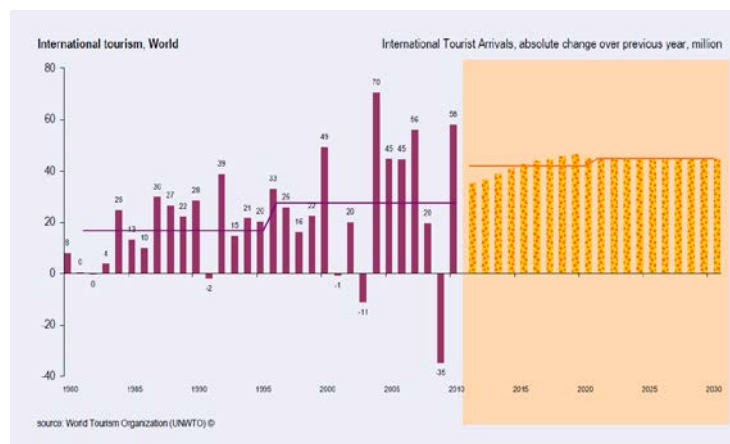
Cultural heritage and development initiatives: a challenge or a contribution to sustainability?

25-27 maggio 2016 - Palazzo Barberini, Roma

Turismo culturale come motore di sviluppo economico, creazione di posti di lavoro e inclusione sociale

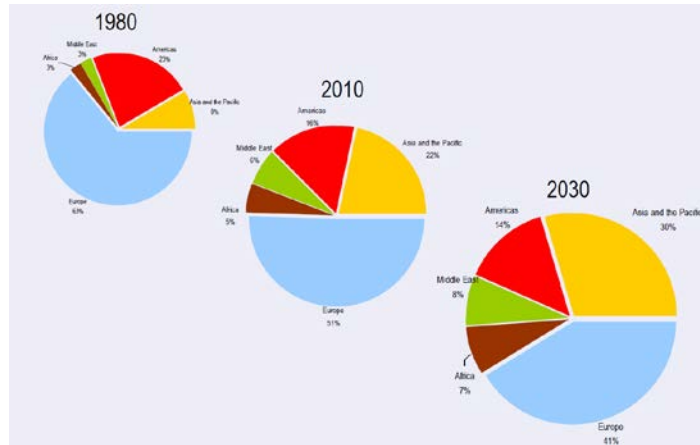
DATI

- Il turismo globale è in costante espansione.
- Secondo i dati dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT), nel 2015 si sono registrati 1,18 miliardi di arrivi internazionali su scala globale, 50 milioni in più rispetto al 2014.
- Sempre secondo i dati dell'OMT, la crescita continuerà. Nel 2030 si registreranno 1,8 miliardi di arrivi internazionali con una di crescita media annua del 4% circa.

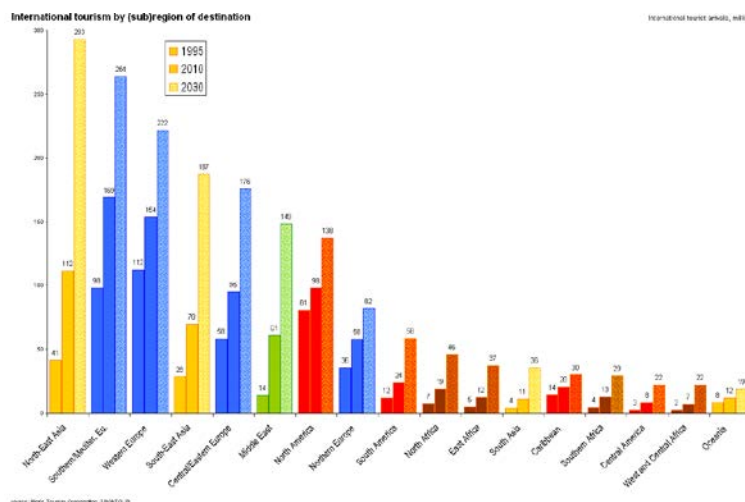


- La crescita è sostenuta dall'emergere di una nuova classe media, soprattutto dall'Asia (Cina, India, Indonesia, Vietnam) che sperimenta un nuovo benessere e che spende parte dei suoi guadagni in turismo.

- La crescita globale del turismo interesserà tutti i continenti. Asia, Africa e Medio Oriente beneficeranno particolarmente di questa espansione e amplieranno significativamente la loro quota di mercato.



- A livello sub-regionale, l'Asia Nord Orientale otterrà i risultati migliori in termini sia di arrivi, sia di allargamento della quota di mercato.



- Infine, l'Europa continuerà ad avere una posizione dominante in termini di arrivi (circa 800 milioni di arrivi internazionali nel 2030) riducendo però la sua quota globale a meno di 1/3.
- Il turismo rappresenterà dunque nei prossimi anni una grande opportunità per creare crescita e, soprattutto, occupazione.

Mentre la rivoluzione industriale e tecnologica in atto, con la digitalizzazione, la robotica, il manifatturiero avanzato, porterà a una perdita di posti di lavoro, il turismo resterà un settore ad alta densità di lavoro.

- Già oggi il turismo contribuisce in modo rilevante al PIL mondiale e all'occupazione.
- Infatti, l'economia turistica rappresenta il 10% del PIL globale, genera 1,4 trilioni di dollari di scambi internazionali, ossia il 7% del totale degli export mondiali.
- Il 30% dei servizi esportati è nel turismo.



- Dal punto di vista dell'occupazione 1 lavoratore su 11 al mondo è impiegato nel settore del turismo.
- Solo in Europa, sono impiegate 13 milioni di persone, se si considerano solo le attività direttamente correlate al turismo, ma sono 26 milioni se si considera anche l'indotto.
- In generale, il turismo è un settore inclusivo. Il turismo, infatti, impiega alcune categorie di lavoratori particolarmente colpite dalla crisi economica come i giovani (13% della forza lavoro è sotto i 24 anni) e le donne (58% della forza lavoro)

- Questo settore può facilmente offrire l'opportunità di rientrare nel modo del lavoro dopo la pausa della maternità, oppure può essere la prima occasione di accesso al mondo del lavoro per molti giovani una volta terminati gli studi.
- Ultimamente il turismo, in Europa, ha dato lavoro a molti immigrati da paesi extraeuropei che in seguito hanno avviato, in alcuni casi, attività proprie.
- In futuro, potrebbe rappresentare un'occasione di lavoro per i rifugiati arrivati nel nostro continente e rappresentare un'opportunità d'integrazione nelle società ospitanti.
- Infine, è importante ridimensionare l'opinione comune che nel settore del turismo si trovino solo lavori poco qualificati. In realtà il turista di oggi è sempre più esigente e alla ricerca di esperienze "su misura". Pertanto sono numerosi i profili professionali ricercati dall'industria e le possibilità di investire e di fare impresa.

TURISMO E CULTURA

- Il patrimonio culturale è uno dei principali attrattori turistici. La principale ragione per viaggiare, ossia quello che spinge un turista a prenotare una vacanza in una particolare destinazione è la sua offerta culturale.
- Secondo l'ultimo sondaggio dell'EUROBAROMETRO¹ sulle abitudini dei viaggiatori europei il 26% degli intervistati ha dichiarato di aver scelto la destinazione delle vacanze proprio sulla base della sua offerta culturale e il 27% ha scelto di visitare le città d'arte e le capitali europee.

¹<http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/PublicOpinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/FLASH/surveyKy/2065>

- Per patrimonio culturale s'intende non solo quello materiale come musei, siti archeologici, pinacoteche, centri storici, ma anche quello immateriale fatto di tradizioni locali, luoghi della memoria, gastronomia, sistemi particolari di produzione artistica o agroalimentare.
- Ma la cultura non è solo "patrimonio" è anche "cultura viva" o industria creativa: è il cinema, il design, l'architettura, il teatro, la musica, la moda...
- Le destinazioni culturali di maggior successo oggi sono quelle che riescono a combinare tutti gli elementi dell'universo cultura.
- Per tutte queste considerazioni, la presenza di patrimonio culturale in una destinazione è un elemento importante per lo sviluppo del turismo. Dall'altro lato il turismo è un'opportunità per preservare il proprio patrimonio storico, culturale e di tradizioni.
- Faccio riferimento a uno sviluppo turistico sostenibile che miri a raggiungere un buon equilibrio tra le attività economiche legate al turismo e la conservazione del patrimonio. Uno sviluppo turistico che faccia propria una visione integrata della società, dell'ambiente, della storia culturale e industriale di una destinazione.
- La Commissione ha avviato una stretta collaborazione sul tema del turismo culturale in Europa con UNESCO e Consiglio d'Europa.
- La **cooperazione con UNESCO** è cominciata quest'anno e si concluderà a luglio 2017 (18 mesi).
- Si tratterà di sviluppare e promuovere 4 itinerari transnazionali intorno a temi culturali selezionati (per esempio cattedrali gotiche, passato greco-romano, patrimonio sommerso ecc.). I

temi non sono ancora stati selezionati definitivamente. In giugno sarà pronta la prima lista di possibili itinerari.

- In fase iniziale, ciascuno di questi itinerari includerà da 5 a 7 siti UNESCO tra quelli che hanno ancora un potenziale turistico da sviluppare.
- Questa scelta ha il duplice scopo di promuovere i siti UNESCO meno conosciuti sfruttando la celebrità del marchio e di de-stressare siti sovraesposti al turismo proponendo al visitatore di esplorare le alternative.
- In altre parole questo progetto ha come obiettivo quello di ridistribuire i flussi turistici tra i siti UNESCO e di promuovere destinazioni meno note sfruttando la notorietà delle destinazioni più popolari.
- Un altro obiettivo è la destagionalizzazione o prolungamento della stagionalità. L'idea è di affiancare all'offerta tradizionale degli elementi di innovazione, ad esempio proponendo una nuova narrazione intorno al patrimonio storico più attrattiva per il turista.
- Tra i risultati concreti della collaborazione con l'UNESCO ci sarà una strategia di *governance* di questi itinerari, un impegno da parte degli Stati Membri di sostenere lo sviluppo degli itinerari selezionati, strumenti digitali (sito web e piattaforma digitale) e di formazione per continuare la promozione e per estendere gli itinerari.
- Gli itinerari transnazionali saranno a tutti gli effetti dei nuovi prodotti turistici da presentare non solo al mercato domestico ma anche in mercati terzi tradizionali, come gli USA, ed emergenti, come la Cina.

- L'UNESCO sta cercando di intercettare il supporto di alcune istituzioni internazionali, come la *National Geographic* (ma non è sicuro!!) per poter dare la massima visibilità all'iniziativa.
- Inoltre, grazie al supporto del Parlamento europeo sarà forse possibile continuare questa collaborazione per altri due anni.
- La collaborazione con UNESCO rappresenta un test. In fase successiva questo schema può essere replicato in altre regioni del mondo.
- La Commissione ha anche collaborato, negli ultimi quattro anni, con il **Consiglio d'Europa**, in particolare sul programma degli Itinerari culturali europei.
- Questo programma, nato nel 1987, premia alcuni itinerari transnazionali europei per il loro significato storico e culturale e per la capacità di promuovere la riflessione tra i popoli europei intorno a un passato o a delle esperienze culturali comuni. Il primo itinerario certificato fu il Cammino di Santiago.
- Altri itinerari degni di essere menzionati sono 1) l'itinerario di Mozart il cui focus è la musica e la vita del grande compositore che ha viaggiato attraverso l'intero continente e che ha lasciato traccia di sé in ogni paese; 2) la via dei Fenici, un itinerario sulle tracce di questo popolo di mercanti che ha segnato lo sviluppo del Mediterraneo; 3) Iter Vitis, un viaggio tra le tradizioni e i paesaggi legati alla produzione del vino.
- Questi itinerari rappresentano un modo per promuovere la cultura e il turismo in luoghi meno noti, e di rivitalizzare aree rurali o in fase di riconversione industriale. Creano una nuova narrativa sul passato e rappresentano un nuovo prodotto turistico in grado di dare nuovo impulso all'economia locale.

- In questi anni collaborazione con il Consiglio d'Europa abbiamo aiutato le associazioni/partenariati che gli itinerari certificati a sviluppare le loro capacità di management della destinazione e a dare maggior visibilità all'itinerario, alla storia che racconta e all'offerta turistica collegata.
- Molto si può fare anche per collegare il turismo all'industria creativa. Per questo la Commissaria al mercato interno, industria, impresa e PMI, Elżbieta Bieńkowska, ha annunciato il 16 febbraio scorso la volontà di presentare una **strategia per rafforzare i legami tra turismo e industria creativa** e di realizzarla entro la fine del suo mandato.
- Il piano esplorerà la possibilità di collegare il turismo all'innovazione e alle nuove tecnologie, ad esempio l'utilizzo della tecnologia della realtà aumentata per ricostruire virtualmente siti archeologici e fornire al visitatore uno strumento in più per comprendere i resti del passato.
- Esplorerà inoltre la possibilità di valorizzare l'industria creativa come design, *performing arts*, cinema ecc. come elemento di attrattività dell'offerta turistica complessiva della destinazione.

DIPLOMAZIA CULTURALE

- Il 31 marzo di quest'anno è stata lanciata una nuova iniziativa sulla diplomazia culturale².
- La diplomazia culturale si basa sull'idea che la cultura dovrebbe essere al centro delle relazioni internazionali e di vicinato poiché è uno strumento potente per facilitare la comprensione tra i popoli.
- La Commissione ha cominciato a lavorare a questo processo nel 2014 grazie un'iniziativa del Parlamento europeo. In questa

² http://ec.europa.eu/dgs/fpi/announcements/news/20160401_1_en.htm

prima fase è stato prodotto un rapporto³ che fa il punto sui rapporti tra 54 paesi (Stati membri dell'Unione europea e partner internazionali compresi 10 paesi con cui l'Unione ha rapporti di vicinato) mettendo al centro la cultura.

- La seconda fase di questo processo è appunto l'istituzione di una piattaforma di dialogo che segua le raccomandazioni contenute nel rapporto e che permetta all'Unione di impegnarsi concretamente nel dialogo con i suoi partner internazionali.
- Alcune azioni concrete in questo senso sono: sviluppare modelli transnazionali di apprendimento da pari a pari; sviluppare modelli innovativi di finanziamento della cultura; workshop su come sviluppare strategie per la cultura, istituire Hub creativi europei; sviluppare le competenze imprenditoriali e modelli di internazionalizzazione delle industrie creative e culturali; progetti di cooperazione *City-to-City* ecc.

COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

- Il programma europeo di cooperazione e sviluppo aiuta direttamente le economie di molti paesi emergenti o in via di sviluppo.
- Nel contesto di questo programma l'Unione europea sostiene anche progetti di turismo sostenibile per aiutare i paesi che stanno sperimentando un rapido sviluppo del settore e crescere in modo durabile e sostenibile preservando patrimonio ambientale e culturale.
- Un buon esempio è il progetto "*Environmentally and socially responsible tourism capacity development programme*" finanziato in Vietnam⁴, uno dei paesi che sta sperimentando una crescita a due cifre del settore. Il progetto ha organizzato una

³ http://ec.europa.eu/culture/library/publications/global-cultural-citizenship_en.pdf

⁴ https://ec.europa.eu/europeaid/case-studies/vietnams-tourism-industry-making-sustainability-pay_en

serie di incontri di formazione coinvolgendo circa 3000 operatori del settore e sensibilizzandoli sull'importanza di adottare modelli di sviluppo sostenibile nel turismo fornendo inoltre la conoscenza pratica su come adottare strategie specifiche per preservare l'ambiente, la cultura e le tradizioni nella loro attività di tutti i giorni.