MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI

DPS
Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica

INVITALIA

Progetto pilota
Poli museali di eccellenza nel Mezzogiorno

ANALISI DELLA COMPETITIVITA' DELL'OFFERTA MUSEALE DEL MEZZOGIORNO E BENCHMARK

volume I

In collaborazione con CLES s.r.l.

IL SISTEMA DI OFFERTA MUSEALE DEL MEZZOGIORNO

ANALISI DELLO SCENARIO E DELLE TIPOLOGIE MUSEALI

Tutti i diritti sono riservati.
È vietata la riproduzione, totale o parziale, di questa pubblicazione per fini commerciali.
Le citazioni parziali sono consentite purché accompagnate dall'indicazione della fonte.

INDICE

1. Premessa e obiettivi dell'analisi 1
1.1. Metodologia 2
1.1.1. Le fonti utilizzate 3
1.1.2. L'indagine di campo 6
2. L'offerta culturale e museale del Mezzogiorno 7
2.1. Introduzione 7
2.2. Composizione dell'offerta museale del Mezzogiorno: caratteri generali 9
2.2.1. Tematiche museali 16
2.2.2. Il quadro istituzionale e le forme gestionali 20
2.2.3. La dotazione di servizi e le strutture di supporto alla visita 27
2.2.4. La promozione e le attività espositive temporanee 39
2.2.5. Il personale dei musei e dei luoghi di cultura 45
2.2.6. Le reti e i sistemi 48
3. Analisi della domanda 51
3.1. Introduzione 51
3.2. Caratteristiche generali della domanda culturale e museale del Mezzogiorno 53
3.3. I ricavi dei musei e la spesa dei visitatori 67
3.4. Le dinamiche temporali 73
3.4.1. La stagionalità 80
3.5. Il mercato turistico 81
3.6. Le componenti di pubblico e i bacini di domanda potenziale 92
3.6.1. Turismo e cultura 93
4. Musei, monumenti, aree archeologiche e luoghi di cultura del Mezzogiorno: una classificazione tipologica 107
4.1. Le tipologie: caratteristiche, punti di forza e di debolezza 110
4.1.1. Aree archeologiche 110
4.1.2. Luoghi 113
4.1.3. Musei 115

1. PREMESSA E OBIETTIVI DELL'ANALISI

Questo volume è parte di un ciclo di studi e analisi a supporto analitico al processo di progettazione strategica e sviluppo del Programma Operativo "Poli museali di eccellenza del Mezzogiorno". Esso contiene un'analisi dello scenario strutturale e congiunturale del sistema museale e una caratterizzazione del settore culturale del Mezzogiorno, con lo scopo di offrire una panoramica del posizionamento competitivo del sistema e di fornire elementi utili allo sviluppo della seconda fase dello studio, centrata sull'analisi di benchmark comparativo.

Il motivo principale che ha fatto emergere l'esigenza di indagare in maniera estesa e approfondita sulle caratteristiche del patrimonio culturale, sul *sistema di offerta* e sulle *dinamiche della domanda* museale del Mezzogiorno risiede nella necessità di fornire un quadro logico di fondo alla strategia di valorizzazione del Programma Operativo Poli museali di eccellenza, in grado, da un lato, di "contestualizzare" i siti candidati al ruolo di poli, che rappresentano solo alcuni *asset* (per lo più prioritari) del panorama ampio e variegato del patrimonio museale e culturale del Meridione; dall'altro, di proiettare le iniziative di valorizzazione su una strategia di più ampio "respiro", la quale, indipendentemente dall'orizzonte temporale e geografico del Programma Operativo - necessariamente limitati - permetta di individuare e analizzare potenzialità e criticità e di identificare una serie di *policy* da porre alla base di una strategia complessa di valorizzazione culturale, economica e turistica dell'offerta culturale del Mezzogiorno.

Per questo motivo, l'analisi di scenario tende per lo più ad allontanare il *focus* dell'osservazione dai luoghi specifici selezionati quali possibili "eccellenze" museali del Meridione, e su cui si concentreranno le iniziative legate al Programma operativo[1], per fornire un quadro il più possibile esteso in merito alle caratteristiche e alle potenzialità dell'offerta di musei e luoghi di interesse culturale, alla localizzazione delle eccellenze e del patrimonio diffuso, alla consistenza e alla tendenza della domanda di fruizione, per evidenziare "ciò che funziona e a ciò che non funziona" nel sistema di gestione e nelle strategie di valorizzazione culturale – laddove esistano e siano riconoscibili – e per identificare, in sostanza, "ciò che si può fare" e "come si può intervenire" per valorizzare il patrimonio museale e culturale del Meridione e fare di tale *asset* un veicolo di sviluppo economico locale.

Questa analisi è finalizzata a supportare, nella seconda fase del percorso di studio, un'indagine di campo (*benchmark*) che si occupa di individuare, analizzare e confrontare "esperienze virtuose" di gestione museale, in Italia e all'estero, dalle quali prendere spunto per la valorizzazione del patrimonio culturale del Mezzogiorno e, in particolare, per intervenire sul sistema di offerta dei Poli museali di eccellenza.

[1] L'elaborazione dei piani di intervento sui Poli prevede una specifica analisi delle caratteristiche del patrimonio e delle condizioni gestionali di ciascuna delle aree selezionate come potenziali "eccellenze".

1.1. METODOLOGIA

Analizzare le caratteristiche e la struttura del patrimonio culturale e museale del Mezzogiorno appare quanto mai un esercizio complesso, a maggior ragione laddove si voglia indirizzare tale analisi all'individuazione di elementi qualitativi specifici utili a definire punti di forza, potenzialità, criticità, aree-problema, individuare soluzioni e impostare *policy* di valorizzazione (interventi mirati sulla gestione delle strutture e sulle funzioni di supporto). L'analisi delle fonti di carattere quantitativo disponibili, da questo punto di vista, permette solo in parte di delineare le caratteristiche di un patrimonio molto esteso, territorialmente diffuso, di grande consistenza e importanza (economica e storico-culturale) e, nondimeno, le dinamiche di una domanda fortemente segmentata e stratificata, mossa da motivazioni, esigenze e comportamenti diversi e fatta di tanti e diversificati "pubblici".

Gran parte degli aspetti più rilevanti del sistema di offerta museale nazionale (e del Meridione) non possono essere approfonditi (talvolta neppure trattati marginalmente) attraverso l'analisi di dati e fonti di questa natura. L'attuale stato delle conoscenze sulle dinamiche del settore culturale, seppur in parte potenziato da alcune recenti indagini, non permette infatti di comprendere effettivamente numerosi aspetti e fenomeni qualitativi rilevanti, sia sul lato dell'offerta e delle caratteristiche interne dei musei e delle istituzioni culturali, sia sul lato della domanda e delle preferenze del pubblico, ai fini dell'impostazione di una politica di valorizzazione. È ad esempio ancora troppo limitata – e nello svolgimento di questa analisi è emerso con evidenza – la conoscenza di alcuni aspetti specifici in particolare della gestione museale o legati alla qualità complessiva, all'adeguatezza dei servizi e degli ambienti, alla qualità dell'accoglienza, oltre che dell'organizzazione interna, del personale e di altre dinamiche gestionali ed economiche[2]. È altrettanto rarefatta e incompleta, sul fronte della domanda, la disponibilità di informazioni che, al di là delle principali dinamiche, permettano di analizzare in maniera approfondita le specifiche componenti di pubblico, i comportamenti dei visitatori e dei turisti, le motivazioni e la composizione dei bacini di utenza effettivi e potenziali.

Il ricorso a un sistema più articolato e sistematico di rilevazioni, riguardanti sia l'auto-valutazione del museo e del sistema museale nel suo complesso, sia il pubblico, come avviene in molti contesti internazionali (*in primis* nel Regno Unito e nei sistemi anglosassoni), permetterebbe da questo punto di vista di usufruire di parametri e indicatori di qualità (oltre che di quantità), molto utili a qualsiasi valutazione in merito politiche e interventi sul sistema di offerta e sulla valorizzazione dei musei italiani. È questa una carenza oramai "storica" del settore culturale, legata a fattori strutturali e istituzionali, già messa in rilievo in tanti studi sul tema della gestione e della valorizzazione[3] e ribadita in questa occasione, in cui l'analisi dei dati ha rappresentato solo una fase del lavoro.

---

[2] Gran parte delle fonti disponibili non prende in considerazione questi aspetti rilevandone dati e informazioni in maniera sistematica. Le rare indagini che si soffermano su questi aspetti di primaria importanza ai fini delle policy di valorizzazione, peraltro, non riescono quasi mai in maniera efficace a evidenziare i livelli qualitativi e l'adeguatezza dell'offerta.

[3] In particolare nel ciclo di pubblicazioni legate all'attività di Assistenza Tecnica PON ATAS 2000-2006 del Ministero dei Beni e delle Attività culturali curate dal CLES, in ATI con Civita servizi ed Ecoter. Si veda, in

In funzione degli obiettivi da perseguire, l'analisi di scenario è infatti stata strutturata in modo da poter far leva su due fondamentali componenti informative (descritte nei paragrafi successivi):

- da un lato, l'analisi quantitativa, a partire dalle fonti statistiche ufficiali (da quelle più importanti ed esaustive a quelle più specifiche), ha permesso di ricostruire le caratteristiche quantitative, analizzare la struttura dell'offerta, le principali componenti tematiche e tipologiche, gli aspetti organizzativi (la composizione del personale, la dotazione di servizi, ecc.) e le più significative caratteristiche e tendenze della domanda culturale;
- dall'altro, un'ampia indagine di campo, svolta attraverso raccolta di materiali e studi ma, soprattutto, basata su interviste, incontri e discussioni collettive, ha consentito di mettere in rilievo gli aspetti più prettamente qualitativi dell'offerta e di interpretare molti fenomeni quantitativi.

Per l'analisi e la rappresentazione delle informazioni di natura quantitativa a livello territoriale si è inoltre fatto ricorso a un sistema GIS (*Geografical Information System*), sul quale sono state "caricate" tutte le informazioni riguardanti il patrimonio museale e culturale che, in questo modo, ha potuto essere georeferenziato e rappresentato su mappe e grafici territoriali da porre a corredo dell'analisi. La grafica di tali mappe ha restituito, per gli aspetti salienti, un quadro della composizione, della natura e della distribuzione di offerta e domanda culturale con un elevato grado di dettaglio territoriale, permettendo di porre in risalto con grande evidenza alcuni aspetti che l'analisi quantitativa aveva solo accennato[4].

L'analisi di scenario mira quindi a identificare non solo le condizioni di contesto del Programma Operativo Poli museali di eccellenza, e a esplicitare gli ambiti prioritari di approfondimento dell'analisi (successiva) di *benchmark*, ma anche a fornire una lettura quanto più specifica e sistematica della consistenza, della composizione e delle dinamiche del settore museale del Mezzogiorno. La struttura dell'analisi prevede tre distinte sezioni di approfondimento dedicate a:

- un'analisi dell'offerta culturale, con riferimento alle caratteristiche tipologiche, territoriali, organizzative e gestionali del patrimonio museale del Mezzogiorno;
- un'analisi della struttura della domanda culturale del Mezzogiorno, le dinamiche temporali e le caratteristiche delle principali componenti di pubblico;
- un'analisi della composizione e alle caratteristiche tipologiche delle principali risorse museali e culturali del Mezzogiorno.

1.1.1. LE FONTI UTILIZZATE

Per la ricostruzione quantitativa e (in parte) qualitativa dello scenario di offerta e domanda museale del Mezzogiorno si è fatto ricorso a fonti di varia natura. Alcune informazioni derivano da rilevazioni sistematiche e periodiche, altre da indagini più sporadiche, altre ancora da studi e pubblicazioni di enti pubblici e istituti di ricerca, altre, infine, da approfondimenti realizzati nel corso dell'indagine. La

particolare, il terzo rapporto presentato nel 2009: "Linee guida per la gestione innovativa dei beni culturali. Vademecum", Gangemi Editore.

[4] Per evitare di appesantire eccessivamente la lettura, nel testo sono state riportate solo alcune delle mappe costruite, mentre tutte le altre sono raccolte in apposito allegato.

composizione delle varie basi di dati – di seguito brevemente descritte – si deve alla volontà di indagare ciascun fenomeno al livello di approfondimento più avanzato possibile, per offrire una lettura utile a individuare le priorità di una ipotetica strategia di valorizzazione del patrimonio del Mezzogiorno e dei Poli museali di eccellenza del Programma Operativo.
Rispetto al quadro complessivo delle fonti disponibili sul patrimonio culturale del Mezzogiorno (e d'Italia), sono state comunque prese in considerazione principalmente quelle in grado di rappresentare gli aspetti salienti dell'offerta e della domanda rispetto alle finalità dello studio. Alcune fonti informative[5], in effetti, avrebbero consentito una lettura ancora più estesa – in particolare della composizione del patrimonio culturale (sulla domanda le fonti disponibili risultano comunque molto limitate) - ma ai fini dell'analisi di scenario non avrebbero offerto una lettura significativa, poiché si riferiscono a beni "minori" o a beni non accessibili. Data l'enorme consistenza dell'oggetto di indagine (sono stati presi in considerazione circa 1.335 tra musei, monumenti, aree archeologiche, chiese e altre tipologie di beni solo nel Mezzogiorno), non si è ritenuto necessario ampliare ulteriormente l'analisi con l'inclusione di informazioni aggiuntive, peraltro parziali, riferite a patrimonio culturale per lo più non accessibile e fruibile dal pubblico.
Le due principali fonti utilizzate in questa analisi sono:

- i dati del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali sui musei, monumenti e aree archeologiche statali (SISTAN)[6];
- i dati della rilevazione Istat del 2006 su Musei, monumenti e luoghi di cultura non statali[7] .

Le indagini predisposte dal *Ministero dei Beni e delle Attività Culturali* forniscono un quadro piuttosto esaustivo dell'offerta museale e culturale *statale*, con riferimento ai siti accessibili al pubblico dotati di un sistema, anche elementare, di controllo degli ingressi. Le informazioni disponibili riguardano sia gli aspetti relativi all'offerta - consistenza, modalità di accesso, localizzazione, tipologia, dotazione di servizi di accoglienza e fruizione - sia quelli relativi a dinamiche e composizione della domanda – numero di visite, introiti per biglietti e servizi - con una copertura temporale decennale (i dati raccolti vanno generalmente dal 1998 al 2008).

---

[5] Il Mibac, oltre ai dati sui luoghi statali aperti al pubblico, dispone di altre banche dati sul patrimonio non accessibile, sulle risorse archeologiche e su altri beni, in parte legate all'attività di catalogazione e mappatura dei rischi che, tuttavia, forniscono informazioni di carattere molto specifico e tecnico, scarsamente significative rispetto agli obiettivi di analisi che lo studio si propone.

[6] Rilevazione dell'Ufficio statistico del Ministero su Visitatori e Introiti di Musei, Monumenti e Aree Archeologiche Statali e sui Servizi aggiuntivi.

[7] "Indagine sugli istituti di antichità e d'arte e i luoghi della cultura non statali" promossa dal Dipartimento per le Politiche di Sviluppo e Coesione del Ministero dello Sviluppo economico e dall'Istat nell'ambito del progetto "Informazione di contesto per le politiche integrate territoriali – INCIPIT".

L'*indagine Istat*[8] ha di recente fornito (pubblicazione dati provvisori a maggio 2009[9]) una ricostruzione piuttosto esaustiva e approfondita dell'offerta e della domanda relative a musei, monumenti, aree archeologiche e luoghi della cultura non statali, con riferimento al triennio 2004-2006, rinnovando una base dati aggiornata ai primi anni novanta e colmando le lacune di un quadro statistico tradizionalmente incompleto proprio sul fronte del patrimonio non statale. Tale rilevazione ha consentito di usufruire di un patrimonio informativo esteso in merito alla composizione, alle forme di gestione, a caratteristiche e consistenza dei beni conservati, all'accessibilità e modalità di ingresso, all'organizzazione dell'offerta museale e dei servizi alla visita, alla dotazione di strutture e supporti alla fruizione, alle attività di supporto realizzate, alla localizzazione, e – anche se con una estensione limitata (2004-2006) – alle dinamiche temporali della domanda.
A partire da queste due fonti, opportunamente adattate e integrate in un'unica banca dati omogenea[10], è stato costruito un corredo informativo approfondito e rappresentativo di tutto il patrimonio museale ed espositivo più rilevante presente sul territorio nazionale, mettendo così a disposizione dello studio un insieme consistente di informazioni sia sulla domanda che sull'offerta, in particolare nel contesto meridionale.
Vi sono poi informazioni che non è stato possibile integrare in un'unica base-dati – poiché difformi o non del tutto omogenee – e che sono state utilizzate per analisi di dettaglio riferite a porzioni più limitate, ma comunque rappresentative, del patrimonio museale (ad esempio, i dati sulla composizione del personale e quelli sulla disponibilità di strutture di supporto alla visita, rilevati dalla sola indagine Istat, hanno permesso di analizzare comunque questo aspetto anche con riferimento a una parte dell'universo di riferimento).
Per altri aspetti di dettaglio relativi all'offerta e alla domanda si è fatto ricorso a fonti informative, pubblicazioni e indagini più specifiche.
Ad esempio, per analizzare la consistenza e il pubblico delle *mostre e degli eventi temporanei* si è fatto riferimento ai dati settoriali e a studi che riportano i tratti

---

[8] L'indagine è una rilevazione a carattere censuario condotta dall'Istituto nazionale di statistica, promossa dal Dipartimento per le Politiche di Sviluppo (DPS) del Ministero dello Sviluppo economico, e svolta in collaborazione con il Ministero per i Beni e le Attività Culturali, le Regioni e le Province Autonome., finalizzata a rilevare e diffondere informazioni sui musei e le istituzioni assimilabili (gallerie, pinacoteche, aree e siti archeologici, monumenti e altre strutture espositive permanenti e aperte al pubblico) non statali, per descriverne le caratteristiche strutturali, i servizi offerti, le attività svolte ed i livelli di fruizione da parte del pubblico (per maggiori informazioni metodologiche: www.istat.it/strumenti/rispondenti/indagini/musei/).

[9] È stata in particolare acquisita la base di dati completa (provvisoria) della rilevazione attraverso una specifica richiesta al Dipartimento Politiche di Sviluppo del MISE, per poter usufruire di una base di dati (per singola istituzione culturale, sito o luogo censito) più dettagliata rispetto a quella disponibile al pubblico (on line). Ciò ha permesso in particolare di ragionare e adattare le informazioni a seconda delle esigenze e di uniformare la base di dati a quella sui musei statali, costruendo una unica fonte di riferimento su tutto il patrimonio museale nazionale. Questa fonte è stata inoltre la base informativa per la costruzione dello strumento GIS dal quale sono state ricavate le mappe rappresentative dei principali caratteri di offerta e domanda.

[10] L'unificazione delle due basi ha riguardato un insieme limitato di variabili significative: localizzazione, tipologia, tematica espositiva, modalità di accesso, dotazione di servizi aggiuntivi, forma gestionale e titolarità del museo/sito, domanda pagante e non pagante. L'integrazione di alcuni dati (variabili "tipologia", "tema espositivo", "dotazione di servizi alla visita" ha comportato inoltre una serie di semplificazioni e parziali riclassificazioni utili a rappresentare il patrimonio museale nel suo complesso. I dati così ricostruiti si riferiscono agli anni 2004-2006, periodo di intersezione delle due rilevazioni.

principali dell'attività di organizzazione di eventi e mostre in Italia (e nel Mezzogiorno)[11].
Per l'analisi delle dotazioni museali di *servizi* e degli *standard di offerta e accoglienza* nei musei statali[12] sono stati utilizzati gli esiti di un'indagine campionaria del Mibac sulla dotazione di servizi e strutture di supporto alla fruizione[13].
Su altri aspetti relativi all'offerta (*qualità dei servizi, attività di promozione, accoglienza*, ecc.) sono state infine consultate rilevazioni e indagini (le più recenti) di organismi e istituti di ricerca specializzati, riferite a tutto o parte del sistema culturale nazionale o meridionale[14].
Oltre ai dati utilizzati per la ricostruzione delle caratteristiche di domanda e offerta attuali, si è fatto ricorso ad altre fonti per analizzare le principali dinamiche relative alle componenti di domanda potenziale che interessano il patrimonio museale e culturale nel Mezzogiorno.[15]
Per l'analisi delle dinamiche del mercato turistico sono state prese in considerazione le statistiche settoriali su arrivi, presenze, offerta ricettiva e movimenti[16] dell'Istat, oltre ad alcuni studi, pubblicazioni e ricerche sul turismo culturale e sul mercato turistico del Mezzogiorno[17].
Per analizzare la propensione i comportamenti di fruizione della popolazione residente del Mezzogiorno si è fatto riferimento ai dati Istat sui comportamenti dei residenti[18] e, in particolare, ai tassi di partecipazione della popolazione ad attività riguardanti il settore culturale (musei, mostre, teatro, eventi, ecc.), così come, per i dati relativi alla fruizione delle scuole sono stati analizzati i dati del MIUR sulla popolazione scolastica.

1.1.2. L'INDAGINE DI CAMPO

A corredo dell'analisi quantitativa - come detto – la ricostruzione dello scenario di offerta e domanda culturale ha richiesto un'ampia indagine di campo attraverso una serie di incontri finalizzati, tra l'altro, ad approfondire gli aspetti relativi alla composizione e alla struttura qualitativa del sistema di offerta culturale del

[11] Il "Rapporto sulle Città d'Arte del Mezzogiorno" fornisce un report aggiornato al 2008 delle mostre e degli eventi realizzati in 6 regioni del Mezzogiorno, facendo a sua volta riferimento a dati de "Il Giornale dell'Arte" e alle classifiche "Kataweb/Arte" sulle principali mostre ed eventi temporanei nei musei italiani.

[12] L'indagine Istat riporta informazioni di dettaglio solo sui luoghi non statali.

[13] Sono stati a tal proposito raccolti e analizzati i dati di una rilevazione sugli standard museali e sui servizi alla visita (Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, 2009) su un campione di musei statali e di cui sono stati acquisiti e analizzati i dati specifici delle strutture del Mezzogiorno, così da avere un quadro dettagliato dello stato dell'offerta museale statale meridionale.

[14] Touring Club Italiano, 2008, Bodo C. e Spada C., 2004.

[15] Si è fatto ampio ricorso alle indicazioni strategiche contenute nel Programma Operativo Interregionale (POIN) Attrattori naturali, culturali e turismo del Mibac (in particolare nell'analisi di contesto).

[16] Sono state in particolare utilizzate le indagini Istat sul Movimento turistico e sulla ricettività, che forniscono informazioni su arrivi, presenze, strutture ricettive, provenienza, permanenza e tipologia di soggiorno.

[17] Sono stati tra gli altri raccolti i contributi al dibattito dei tavoli tematici di preparazione delle strategie di sviluppo settoriale del QCS 2007/2013, in particolare nel corso del seminario del 28 settembre 2005 "Risorse naturali e culturali come attrattori", cui vanno aggiunte alcune pubblicazioni specifiche sul tema (Centro studi TCI, 2008; SVIMEZ, 2006).

[18] Sistema delle indagini multiscopo sui comportamenti delle famiglie, Istat.

Mezzogiorno, ad approfondire alcune "funzioni" della gestione (promozione, organizzazione interna, qualità dei servizi, ecc.) che i dati statistici non hanno permesso di analizzare e di qualificare e, infine, a evidenziare alcuni aspetti e tendenze specifiche della domanda (effettiva e potenziale) in termini di composizione, motivazioni, comportamenti e preferenze.
L'indagine di campo ha innanzitutto coinvolto i membri del Comitato scientifico di Indirizzo e Alta sorveglianza che ha sovrinteso lo sviluppo del Programma Operativo Poli museali e ne ha successivamente supportato l'implementazione della strategia. Ai membri del Comitato raggiunti dall'indagini[19], a partire dall'esplicitazione della genesi e delle logiche della strategia di valorizzazione del Programma Operativo, è stato richiesto di esprimere pareri e visioni in merito a:

- le caratteristiche dei beni selezionati come possibili eccellenze;
- la struttura complessiva dell'offerta culturale del Mezzogiorno;
- le caratteristiche del pubblico, i comportamenti e le componenti di domanda;
- le principali criticità del sistema di offerta e di gestione del patrimonio;
- le eventuali "vocazioni" del patrimonio culturale del Mezzogiorno, le prospettive e le potenzialità di sviluppo del settore culturale.

In parallelo, sono stati realizzati incontri, sia in forma di interviste singole che in forma di *focus group* - allargati alla partecipazione di più interlocutori, sia interni al gruppo di lavoro che esterni - che hanno coinvolto esperti, operatori settoriali (imprese di servizi culturali, *tour operator* specializzati, gestori e responsabili museali), ricercatori e docenti universitari, rappresentanti istituzionali e altre figure in grado di restituire diversi punti di vista sullo stato e l'evoluzione del sistema culturale del Mezzogiorno[20]. Tali interviste hanno inteso approfondire gli aspetti più prettamente qualitativi dell'offerta e della domanda e ampliare l'analisi dei dati quantitativi con apporti e analisi critiche che permettessero di analizzare in maniera più specifica le logiche della domanda e dell'offerta e colmare le lacune informative lasciate aperte dalle indagini statistiche. Peraltro, una delle più diffuse argomentazioni emerse ha riguardato proprio le carenze informative di un sistema che non è in grado di "conoscere se stesso, analizzarsi e autovalutarsi".

2. L'OFFERTA CULTURALE E MUSEALE DEL MEZZOGIORNO

2.1. INTRODUZIONE

Questa parte ricostruisce e rappresenta una descrizione complessiva delle caratteristiche dell'offerta culturale del Mezzogiorno, finalizzata a inquadrare il contesto competitivo nel quale si vanno sviluppando i progetti di valorizzazione

[19] Sono stati intervistati, in particolare, S. Settis (Presidente del Comitato scientifico), M. Causi, P. Guzzo, R. Martines, G. Marchesi e B. Stratta.

[20] Sono stati intervistati: M. Montella (Università di Macerata), B. Benedetti (Scuola Normale Superiore di Pisa), F. Severino (esperto in piani di promozione e valorizzazione culturale), M.V. Marini Clarelli (Soprintendente Galleria Nazionale d'Arte moderna di Roma), A. Cicerchia (ISAE), A. Bollo (Università di Torino), S. Monti (Monti e Taft), O. Cuccu (UVAL), G. Stampo (ECCOM), L. Dal Pozzolo (Osservatorio culturale del Piemonte), L. Solima (II Università di Napoli), A. Cestelli (Auditorium Parco della Musica), L. Mammoccio (Associazione Civita), A. Maresca Compagna (Ufficio studi Mibac).

dei Poli museali di eccellenza, ma anche e soprattutto a fornire indicazioni sui principali caratteri e componenti dell'offerta museale del Mezzogiorno. L'obiettivo principale è infatti quello di declinare e interpretare le "vocazioni" del patrimonio del Mezzogiorno, descriverne e declinarne le notevoli potenzialità per evidenziare le più evidenti debolezze e criticità che ne hanno limitato, fino a oggi, un effettivo sviluppo in chiave culturale, turistica ed economica.

Per questi motivi, l'analisi, che si sofferma principalmente sulle dinamiche regionali, operando (laddove necessario) opportuni approfondimenti territoriali (provinciali e comunali) su determinate variabili, descrive la composizione dell'offerta, la sua consistenza, la diffusione territoriale e i suoi altri caratteri essenziali guardando al contesto del Mezzogiorno ma operando un costante confronto con il Centro-Nord italiano che, necessariamente, rappresenta il principale *benchmark* di riferimento dal punto di vista della dotazione e composizione dell'offerta e della capacità di valorizzazione culturale ed economica.

Ne emergerà, come si avrà modo di vedere, un quadro in cui il Mezzogiorno risulta affetto da evidenti carenze e aporie (gestionali, organizzative, istituzionali, economiche, culturali, ecc.), ma anche una situazione di generale inadeguatezza delle funzioni di valorizzazione che riguarda l'intero contesto nazionale, un quadro nel quale i "vizi" e le criticità del sistema di offerta culturale risultano al Sud solo più marcate che nel resto d'Italia.

Si è già accennato in premessa alle difficoltà che si incontrano nel dover inquadrare e definire il patrimonio culturale del Mezzogiorno. Nel caso dell'analisi dell'offerta, i principali ostacoli sono insiti nelle complessità definitorie (Cosa includere nell'analisi? Come definire il campo di osservazione? Di quali beni si compone l'offerta culturale e museale?), nella effettiva numerosità dei beni e nella loro diffusione territoriale, nella molteplicità di enti competenti e nelle diverse fonti statistiche che vi fanno riferimento (nessuna delle quali, come detto, veramente esaustiva).

Per risolvere parte di queste complessità si è fatto riferimento alle più importanti fonti statistiche e informative ufficiali, che si riferiscono al patrimonio espositivo e di risorse accessibili al pubblico, composti da beni e contenitori di varia natura effettivamente riconoscibili e visitabili. Le fonti al momento disponibili, come accennato in premessa, permettono di analizzare una quota molto consistente e rappresentativa dell'offerta culturale del Mezzogiorno, quella rappresentata da strutture museali, aree espositive di varia natura (gallerie, *antiquarium*, pinacoteche, ecc.), monumenti (castelli e fortificazioni, edifici di interesse storico-artistico aperti alla fruizione, monumenti funerari, parchi, grotte, ecc.[21]) e aree archeologiche, luoghi ecclesiastici di particolare rilievo culturale, storico e artistico che presentano una fruizione organizzata e regolamentata e che riguardano sia la sfera pubblica che quella privata.

Le dinamiche generali dell'offerta sono state analizzate attraverso una sistematizzazione delle fonti di informazioni disponibili, riviste e rimodulate per offrire una visione al tempo stesso sintetica ed esaustiva del panorama museale ed espositivo del Mezzogiorno e mettere in relazione tale scenario con quello dell'intero territorio nazionale.

---

[21] Questo livello di dettaglio nella classificazione delle risorse si riferisce solo a una parte del patrimonio, quella di proprietà non statale (pubblica e privata), rilevata attraverso l'indagine Istat.

La variabili rilevate per il patrimonio espositivo permettono di analizzare caratteristiche salienti relative alla localizzazione, alle tematiche esposte, alla proprietà dei beni, ai servizi disponibili e, per un sottoinsieme del patrimonio complessivo (quello relativo alle strutture non statali indagate dalla recente indagine dell'Istat), consentono approfondimenti relativi alle caratteristiche gestionali e della struttura di offerta quali il personale impiegato, le dimensioni e la numerosità delle collezioni, la forma giuridica e altri aspetti specifici.
Per contro, la serie storica relativa ai musei statali (è stata acquisita dal Sistan-Mibac una serie di dati relativa al periodo 1998-2008) ha permesso di analizzare l'evoluzione della struttura di offerta museale nel corso dell'ultimo decennio[22], evidenziando caratteri e tendenze di una notevole espansione del settore.

2.2. COMPOSIZIONE DELL'OFFERTA MUSEALE DEL MEZZOGIORNO: CARATTERI GENERALI

Una lettura integrata delle principali fonti informative disponibili riporta per il patrimonio espositivo italiano una consistenza complessiva – riferita all'anno 2006 – di quasi 5.000[23] siti accessibili al pubblico, concentrati soprattutto nelle regioni settentrionali, dove le indagini rilevano quasi il 45% delle aree espositive totali (tab. 1).
Il Mezzogiorno consta di circa *1.335 siti*, distribuiti tra musei, aree e luoghi di interesse storico-culturale, pari a poco più di un quarto del patrimonio nazionale.

Tab. 1 - Consistenza del patrimonio museale per area geografica (anno 2006)

Area geografica	N. musei	Quote percentuali
Nord	2.208	44,3%
Centro	1.446	29,0%
Mezzogiorno	1.335	26,8%
Italia	4.989	100,0%

Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Musei e aree espositive (comprese gallerie, *antiquarium* e spazi espositivi[24]) rappresentano circa l'85% del totale dell'offerta nazionale, percentuale che scende leggermente (81%) nel Mezzogiorno, dove la presenza di siti "non museali" (chiese, fortificazioni, siti all'aperto e parchi) appare particolarmente diffusa (tab. 2). Particolare rilievo assumono nel Mezzogiorno le aree archeologiche (compresi i parchi: sistemi complessi di risorse archeologiche fruibili per lo più all'aperto), concentrate numericamente soprattutto nelle due isole maggiori. Nel Meridione, il patrimonio archeologico fruibile su aree e spazi all'aperto rappresenta da solo più della metà dell'offerta archeologica italiana (pari al 52% del totale nazionale).

[22] Nel caso dei musei non statali, come si vedrà, un raffronto temporale è possibile solo tra il 2006 e il 1992, ultima rilevazione analoga realizzata dall'ISTAT, peraltro con criteri e metodologie parzialmente diversi.

[23] Come detto, i risultati dell'indagine Istat sono ancora a uno stadio non definitivo. Date le non rare imperfezioni rilevate nel corso dell'analisi del database, il numero complessivo di strutture censite per la componente non statale è verosimilmente destinato a contrarsi.

[24] Nella definizione di "museo" data dall'Istat nel corso della rilevazione rientrano sostanzialmente tutti i luoghi al chiuso che espongono collezioni di interesse storico-artistico.

Tab. 2 - Consistenza del patrimonio museale del Mezzogiorno per regione e tipologia di luoghi (anno 2006)

Regione	Museo	Archit. fortif.	Area/parco arch.	Chiese/ musei eccles.	Edif. interesse artist./ storico	Monum. funerari	Altro	Totale
Abruzzo	126	-	4	9	2	-	-	141
Molise	40	3	5	1	3	-	-	52
Campania	192	3	35	5	10	1	2	248
Puglia	142	7	9	3	4		7	172
Basilicata	66	-	10	2	1	-	1	80
Calabria	124	2	8	1	-	1	2	138
Sicilia	229	2	16	6	8	4	10	275
Sardegna	168	3	38	10	2	3	5	229
Mezzogiorno	*1.087*	*20*	*125*	*37*	*30*	*9*	*27*	*1.335*
Italia	*4.180*	*100*	*237*	*164*	*149*	*17*	*141*	*4.988*

Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Gli edifici ecclesiastici (chiese, abbazie, complessi religiosi[25]) e i monumenti di interesse storico-artistico (complessi, palazzi, residenze, ville, dimore storiche, parchi, ecc.) presentano invece una maggiore concentrazione al Centro-Nord, anche se per entrambe le tipologie, data l'estrema diffusione, eterogeneità e accessibilità delle risorse censibili, non si può considerare la rilevazione completamente esaustiva e rappresentativa del patrimonio effettivo[26].

[25] In alcuni casi si è registrata anche la presenza in questa categoria di musei e sedi espositive (in alcuni casi per la prevalenza dell'elemento architettonico su quello espositivo, per la commistione di più strutture o per meri errori di inserimento). Laddove si sono palesate incongruenze più evidenti, dato il carattere provvisorio della banca dati Istat, si è proceduto a una correzione dei dati.

[26] L'inclusione di un sito piuttosto che la sua non considerazione potrebbero essere state legate a particolari condizioni (presenza di una rilevazione informale delle visite, livello di accessibilità del bene, ecc.).

Fig. 1 – Offerta culturale per Comune in Italia
(n. musei, siti e altri luoghi di cultura) – Anno 2006

Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

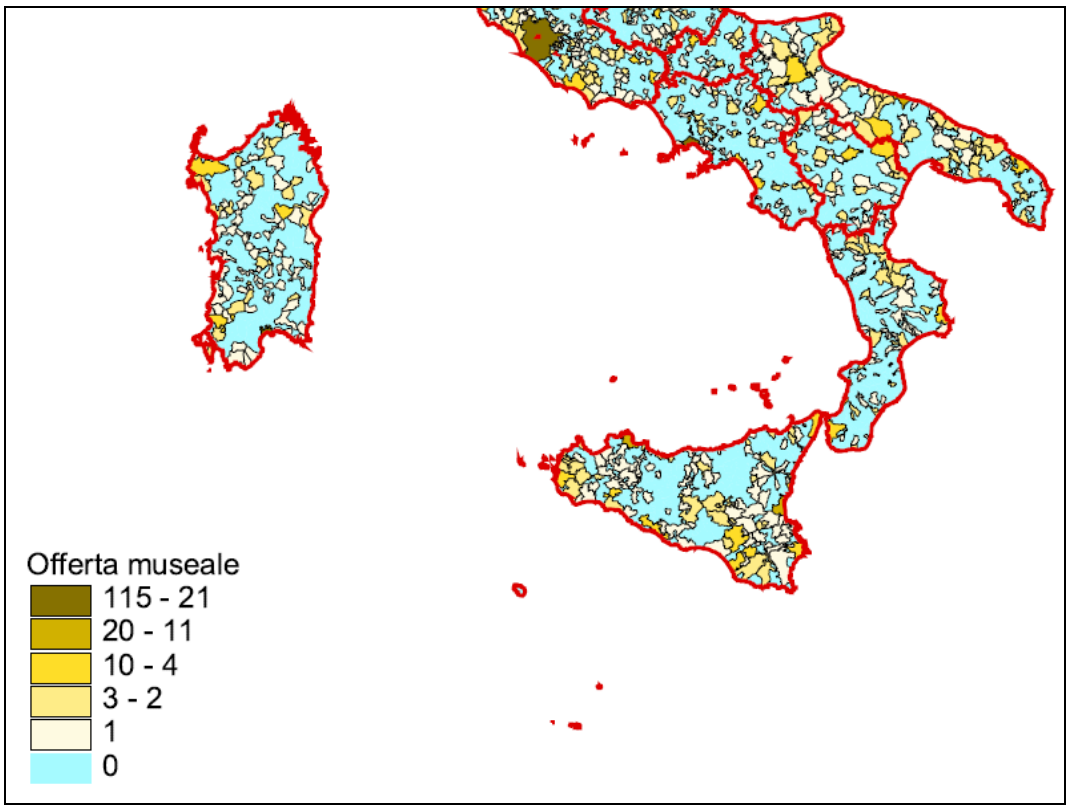
Meno diffusa, a livello nazionale, la presenza di architetture fortificate (castelli, forti, ecc.) che, al contrario rappresentano un tratto caratteristico del paesaggio (soprattutto costiero) di molte regioni del Mezzogiorno[27].
La rappresentazione grafica riportata in fig. 1 evidenzia come, a una notevole diffusione dell'offerta culturale sul territorio nazionale, si accompagni una densità di risorse particolare, sia museali che culturali, in alcune regioni del Centro Italia (e in parte in Emilia Romagna), tradizionalmente risultano *vocate* alla valorizzazione culturale, dove la disponibilità di luoghi e musei fruibili arriva in effetti a coprire capillarmente porzioni molto estese di territorio.
L'offerta espositiva del Mezzogiorno (fig. 2), sempre in termini prettamente di consistenza numerica[28], evidenzia una particolare concentrazione di patrimonio fruibile in tre Regioni - Sicilia, Campania e Sardegna - che detengono più del 55% dei siti visitabili nell'area meridionale.
In Campania, l'offerta si distribuisce a macchia di leopardo: ad una elevata concentrazione su alcune aree, si contrappongono ampi spazi vuoti. In altre regioni si assiste a una distribuzione di risorse e siti più estesa, in particolare in Puglia e in Sardegna, dove una discreta quota di Comuni dispone di un'offerta, ancorché minima, di luoghi (musei, monumenti o emergenze di rilievo storico-artistico di varia natura).
L'Abruzzo e il Molise, caratterizzate da ampie zone montuose, presentano un patrimonio concentrato principalmente attorno ai contesti urbani. In Sicilia si rileva infine la presenza di varie "polarità", concentrazioni di siti, per lo più archeologici (localizzazioni di insediamenti greci e romani), in alcune aree di discreta estensione che coprono importanti porzioni del territorio regionale.
Fatta eccezione per soli 3 Comuni (Napoli, Taormina e Palermo), in tutto il Mezzogiorno la densità di strutture museali (fig. 3) non raggiunge quasi mai i livelli dei grandi "poli" del Centro-Nord (Roma, Venezia, Firenze, Siena, Milano, Bologna, Torino, Padova, Genova), dove si registrano concentrazioni molto elevate di spazi espositivi e siti di interesse culturale.

---

[27] Molte delle strutture fortificate presenti effettivamente in Italia, anche di grande pregio, sono state classificate in altre tipologie, in particolare nell'ambito dei musei, ospitando collezioni o esposizioni temporanee. Il dato complessivo, in particolare quello del Meridione, risulta quindi sottostimato rispetto all'effettiva consistenza dell'offerta.

[28] Ogni possibile indicatore che venga utilizzato per rappresentare graficamente - e geograficamente - l'offerta culturale, può essere soggetto a distorsioni. Nel caso in esame, si è scelto di rappresentare il *numero assoluto* di siti e musei, volendo semplicemente restituire una mappa della distribuzione dell'offerta tra i Comuni italiani, consapevoli che tale dato non avrebbe potuto riflettere l'effettivo rilievo culturale o dimensionale del sito.

Fig. 2 – Offerta culturale nel Mezzogiorno
(n. musei, monumenti, aree archeologiche e luoghi di cultura) – Anno 2006



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

L'offerta museale pubblica e privata - secondo un confronto con l'unica rilevazione ufficiale sui musei italiani statali e non statali, risalente al 1992[29] - risulta pressoché *raddoppiata* nel corso dell'ultimo quindicennio (tab. 3). I musei aperti al pubblico censiti dall'Istat nel 1992 erano circa 2.580 (quelli complessivamente rilevati, comprese le istituzioni momentaneamente chiuse o non visitabili si arrivava a 3.554).
L'incremento più significativo si deve alle strutture localizzate nel Mezzogiorno, la cui offerta, nel periodo analizzato, è risultata quasi triplicata, con un incremento piuttosto omogeneo in quasi tutte le regioni[30].

Tab. 3 - Consistenza dell'offerta museale nel Mezzogiorno e in Italia: confronto 1992-2006 (valori assoluti e Tassi di Variazione Media Annua)

Regioni	1992	2006	TVMA
Abruzzo	55	141	7%
Molise	9	52	13%
Campania	97	248	7%
Puglia	101	172	4%
Basilicata	12	80	15%
Calabria	45	138	8%
Sicilia	123	275	6%
Sardegna	69	229	9%
Nord	1.294	2.208	4%
Centro	781	1.446	4%
Mezzogiorno	511	1.335	7%
Italia	2.586	4.989	5%

Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

In Italia, quindi, e soprattutto nel Mezzogiorno, il progressivo incremento dell'offerta che si è registrato nel corso degli ultimi 15 anni, in particolare a livello locale[31], ha avuto come effetto quello di distribuire su gran parte del territorio infrastrutture culturali con finalità promozionali e di sviluppo economico-sociale (sviluppo del turismo), ma soprattutto di presidio culturale del territorio. Si deve spiegare con questa ultima (fondamentale) funzione socio-culturale il dato relativo a circa 2.254 Comuni (sul totale di 8.100 comuni italiani) provvisti di almeno un sito, museo o area archeologica accessibile e visitabile; nel Mezzogiorno sono circa 680 comuni su un totale di 2.557 (fig. 3).

[29] Indagine statistica sui musei e le istituzioni similari al 31 dicembre 1992, Istat.

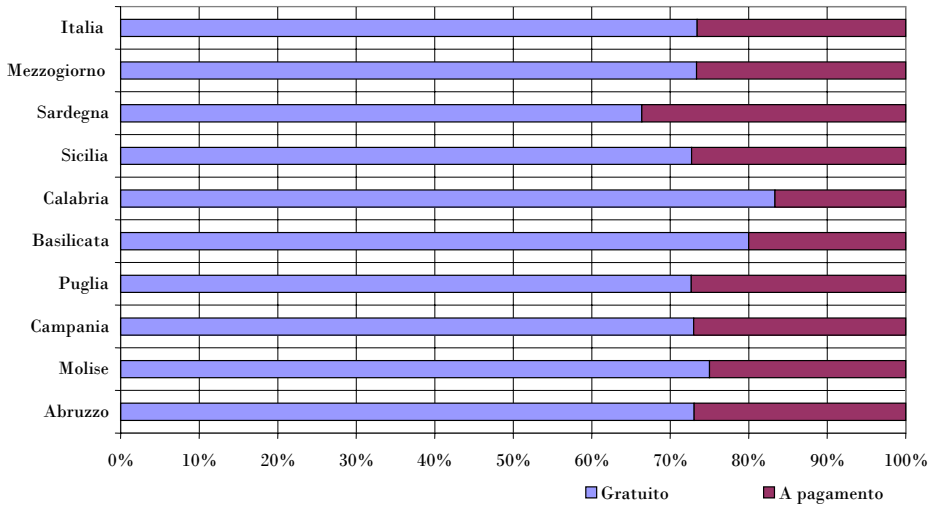
[30] Alcune Regioni, nel 1992, presentavano un'offerta museale pressoché minima, basata solo su contenitori statali, l'incremento in queste zone è stato particolarmente significativo in termini proporzionali.

[31] Nel corso degli ultimi 20/25 anni, a partire dalle prime norme sulla gestione dei servizi culturali e sotto la costante spinta del processo di decentramento istituzionale, le Amministrazioni comunali hanno dimostrato una particolare "vivacità" nella creazione di nuova offerta culturale.

Fig. 3 – Comuni italiani che dispongono di almeno una struttura museale

Poco più di 1/4 dei siti censiti in Italia nel 2006 prevede il pagamento di un biglietto di ingresso. Questa quota aumenta se si considerano i soli siti di proprietà pubblica[32]. Nel Mezzogiorno l'incidenza dei siti a ingresso libero è più elevata: 'solo' 259 strutture su 1.335 prevedono infatti l'ingresso a pagamento (1/5 del totale). In questo caso, oltre ai siti non pubblici incidono le numerose aree e siti archeologici a ingresso libero disseminati su praticamente tutto il territorio meridionale.

Fig. 4 – Offerta culturale del Mezzogiorno secondo la modalità di accesso (anno 2006, valori percentuali)



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Le politiche tariffarie, peraltro, divergono sensibilmente da regione a regione: in Sardegna la percentuale di strutture a ingresso libero supera di poco il 65%, mentre in Calabria e Basilicata le strutture fruibili gratuitamente sono più dell'80% (fig. 4).

2.2.1. TEMATICHE MUSEALI

Il Mezzogiorno e il Centro Italia, come detto, si caratterizzano per una particolare densità di risorse archeologiche. In queste aree si concentrano circa i 3/4 delle aree e dei musei archeologici di tutto il territorio italiano.
Nel Mezzogiorno, in particolare, insistono circa 221 siti (comprendenti aree, parchi e musei archeologici), particolarmente concentrati in alcune zone - prevalentemente costiere (fatta eccezione per l'area centrale tra Puglia, Campania e Molise) - della Campania, Sicilia, Puglia e Sardegna (fig. 5). Meno diffusa, in termini meramente numerici, la presenza di siti e musei archeologici in Calabria e in Basilicata, mentre in Abruzzo e Molise si evidenzia una discreta concentrazione di siti nelle aree soprattutto in aree interne.

[32] Ciò dipende dalla elevata presenza, tra i musei privati, di strutture a ingresso libero, spesso di dimensioni molto limitate, perlopiù ecclesiastiche (soprattutto chiese e luoghi di culto visitabili liberamente).

Tab. 4 - Offerta museale del Mezzogiorno per regione e tematismo

Regioni	Archeo-logia	Arte	Demo etno antrop.	Natura/ scienza/ tecnica	Storia	Altro	n.c.	Totale
Abruzzo	30	50	22	17	7	13	2	141
Molise	14	16	7	2	4	7	2	52
Campania	72	69	22	26	14	37	8	248
Puglia	52	49	24	18	4	16	9	172
Basilicata	23	13	21	1	5	9	8	80
Calabria	30	43	27	4	8	21	5	138
Sicilia	67	68	52	26	17	25	20	275
Sardegna	76	41	37	20	12	30	13	229
Mezzogiorno	364	349	212	114	71	158	67	1.335
Italia	913	1.490	638	500	365	778	304	4.988

Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Gli istituti museali che espongono oggetti d'arte e gli edifici d'interesse artistico[33] rivestono un peso nettamente inferiore nel Mezzogiorno, dove si concentra circa il 17% dei siti d'arte[34] in Italia (vedi fig. 6). Le poche aree del Mezzogiorno dove l'offerta museale legata a oggetti e opere d'arte (moderna o antica) raggiunge una discreta consistenza sono Napoli ed alcune zone circoscritte della Sicilia, della Puglia.

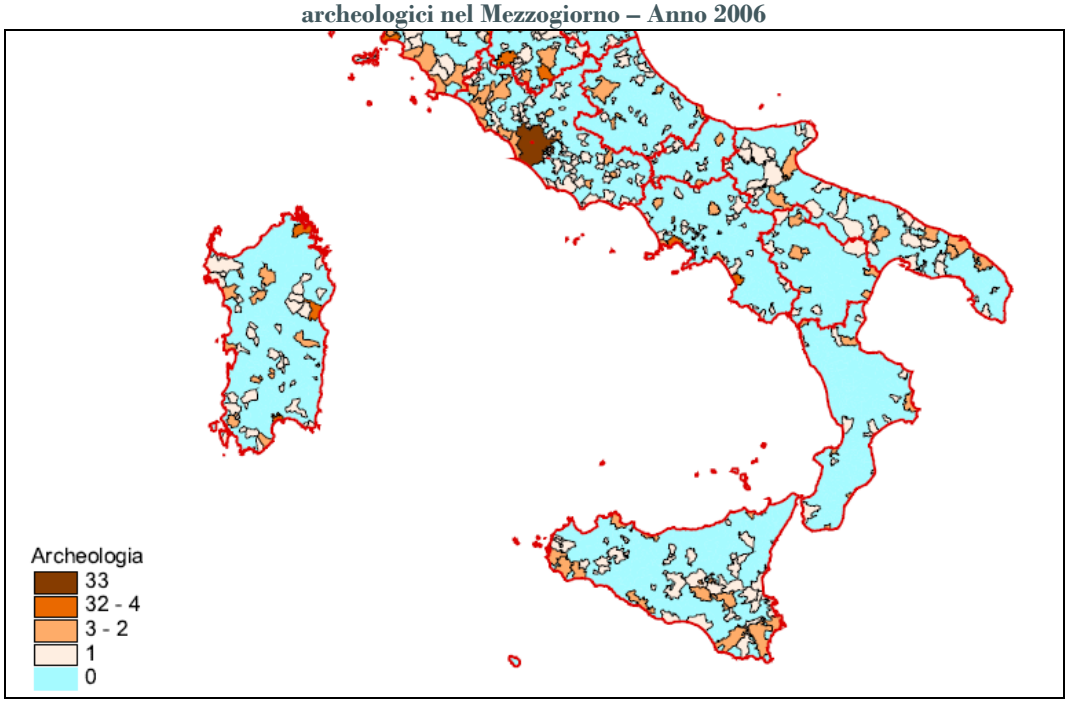
In effetti, gli studi preliminari alla predisposizione del Programma Operativo Poli di eccellenza osservavano come, in merito a questa particolare conformazione del patrimonio culturale del Mezzogiorno e alla distribuzione "tematica" delle esposizione «al di là delle due antiche Capitali [*Palermo e Napoli*] - dove la storia istituzionale e quella dei palazzi dei governi e delle corti hanno determinato migrazioni, acquisti e vendite di patrimoni, di eredità dinastiche, di bottini di guerra e di ritrovamenti archeologici - nel panorama delle "Province" del Mezzogiorno, primeggia nettamente l'"archeologia dei siti" e dei musei da essi derivati; mentre i musei d'arte e di altre collezioni risultano meno presenti».[35]

[33] Nella metodologia di indagine Istat sono classificati come Musei d'arte le strutture con raccolte di oggetti di valore e interesse artistico.

[34] Questa classificazione comprende tutti i musei e i siti che rivestono un predominante interesse artistico della collezione o dei reperti e comprende sia tematiche contemporanee che testimonianze e opere di età antica.

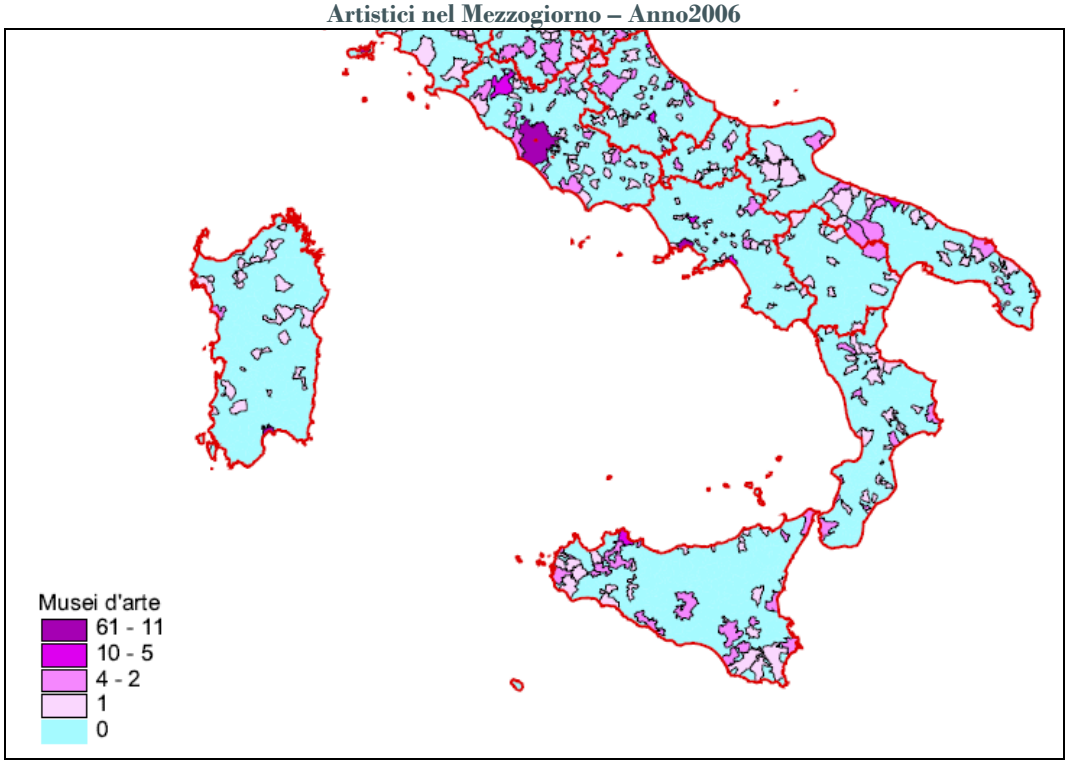
[35] Progetto Pilota "Poli Museali d'eccellenza del Mezzogiorno" PROPOSTE DELLE DIREZIONI REGIONALI DEL MIBAC - SCHEDE SINTETICHE.

Fig. 5 – Archeologia: n. musei e siti con contenuti archeologici nel Mezzogiorno – Anno 2006



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Fig. 6 – Arte: n. musei e siti con contenuti Artistici nel Mezzogiorno – Anno2006



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Aldilà dell'aspetto quantitativo, le testimonianze raccolte nel corso dell'indagine di campo hanno evidenziato come, in alcune aree ancora circoscritte, l'offerta di luoghi e siti d'arte, in particolare le esposizioni (permanenti e temporanee) legate all'Arte moderna e contemporanea, sia in discreta espansione anche nel Mezzogiorno.[36]

Gli altri tematismi espositivi, soprattutto se rapportati alla consistenza dell'offerta archeologica, assumono un peso generalmente residuale nel contesto del Mezzogiorno, con talune parziali eccezioni. In Basilicata e in Calabria, ad esempio, la presenza di siti e musei di carattere *demoantropologico* ha assunto, soprattutto negli ultimi anni e non solo in termini quantitativi, un discreto peso[37], così come va osservata la presenza di numerosi *musei scientifici,* soprattutto in Sicilia, Campania, Puglia e Abruzzo.

La composizione dei tematismi e la distribuzione sul territorio di aree archeologiche, musei e altre tipologie di siti riflette in maniera piuttosto evidente una caratteristica fondamentale del patrimonio culturale del Meridione che più volte, nel corso dello studio qui presentato, si è avuto modo di osservare e sottolineare, quella del *legame tra patrimonio esposto, musei e tessuto storico territoriale*. Nel Mezzogiorno, più che in altre aree del Paese, grandissima parte del patrimonio culturale rimanda al contesto territoriale, a testimonianze storiche rintracciabili nei territori limitrofi, presenta costanti legami con la cultura e la storia materiale dei luoghi: il filo logico che lega il Museo Archeologico Nazionale di Napoli, il sistema di aree archeologiche e altri musei della provincia (Pompei, Ercolano, Torre Annunziata, Stabia e altre) alla storia millenaria del territorio vesuviano costiero è forse solo l'esempio più evidente di un carattere del tutto peculiare dell'offerta culturale del Mezzogiorno, che si traduce in un "vantaggio competitivo" enorme – ancora non appieno sfruttato -, ma anche notevoli complessità gestionali e organizzative[38], dovute alla necessità di travalicare spesso

---

[36] In alcuni dei colloqui dell'indagine di campo (M.V. Marini Clarelli, A. Cestelli Guidi) si è osservato come in Puglia e in Basilicata, ad esempio, si noti l'emergere di crescenti iniziative in questo ambito (gallerie, spazi per esposizioni temporanee), anche se di ambito locale, così come in Sicilia e in Sardegna, su scala territoriale più ampia, dove si assiste alla creazione di iniziative e alla valorizzazione di spazi già esistenti in alcune città (Catania, Sassari, ecc.), sulla scia di quella che viene considerata come la più importante tra le iniziative di questa natura in corso nel Meridione, quella del Museo d'Arte Contemporanea Donna Regina – MADRE – a Napoli. Va citato anche l'Accordo di Programma del 2004 con il quale Abruzzo, Sicilia, Calabria, Campania, Basilicata Molise e Puglia sono stati investiti dal progetto Sensi Contemporanei promosso dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali e dalla Fondazione La Biennale di Venezia, che aveva lo scopo di diffondere in queste regioni l'arte contemporanea, attraverso mostre, itinerari e recuperi architettonici di sedi da destinare a mostre d'arte contemporanea.

[37] Nell'analisi propedeutica al Programma operativo (op. cit.) si osserva come in Basilicata (come in Calabria) «molti nuovi musei etno-antropologici abbinati a parallele attività di promozione e di *edutainment* testimoniano un'esigenza locale di "rappresentarsi e mostrarsi" (e a prescindere dalle potenzialità di attrazione) e fanno registrare importanti incrementi nel numero di visitatori».

[38] Nel corso dell'incontro con il Prof. Montella si è avuto modo di affrontare il tema della caratterizzazione del museo e del suo legame con il territorio, in particolare sotto il profilo delle modalità di presentazione e allestimento. Il museo, in certi contesti, dovrebbe avere – e spesso non ha – il compito di illustrare ciò che "è" il territorio circostante, aiutare il visitatore a comprenderlo, raccontare una storia profondamente legata al contesto. Anche Marini Clarelli (Soprintendente alla GNAM di Roma) nel corso dell'intervista ha posto l'accento sull'opportunità di legare maggiormente il museo al territorio: «un museo dovrebbe avere la funzione di "nucleo

i confini amministrativi e istituzionali per mettere a sistema il patrimonio attorno a tematismi, itinerari, percorsi.

2.2.2. IL QUADRO ISTITUZIONALE E LE FORME GESTIONALI

Il 68% dei luoghi di cultura rilevati dalle statistiche nel Mezzogiorno rientra nella titolarità pubblica[39] (tab. 5); i siti di proprietà statale rappresentano una parte molto rilevante di questa quota, sia numericamente che in termini di capacità attrattiva (come si vedrà più avanti). Rispetto al 1992, l'offerta legata alla sfera statale ha subito un incremento di circa due terzi (+66%).[40]

Tab. 5 - Consistenza del patrimonio museale per area geografica e regime giuridico (anno 2006)

Ripartizione geografica	Stato	Regioni	Province	Comuni	Altri enti locali	Scuole e Univ.	Altri Enti privati	*Totale enti pubblici*	Enti eccl.	Altri privati	*Totale privati*	Totale generale
Nord	135	22	42	873	28	74	113	*1.287*	240	681	*921*	2.208
Centro	226	3	17	646	14	43	20	*969*	189	287	*476*	1.445
Mezzogiorno	187	61	41	521	4	64	25	*903*	161	271	*432*	1.335
Italia	*548*	*86*	*100*	*2.040*	*46*	*181*	*158*	*3.159*	*590*	*1.239*	*1.829*	*4.988*

Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Secondo il dato del 2006, i musei, le aree archeologiche e gli altri siti di interesse culturale di proprietà statale rappresentano circa il 14%[41] dell'offerta complessiva del Mezzogiorno, a fronte di una media nazionale dell'11%[42]. Anche l'espansione dell'offerta statale, nel Mezzogiorno, è stata particolarmente consistente: nel 1992 i siti di proprietà statale erano infatti 79, per un incremento del 137% (fig. 7).
La presenza di siti statali è concentrata in gran parte in Campania, dove si rilevano 75 siti dello Stato, in gran parte rappresentati da aree e musei archeologici, mentre è pressoché nulla in Sicilia, per effetto del particolare regime di autonomia che caratterizza l'Amministrazione Regionale nella gestione del patrimonio culturale.

---

promotore", combinando storia-costume-vita, elementi che trovano una sintesi di grande rilievo, ad esempio, nell'archeologia».

39 Sul dato censito dall'Istat in merito alla natura giuridica dei siti sono state rilevate alcune imprecisioni e/o criticità dovute al tipo di classificazione e alle risposte dei responsabili museali che non sempre permettono una lettura attendibile e coerente dei dati. In alcuni casi, infatti, è risultato non del tutto chiaro il discrimine tra ente proprietario ed ente gestore. Ciò ha riflessi soprattutto sui dati relativi alla domanda, ma incide, pur in misura minore, anche sulle variabili di offerta.

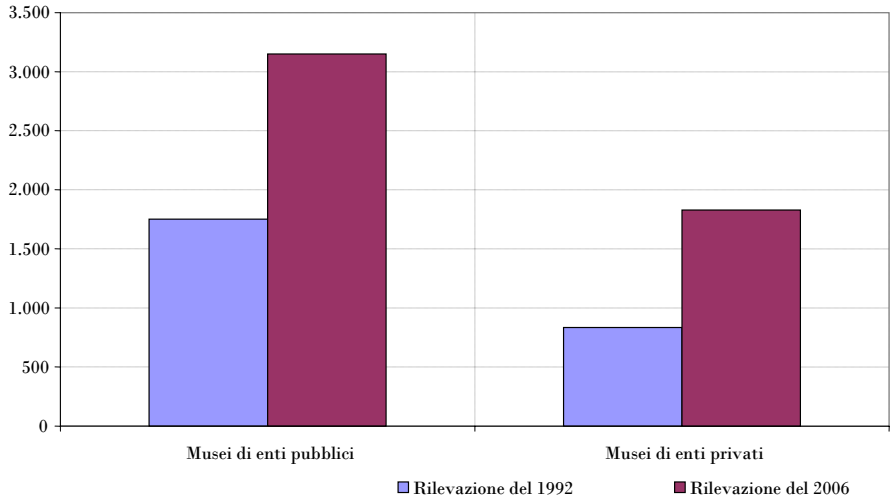
40 Diversamente da quanto affermato in molti studi, dunque, anche l'offerta statale, nel corso degli ultimi anni, ha ricevuto un discreto impulso.

41 Se si escludono i musei della Regione Sicilia in cui, per effetto del regime speciale di autonomia, il ruolo svolto dal Ministero è sostanzialmente sostenuto dall'Amministrazione regionale, il peso del patrimonio di titolarità statale arriva al 17%.

42 Rientrano in tale categoria sia i musei direttamente dipendenti dalle strutture periferiche del Ministero dei beni e delle attività culturali, sia un numero, molto più limitato, di strutture legate ad altre Amministrazioni centrali (Musei dei corpi di Polizia e Carabinieri, fortificazioni, musei scientifici e universitari, proprietà demaniali o militari, ecc.).

In termini numerici, in effetti, il peso che in altre regioni è previsto per i musei dello Stato è in Sicilia assegnato all'Amministrazione regionale, titolare di più di un quarto dei musei e luoghi censiti.

Fig. 7 - Offerta museale e forma giuridica: confronto 1992 - 2006 (n. musei aperti al pubblico)



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Le strutture espositive di proprietà provinciale rivestono un ruolo non significativo, ad eccezione che in Puglia e Campania dove si rileva una discreta presenza di collezioni provinciali (musei, pinacoteche, spazi di varia natura e siti archeologici), talvolta anche di notevole rilievo[43].

Tab. 6 - Musei pubblici per regione ed ente titolare nel Mezzogiorno (anno 2006)

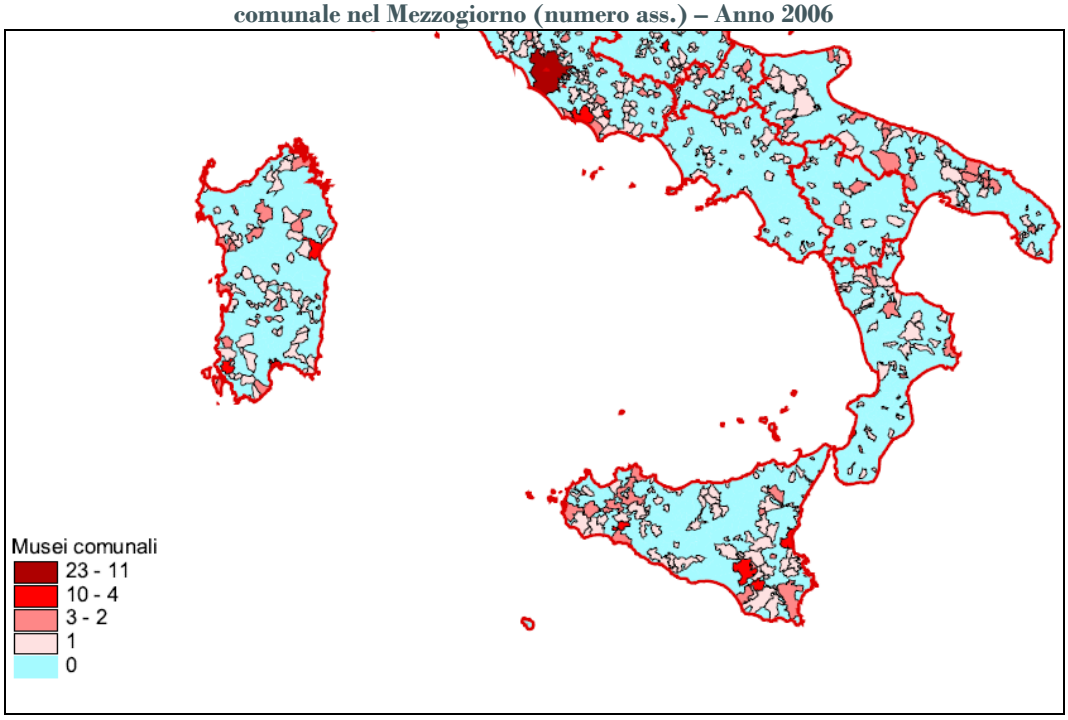
Regione	Stato	Regione	Provincia	Comune	Altri eell	Scuola e Univ.	Altri eepp	Totale
Abruzzo	20	0	1	69	2	3	8	103
Molise	9	0	2	30	0	1	0	42
Campania	75	1	16	46	0	21	4	163
Puglia	25	0	10	70	0	6	1	112
Basilicata	15	0	2	30	0	3	1	51
Calabria	23	2	3	59	0	2	2	91
Sicilia	2	56	6	114	0	13	4	195
Sardegna	18	2	1	103	2	15	3	144
Mezzogiorno	187	61	41	521	4	64	23	901
Italia	548	86	100	2.040	46	181	148	3.149

Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

[43] Si pensi, solo per citare alcuni esempi, al Museo archeologico provinciale della Lucania occidentale di Padula, al Museo provinciale d'arte contemporanea di Crotone, al MAN Museo d'arte della Provincia di Nuoro, alla Pinacoteca provinciale di Bari, al Museo archeologico Valle del Sele di Eboli (SA), al MUSA di Benevento. Si tratta di strutture che conservano importanti valori culturali testimoniati, il più delle volte, da flussi di visita rilevanti.

Le strutture museali di competenza comunale - soprattutto negli ultimi anni, come detto - hanno assunto un ruolo crescente nel panorama dell'offerta culturale. I musei comunali rilevati nel 2006 in Italia sono complessivamente 2.040, il doppio rispetto a quelli censiti nel 1992 (1.040).
L'espansione dell'offerta comunale è stata addirittura più consistente nell'area del Mezzogiorno., dove i musei di proprietà comunale censiti nel 2006 sono circa 520, un quarto del totale nazionale, a fronte dei 185 che l'Istat aveva censito nel 1992, per un incremento complessivo del 182%.
Nonostante ciò, in particolare in alcune regioni, i musei comunali rivestono un rilievo (numerico e rappresentativo) tuttora limitato (fig. 8).
Buona parte delle strutture si concentra in Sicilia (114) e in Sardegna (104), dove l'offerta comunale riveste una discreta importanza su tutto il territorio (fig. 8), e in Puglia (70 siti) dove la presenza di musei civici è particolarmente concentrata in alcune zone. Molto più limitata la presenza di siti di proprietà comunale in Campania, a maggior ragione se raffrontata alla dotazione di istituti e luoghi statali (ed ecclesiastici).

Fig. 8 – Offerta di musei e altri siti di proprietà comunale nel Mezzogiorno (numero ass.) – Anno 2006



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

L'offerta di luoghi e siti privati (o meglio, a gestione privatistica[44]) assume una particolare consistenza soprattutto nel Nord Italia (tab. 7). In questa categoria rientrano anche gli spazi espositivi, le chiese e gli altri siti di proprietà ecclesiastica - 590 totali, di cui 161 nelle regioni del Mezzogiorno[45] - e un numero molto consistente di musei e aree espositive gestiti sotto forma di enti privati o con formule giuridiche di natura privatistica (fondazioni, associazioni, ecc.).

Tab. 7 – Musei privati nel Mezzogiorno per forma gestionale (anno 2006)

Regione	Enti eccl.	Forme privatistiche (*)	Privati cittadini	Altri privati	Totale
Abruzzo	11	23	4		38
Basilicata	9	10	8	2	29
Calabria	14	21	7	5	47
Campania	35	31	11	6	83
Molise	4	2	3	1	10
Puglia	33	17	7	3	60
Sardegna	25	40	18	2	85
Sicilia	30	33	11	6	80
Mezzogiorno	161	177	69	25	432

(*) Fondazioni, società, cooperative, consorzi, associazioni, ecc.
Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

La notevole crescita del patrimonio espositivo organizzato e gestito in forma privata è uno dei fenomeni più evidenti nello sviluppo dell'offerta culturale degli ultimi venti anni, sottolineato da numerosi studi e ricerche settoriali. Tale dinamica trova piena conferma nel raffronto tra il 1992 e il 2006, che vede - anche nel Mezzogiorno, pur con una minore intensità – una crescita molto marcata dei siti e dei musei privati. Nel periodo 1992-2006 il numero di strutture private aperte al pubblico ha registrato un incremento di quasi il 120% a livello nazionale e dell'85% nel Mezzogiorno.
Tale aumento si deve, oltre che a un particolare "impulso" del settore privato (*mecenatismo o collezionismo*), alla diffusione di formule giuridiche nuove e alternative a quella diretta da parte degli enti pubblici (in economia), spinte dalla progressiva introduzione di modelli giuridici di varia natura da parte del legislatore, in particolare nella normativa degli enti locali[46]. Tali formule, pur rientrando nella sfera di competenza pubblica, hanno assunto formalmente una

44 Le informazioni relative alla forma giuridica rilevate nell'indagine Istat sui musei non statali non permettono una precisa identificazione dei musei di proprietà pubblica rispetto a quelli privati, poiché nella sfera "privata" figurano non solo musei di proprietà privata, ma anche alcuni musei pubblici gestiti in forme privatistiche (fondazioni, associazioni, ecc.). Da questo punto di vista sarebbe stato in effetti opportuno prevedere una variabile aggiuntiva relativa alla proprietà della struttura e/o delle collezioni.

45 A questi andrebbero sommati numerosi siti che il censimento Istat ha riportato in altre formule giuridiche (enti e organizzazioni private di varia natura), in quanto gestiti con formule alternative a quella diretta e interna agli organi ecclesiastici (es. fabbriceria, fondazione, ecc.) ma che si dovrebbe più coerentemente annoverare tra le proprietà ecclesiastiche.

46 Proprio a partire dai primi anni novanta, come noto, si assiste in Italia a un progressivo tentativo di introduzione di nuove formule gestionali con l'obiettivo di rendere maggiormente efficiente la gestione del patrimonio culturale. Si deve alla legge 142/90 (ordinamento degli enti locali) la prima introduzione di forme proto-autonome come la istituzione o l'azienda speciale per la gestione dei servizi pubblici locali (e culturali).

veste privatistica o semi-privatistica (*fondazioni, associazioni, società*, ecc.), talvolta con la partecipazione di soggetti terzi non pubblici (Fondazioni bancarie, Camere di Commercio, ecc.). Si spiega in buona parte con questa dinamica il peso molto rilevante - circa il 25% dell'offerta totale – che l'offerta di musei e siti privati riveste nel panorama statistico nazionale.

Va peraltro sottolineata anche la discreta diffusione di *musei aziendali* che, seppure su volumi non paragonabili a quelli dei musei pubblici, stanno assumendo un peso crescente nell'offerta museale nazionale, in particolare al Nord dove si concentra gran parte delle attività economiche e del tessuto imprenditoriale nazionale[47].

Il peso del settore privato è, come detto, inferiore nel Mezzogiorno, dove sia la presenza di forme di gestione autonome (privatistiche), anche a partire da collezioni pubbliche, sia la diffusione di soggetti privati titolari di collezioni e spazi espositivi e musei aziendali, risulta più marginale. Solo in Sardegna, Sicilia e Campania si registra la presenza di alcuni musei privati, mentre in altre regioni, come Molise, Basilicata e Puglia, tale formula è pressoché assente.

Il peso maggiore, tra le istituzioni private del Mezzogiorno, è rivestito dal patrimonio ecclesiastico. In Campania e Sicilia, soprattutto, il patrimonio di chiese, luoghi ecclesiastici di interesse storico-artistico e musei d'arte sacra assume una notevole consistenza. In merito a questa componente va soprattutto evidenziata la composizione dell'offerta in Puglia, dove il patrimonio ecclesiastico raggiunge una notevole densità e rappresenta quasi il 20% dell'offerta regionale.

Tra le formule giuridiche più diffuse per la gestione di siti e musei nel Meridione si evidenzia anche la presenza di forme giuridiche di natura associativa. Discreta diffusione hanno anche le forme societarie, seppure, come detto, in misura nettamente inferiore rispetto alla media nazionale. Da rilevare, infine, la limitata incidenza di musei gestiti o di proprietà di fondazioni (escluse le Fondazioni bancarie[48]).

---

[47] Per un approfondimento su questo tema si può consultare il sito dell'Associazione Museimpresa, oltre ad alcune pubblicazioni (Amari, 2001).

[48] I dati rilevati dall'Istat riportano informazioni solo parziali in merito alla presenza delle fondazioni bancarie nella gestione/titolarità dei siti.

Tab. 8 - Musei non statali: forme di gestione dirette e indirette (numero di musei e quote percentuali sul totale dei musei censiti)

Area	Diretta	Indiretta	Totale Istituti (*)	% indiretta
Nord	1.782	318	2.100	15,1%
Centro	938	315	1.253	25,1%
Mezzogiorno	953	220	1.173	18,8%
Italia	3.673	853	4.526	18,8%
Area	Diretta	Indiretta	Totale Istituti	% indiretta
Abruzzo	91	32	123	26,0%
Basilicata	62	4	66	6,1%
Calabria	104	14	118	11,9%
Campania	167	14	181	7,7%
Molise	39	4	43	9,3%
Puglia	124	26	150	17,3%
Sardegna	117	99	216	45,8%
Sicilia	249	27	276	9,8%

(*) Possibili scostamenti rispetto ai dati sulle forme gestionali si devono a risposte incomplete ed errori.
Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Questi ultimi aspetti richiamano l'attenzione sulle modalità di gestione del patrimonio e sulle forme gestionali attivate dal settore pubblico per la gestione dei beni. Analizzando i dati relativi ai musei non statali, rilevati in occasione dell'indagine Istat, è possibile osservare, in particolare, la diffusione complessiva sul territorio nazionale delle cd "forme indirette" di gestione museale (tab. 8). La gestione indiretta - formula nella quale la rilevazione Istat fa ricadere le modalità di gestione tramite concessione a terzi o affidamento a un soggetto giuridico autonomo del contenitore museale – è utilizzata in meno di 1/5 delle strutture museali non statali[49] in Italia. Il dato relativo al Mezzogiorno, in generale, non segnala un particolare gap con il resto dell'offerta nazionale, ma presenta situazioni diverse a seconda della regione indagata. In Sardegna, il ricorso a forme gestionali indirette risulta molto frequente, per diffusione, rispetto alla media: quasi un museo su due, secondo il dato rilevato, ricorre a forme di gestione indiretta (che nel caso specifico comportano l'affidamento di alcuni servizi o funzioni di gestione a soggetti, in particolare cooperative, locali[50]). Anche il dato relativo all'Abruzzo risulta piuttosto elevato, non troppo lontano dai valori registrati in molte regioni del Centro-Nord. Nelle altre aree, fatta eccezione per la Puglia, il ricorso a modalità di gestione indirette risulta molto meno frequente e diffuso, soprattutto in contesti regionali di grande importanza in termini di offerta, come la Campania e, soprattutto, la Sicilia, regione a statuto speciale che, rispetto alla Sardegna, presenta un quadro del tutto opposto (frutto di una politica sulla gestione evidentemente diversa).[51]

[49] Nei musei statali, come noto, le forme di gestione indirette si limitano a rari casi o a forme di affidamento dei servizi al visitatore.

[50] Le leggi regionali in Sardegna, in questi anni, hanno dato particolare impulso alla creazione di cooperative di servizi per la gestione museale.

[51] Su questo aspetto è bene riportare un osservazione emersa nel corso di uno degli incontri realizzati per lo studio. L. Dal Pozzolo, fa notare come quello delle forme giuridiche gestionali, nel corso degli ultimi anni, ha rappresentato un argomento troppo spesso ritenuto centrale nel dibattito sulla valorizzazione che ha oscurato molte delle altre problematiche (personale, competenze, promozione, ecc.).

2.2.3. LA DOTAZIONE DI SERVIZI E LE STRUTTURE DI SUPPORTO ALLA VISITA

La presenza di servizi di supporto alla visita all'interno di una struttura museale o di un sito rappresenta un indicatore particolarmente importante della qualità dell'offerta museale e, indirettamente, del grado di sviluppo di un sistema di offerta culturale. In tutti i sistemi di offerta più evoluti, sia in Italia che, soprattutto, all'estero (USA e Gran Bretagna in particolare), i servizi al visitatore rappresentano un complemento fondamentale e qualificante dell'offerta di un museo. Nel contesto italiano, solo a partire dagli anni novanta si è assistito a un processo di potenziamento delle strutture espositive sotto questo profilo, con l'avvento delle norme sui servizi aggiuntivi (L. Ronchey e succ.) dei musei statali e con l'incremento dell'iniziativa locale in ambito culturale (processo di sviluppo dei modelli di gestione autonoma dei servizi pubblici locali culturali e decentramento delle competenze istituzionali). Tale processo ha visto la creazione sempre più frequente, all'interno delle organizzazioni, di spazi funzionali dedicati al miglioramento delle condizioni di fruizione dei musei e delle aree archeologiche, sia tramite la disponibilità di servizi di facilitazione e comprensione della visita (audioguide, visite guidate, didattica), sia per mezzo di servizi indirettamente connessi alla visita, ma utili a renderla più piacevole e confortevole (prenotazione, bar, ristorante, guardaroba, ecc.).

I dati e le informazioni qualitative a disposizione e le ricerche di campo permettono di rilevare la presenza dei più importanti servizi al visitatore nei musei italiani, anche se a vari livelli di approfondimento:

- sul versante statale, è possibile fare riferimento alle rilevazioni del SISTAN, che informano sulla presenza dei principali servizi aggiuntivi nei musei statali (visite guidate; audioguide; prenotazione e prevendita; *bookshop*; bar/caffetteria, ristorante), ulteriormente approfondite da un'indagine del Mibac[52] che ha preso in esame la dotazione di servizi e le infrastrutture di accoglienza e orientamento di un campione ristretto - ma rappresentativo - di strutture sul territorio nazionale;
- per i musei non statali, la rilevazione Istat del 2006 permette di rilevare la presenza di un insieme molto ampio non solo di servizi (guide, *bookshop*, ristoro, audioguide, pulizia, custodia, guardaroba, ecc.), ma anche di attrezzature e sistemi di supporto alla visita (didascalie, percorsi, didattica, percorsi disabili, ecc.).

Si tratta di informazioni che, quindi, non solo permettono di evidenziare la dotazione dei servizi di supporto alla visita, ma anche, unitamente agli esiti dell'analisi di campo (interviste), di effettuare un parziale *check up* sulla condizione generale delle strutture e sulle dotazioni di servizi dei musei italiani.

---

[52] L'indagine (op.cit.) ha riguardato una verifica sugli standard museali e della dotazione dei servizi in un campione di musei statali (escludendo le aree archeologiche e i monumenti) e ha preso in considerazione, tra l'altro, le condizioni di accesso, le dotazioni essenziali, gli strumenti di comunicazione e promozione, i rapporti con il pubblico. Nel Mezzogiorno (esclusa la Sicilia) sono stati indagati 48 musei, di cui 34 archeologici, 10 storico-artistici e altri di varia tematica. La natura campionaria dell'indagine, che ha privilegiato le strutture più "importanti" sul territorio nazionale, non consente una visione esaustiva dello scenario, ma offre un'interessante prospettiva sulle "eccellenze" museali e sullo stato dell'offerta di servizi e dotazioni di alcuni tra i più importanti musei del Mezzogiorno.

Le *visite guidate* rappresentano la dotazione più diffusa nelle strutture museali italiane, sia pubbliche che private (tab. 9). Tale servizio, pur molto esteso, non è tuttavia presente nella totalità delle istituzioni: il 74%[53] circa dei siti italiani è dotato di un servizio di visite guidate (non è stato richiesto alcun dettaglio circa la modalità di svolgimento: a pagamento, a richiesta, per gruppi, ecc.); tale quota arriva al 80% se si considerano solo le strutture (propriamente) museali. Ciò vuol dire che un museo su 5 non dispone di alcun supporto, ancorché elementare, per la comprensione della collezione e per informare il pubblico in merito ai contenuti della visita.
Su questo fronte si rileva un sensibile divario tra le regioni del Mezzogiorno (con l'eccezione della Sardegna, che presenta una dotazione superiore anche alla media nazionale) e il Centro-Nord Italia. La più evidente carenza in merito a questo servizio riguarda le regioni con un'offerta culturale meno "evoluta" e numericamente meno consistente, come la Basilicata e il Molise, ma anche la Campania, dove la disponibilità di un servizio di visite guidate, nonostante si rapporti a un'offerta di grande rilievo attrattivo e notevole diffusione, arriva a coprire "solo" il 60% delle strutture (si arriva al 80% se si considerano solo i musei). In Sardegna, per contro, le visite guidate raggiungono - come detto - un grado di copertura molto elevato, essendo presenti in 4 musei su 5.

Tab. 9 - Servizi al visitatore: percentuale di musei in cui è presente il servizio (anno 2006)

Regione	Audioguide	Prenotazione biglietti	Vendita pubblic. (*)	Bar	Visite guidate
Abruzzo	2,8%	18,4%	32,6%	7,8%	71,6%
Molise	3,8%	3,8%	25,0%	7,7%	40,4%
Campania	7,2%	14,0%	39,2%	9,2%	60,0%
Puglia	2,9%	12,2%	33,7%	5,8%	73,3%
Basilicata	1,3%	2,5%	20,3%	3,8%	38,0%
Calabria	5,1%	9,6%	33,8%	5,1%	69,9%
Sicilia	6,2%	17,8%	42,5%	6,5%	69,8%
Sardegna	3,5%	32,8%	27,9%	12,2%	82,1%
Mezzogiorno	4,6%	16,7%	34,3%	7,8%	67,7%
Centro-Nord	8,6%	21,5%	47,9%	9,6%	76,2%
Italia	7,6%	20,2%	44,3%	9,1%	73,9%

(*) *Bookshop*, vendita *merchandising* e prodotti vari
Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

La presenza di un servizio di *audioguide*, accanto a quello tradizionale delle visite guidate, risulta oggi marginale in tutto il panorama museale italiano, con un offerta che, sia nei musei che negli altri luoghi di cultura, in particolare nel Mezzogiorno (fatta eccezione per la Campania, che compensa in parte la carenza di servizi di guida tradizionali), appare del tutto insufficiente, soprattutto se si considera l'importante funzione informativa e orientativa di questo strumento

[53] Il dato comprende anche siti non museali nei quali, tuttavia, il servizio di visita guidata assume comunque un rilievo importante ai fini del supporto alla fruizione.

nella fruizione delle aree archeologiche[54]. Nel Mezzogiorno, meno del 5% dei siti dispone di un servizio di audioguide, e tale carenza si riscontra in misura pressoché analoga nei musei statali, in quelli comunali e nei siti di proprietà ecclesiastica, mentre è di minore rilevanza nelle istituzioni private e in quelle gestite con formule giuridiche autonome e/o speciali (fondazioni, associazioni, società, consorzi privati, ecc.).[55]

La disponibilità di un servizio di audioguide risulta peraltro limitata anche con riferimento alle strutture museali di grande rilievo attrattivo: nei primi 40 siti del Mezzogiorno per numero di visitatori, infatti, non sempre è prevista la possibilità di usufruire di questo servizio[56].

Più dell'83% dei siti meridionali non consente la *prenotazione*. La prenotazione e la prevendita dei biglietti sono un importante compendio alla visita, particolarmente nelle strutture dove maggiore è l'affluenza di pubblico; il servizio di prenotazione, in questi casi, rappresenta un utile strumento di facilitazione (limitando la congestione all'ingresso), ma anche un fattore di offerta - spesso dirimente - nelle scelte degli operatori della promozione turistica[57]. Nelle regioni con una minore concentrazione di flussi di visitatori, la possibilità di prevendita è presente in un numero piuttosto limitato di strutture (in alcuni casi quasi manca del tutto, come in Basilicata e in Molise). Il livello di offerta riscontrabile nelle altre Regioni del Mezzogiorno appare invece variabile: la Sardegna (seguita - a distanza - da Abruzzo e Sicilia) è l'unica regione dove si rileva una dotazione diffusa: il 33% dei luoghi censiti in questa regione dichiara di disporre della prenotazione e della prevendita del biglietto. La Campania, per contro, meta di grandi flussi turistici e mercato di riferimento per i tour operator settoriali, presenta una dotazione di questo servizio limitata solo ai grandi poli (Pompei, Caserta, ecc.): il 14% dei siti della regione, nel complesso, consente la prevendita/prenotazione.[58]

Analizzando i dati sulla presenza di *punti vendita*, bookshop *e spazi commerciali*, colpisce la diffusione di questi servizi nei musei italiani che, differentemente dalle aspettative, appare tutt'altro che marginale. Dall'indagine risulta infatti che quasi il 44% dei musei italiani dispone di un spazio interno, più o meno adeguato[59], dedicato alla vendita di pubblicazioni, cataloghi e altri prodotti legati al museo (poster, cartoline, libri, ecc.). In questo caso, il divario tra le aree del Paese risulta

---

[54] In aree e spazi aperti, in effetti, l'uso di audioguide e supporti orientativi analoghi facilita molto sia lo svolgimento del percorso che la comprensione dei reperti.

[55] I servizi di audioguide, come noto, sono tra quelli maggiormente remunerativi per i concessionari e le imprese private che li gestiscono.

[56] In alcuni casi ciò si deve anche alla natura particolare del sito, non museale, ma nella lista figurano anche strutture tipicamente museali e di discreto richiamo nelle quali il servizio non è disponibile.

[57] Nella promozione di pacchetti turistici, la possibilità di offrire in prevendita l'ingresso a un museo o sito può rappresentare un importante fattore di vantaggio.

[58] Nel corso dell'indagine di campo, alcuni interlocutori hanno in effetti fatto rilevare come in alcuni importanti siti del Mezzogiorno, in particolare statali, non sia attivo un servizio di prenotazione, ad esempio attraverso *call center*.

[59] La rilevante presenza del servizio, in questo caso, non appare del tutto indicativa di una dotazione particolarmente sviluppata, considerato che molte istituzioni dedicano uno spazio residuale, dimensionalmente ed economicamente, a questo servizio (in alcuni casi si tratta di piccoli stand che vendono pubblicazioni o cataloghi specializzati) e che per l'effettiva sostenibilità di un'attività commerciale di questa natura occorrono volumi di pubblico piuttosto consistenti.

però molto più ampio che per gli altri servizi: nel Mezzogiorno il *bookshop* è presente nel 34% dei siti, nel Centro Nord nel 48% dei casi censiti. La distribuzione regionale rispecchia peraltro piuttosto fedelmente le aree a maggiore concentrazione di pubblico. In Sicilia e Campania, infatti, l'offerta è sensibilmente più frequente, mentre alcune regioni (Molise, Basilicata e Sardegna) presentano una dotazione concentrata solo nei poli più attrattivi di pubblico.
Anche i punti di ristorazione e bar sono presenti in un discreto numero di luoghi e siti, anche del Meridione e in regioni con una minore capacità attrattiva, ciò a dispetto di condizioni di sostenibilità economica del servizio che, come noto, non sempre sono facilmente ottenibili nei musei[60]. Mediamente, questo è anche il servizio nel quale le regioni del Sud scontano il minore gap di dotazione rispetto alla media nazionale. A parte la Basilicata, che presenta una situazione di *deficit* in quasi tutta la dotazione di servizi alla visita, le altre regioni presentano mediamente una discreta offerta (in parte legata anche alla presenza di punti ristoro e bar aperti al pubblico e indipendenti dalle dinamiche gestionali dei siti). Va allo stesso tempo osservato come in alcune importanti strutture del Mezzogiorno questo servizio manchi del tutto, seppure in contesti che potrebbero usufruire di un numero considerevole di clienti potenziali.[61]
Nelle regioni del Mezzogiorno, quindi, il livello di dotazione generale dei servizi, complessivamente inferiore, sembra dipendere da fattori di varia natura, spesso, ma non sempre, collegabili al mercato di riferimento e ai flussi di visita. La presenza di taluni servizi alla visita risulta solo in parte correlata alla forma giuridica o al soggetto che detiene la proprietà della struttura: vi sono servizi (prenotazione, bar/caffetteria e audioguide) per i quali le strutture statali possono vantare un'offerta più diffusa, mentre per altri risultano meno dotate (in particolare le visite guidate). Più evidente è l'incidenza di forme gestionali pubbliche indirette, miste o private (fondazioni, consorzi, associazioni, società, ecc.): la dotazione di quasi tutti i servizi alla visita nelle strutture organizzate in forme diverse da quelle strettamente pubbliche risulta più ampia rispetto alla media e, del resto, la ragione per cui tali formule sono state implementate è generalmente proprio la volontà di ampliare l'offerta al visitatore. Generalmente, la concentrazione di questi siti disegna sul territorio italiano le aree a maggior specializzazione culturale (fig. 9). Le regioni del Centro, infatti, presentano una diffusione di servizi molto più ampia, frutto anche di politiche di valorizzazione radicate e consolidate nel tempo (incentrate sullo sviluppo di sistemi museali, distretti, reti), che hanno favorito uno sviluppo diffuso e consolidato l'offerta museale soprattutto a livello locale. Al Nord, la mappa presenta una densità inferiore – "a macchia di leopardo" - che comunque copre una discreta quota di territorio. Al Sud, tuttavia, vi sono aree in cui anche in presenza di consistenti flussi di visita la dotazione di servizi risulta incompleta, mentre in buona parte del territorio non si raggiungono soglie minime di pubblico utili all'apertura dei servizi.

---

[60] Più di altri servizi, quello della caffetteria/ristorante richiede una soglia minima di visite giornaliere piuttosto elevata per far fronte ai costi di gestione e allestimento (cucine, spazi, attrezzature, ecc.) e rendere il servizio economicamente conveniente o almeno sostenibile.

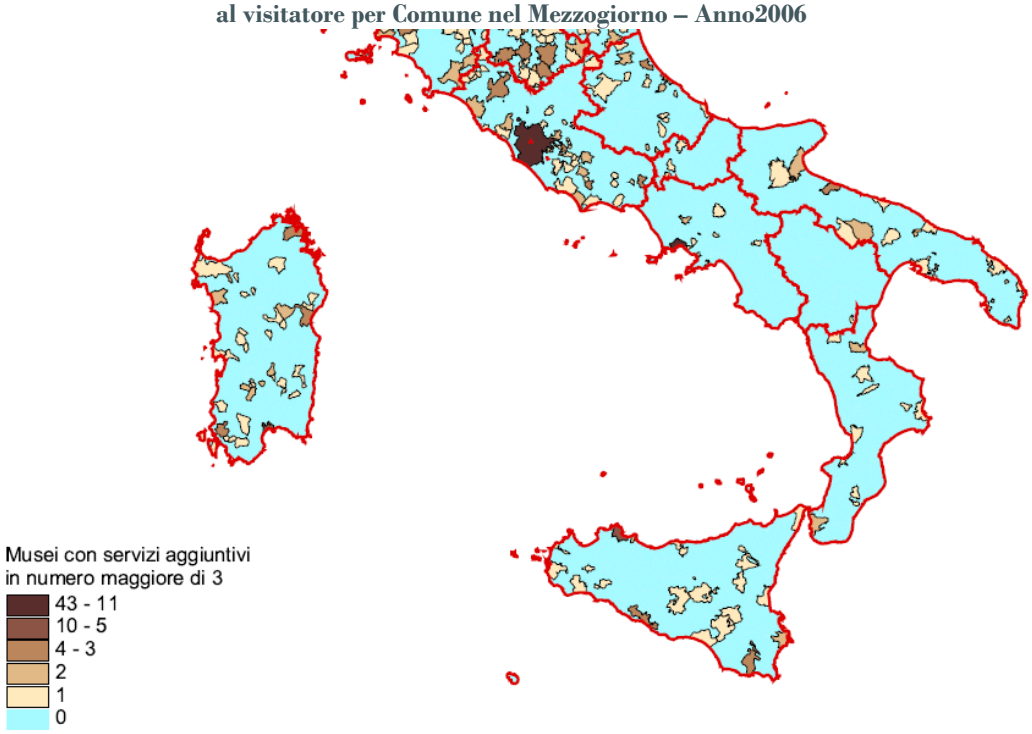
[61] È il caso, ad esempio, del Museo Archeologico di Napoli, dove non è disponibile un servizio di bar – caffetteria pur potendo contare su quasi 400 mila visitatori l'anno.

Nel Mezzogiorno, i musei che dispongono di una dotazione sufficientemente ampia di servizi al visitatore (fig. 10) sono molto meno diffusi, anche nelle aree caratterizzate da grandi flussi di visita; i musei che dispongono di almeno 4 tra i servizi alla visita disponibili (tra bar-caffetteria, prenotazione biglietti, visite guidate, audioguide, *bookshop*) si trovano localizzati soprattutto in Campania (17 siti), Sardegna (17 siti) e Puglia (11 siti). In Sicilia, per contro, solo 4 musei dispongono di una dotazione di servizi rilevante, mentre in Basilicata e Molise pressoché nessun sito è attrezzato per offrire una gamma sufficientemente ampia di servizi di accoglienza al visitatore.

Fig. 9 – Musei e siti con almeno 3 servizi al visitatore per Comune – Anno2006

Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Fig. 10 – Musei e siti con almeno 3 servizi al visitatore per Comune nel Mezzogiorno – Anno2006



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Nel territorio italiano vi sono circa 45 siti (musei e luoghi) che possono disporre di una dotazione ampia di servizi (sono stati considerati i siti che dispongono di tutti i 5 principali servizi al visitatore osservati dall'indagine statistica). Tra questi, tuttavia, solo 8 si trovano nel Mezzogiorno (4 in Campania, 2 in Sicilia, uno in Puglia e Abruzzo), distribuiti tra musei statali (3), comunali e regionali (4) e privati (1) e, peraltro, nella lista non figurano alcuni tra i musei più visitati del Mezzogiorno. [62]

Per altro verso, va anche sottolineato come alcuni dei servizi richiamati in esame richiedano condizioni di economicità minime che, in molti dei musei e siti di rilievo locale del Mezzogiorno siano non sempre ottenibili a livello di singola istituzione, ma vadano piuttosto ricercati in logiche di sistema e integrazione. L'organizzazione dell'offerta museale in sistemi integrati e reti territoriali o tematiche, come visto, ha rappresentato una risposta efficace in alcune aree del Paese e ha permesso, anche in presenza di un patrimonio fortemente diffuso e disperso, di raggiungere una "massa critica" utile a sviluppare efficaci politiche di valorizzazione.

A fronte di una domanda rarefatta e concentrata solo in alcuni musei o luoghi, l'implementazione di un sistema di servizi e strutture di supporto alla visita ad ampia scala nel Mezzogiorno implicherebbe quindi un impegno economico consistente per il comparto pubblico, diretto a garantire condizioni di sostenibilità economica – almeno nella fase di *start up* – a favore delle imprese incaricate. Il percorso intrapreso dal Mibac con le recenti procedure di gara per l'affidamento dei servizi museali, basate sulla *ratio* dell'integrazione tra grandi attrattori e siti "minori", mirerebbe in effetti proprio a garantire una maggiore copertura dei servizi e condizioni economiche sostenibili per i concessionari.[63]

La dotazione, peraltro, non rappresenta in assoluto un indicatore univoco di qualità e completezza dell'offerta. L'indagine di campo, sotto questo profilo, ha evidenziato come la qualità degli ambienti dedicati ai servizi (in particolare *bookshop* e bar) e le condizioni dell'offerta (disponibilità effettiva, facilità di utilizzo, ecc.) non sempre rispondano a standard elevati di qualità, in particolare se confrontati con esempi esteri (non solo anglosassoni). Alcuni dei testimoni intervistati nel corso dell'indagine hanno posto particolare accento non solo sugli aspetti "meramente" qualitativi dei prodotti offerti e degli spazi, ma soprattutto sulle finalità e sulle modalità di offerta di taluni servizi rispetto agli obiettivi di supporto alla visita e al peso, tuttora eccessivo, delle funzioni conservative rispetto a quelle della fruizione e comunicazione.[64]

D'altro canto, da parte degli operatori del settore dei servizi culturali si rilevano le problematiche condizioni organizzative e gestionali, in particolare nella sfera statale, previste dall'attuale sistema normativo che regola l'offerta di servizi alla

---

[62] Nel corso di uno dei *focus group* organizzati nella prima fase dello studio si rilevava come il Museo Archeologico di Napoli sia tuttora sprovvisto di un servizio di bar-caffetteria, a fronte di flussi di pubblico molto elevati.

[63] Molte delle interviste sul campo hanno tuttavia evidenziato una situazione di effettiva carenza di risorse pubbliche a supporto della valorizzazione e della gestione che, evidentemente, non può essere interamente colmata dal ricorso al privato e alle imprese di servizi e da una logica di sistema o rete.

[64] Su questo aspetto si sono soffermati in particolare M. Montella, che giudica del tutto inadeguata la qualità e i contenuti, spesso incomprensibili, dei supporti informativi e di orientamento (audioguide, guide cartacee, depliant, ecc.), G. Marchesi, A. Bollo, L. Dal Pozzolo, concordi nel definire inadeguata la dotazione qualitativa di servizi a supporti al visitatore di gran parte dei musei, non solo del Mezzogiorno.

visita e il sistema degli affidamenti, concessioni, procedure e convenzioni[65]. Si osserva inoltre come permanga, anche nelle formule di affidamento esterno di servizi e gestioni, una certa "rigidità funzionale e strutturale" tra sistema dei servizi aggiuntivi, gestiti in maniera per lo più flessibile per orari, impegni e mansioni, e la struttura interna del museo, formata essenzialmente da personale dipendente dal Ministero (o dalle Amministrazioni locali).

La strumentazione a supporto della fruizione non si esaurisce peraltro con i servizi finora descritti. A monte del processo organizzativo e di offerta di un sito vi sono anzi una serie di aspetti e dotazioni di base fondamentali per la qualità complessiva della struttura. Tali dotazioni riguardano attività diverse, dalla vigilanza e custodia alle pulizie e alla manutenzione, che di recente sono state assimilate ai servizi al visitatore (e come tali soggetti a specifica normativa di affidamento), e attrezzature di supporto alla fruizione o alla promozione sia all'interno che all'esterno del museo (didascalie, siti web, depliant, didattica, servizi di accompagnamento).[66]

L'indagine Istat sui musei non statali, su questo aspetto, permette un livello di dettaglio piuttosto approfondito che permette di far luce su alcune caratteristiche degli spazi e degli ambienti museali particolarmente interessanti ai fini dello studio.

Tab. 10 - Dotazione di servizi e strutture ausiliari alla fruizione nei musei non statali: percentuale di musei che dispongono del servizio

Servizi	Centro-Nord	Mezzogiorno	Italia
Servizio di pulizia	80,0%	75,4%	78,8%
Servizio di vigilanza	53,8%	51,9%	53,3%
Didascalie, pannelli informativi e/o schede mobili	76,9%	67,5%	74,5%
Percorsi segnalati	30,0%	25,1%	28,7%
Postazioni multimediali	18,6%	14,2%	17,5%
Strutture e attrezzature per l'accesso ai disabili	36,9%	30,2%	35,2%
Assistenza disabili	27,4%	28,0%	27,6%
Biglietteria	40,7%	35,0%	39,2%
Prestito di materiale per mostre o studio	42,7%	30,3%	39,5%
Guardaroba	10,6%	6,6%	9,5%
Servizi di assistenza e intrattenimento per l'infanzia	13,5%	11,8%	13,0%
Attività didattiche	53,6%	39,6%	50,0%

Fonte: elaborazione su dati Istat.

La situazione del complesso eterogeneo di strumenti e strutture (didascalie, percorsi, didattica, realizzati con sia con strumenti "innovativi" – multimedia, ecc. – sia tradizionali) presenta aspetti di particolare criticità in quasi tutte le dotazioni di supporto alla visita: con la parziale eccezione di alcuni servizi di base essenziali

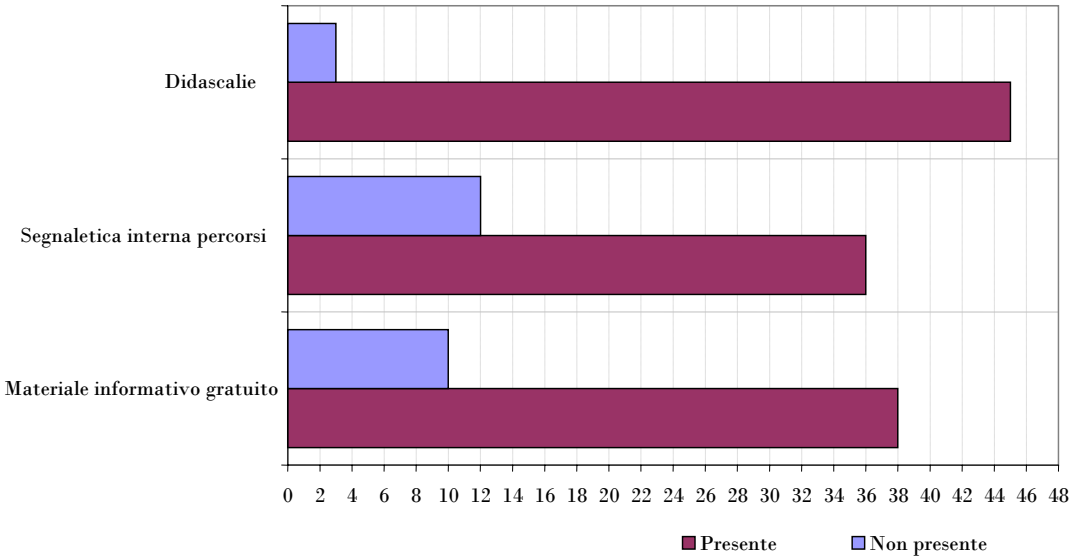
[65] Si è denunciato in particolare il quadro di incertezza legislativa del sistema degli affidamenti in concessione dei servizi al visitatore nei musei statali (in attesa di nuovi regolamenti di affidamento dei servizi museali) e le talvolta complicate condizioni economiche imposte (con la costante contrazione delle risorse dedicate alla valorizzazione, la limitata durata degli affidamenti, le soglie minime di pubblico rispetto alle varie tipologie di servizi da offrire, la composizione eccessivamente variabile r rischiosa tra siti da presidiare con i servizi tra quelli a reddito e quelli marginali, i canoni massimi e minimi, ecc.).

[66] Questi aspetti possono essere solo in parte analizzati relativamente all'intero patrimonio museale. E' possibile invece fare riferimento alle diverse fonti citate in precedenza e comporre un quadro sufficientemente esaustivo.

(*pulizia e vigilanza*), i musei del Mezzogiorno rivelano una sistematica carenza strutturale (tab. 10).
Alcuni di questi supporti rappresentano un elemento qualificante nel processo di apprendimento e comprensione legati alla visita e nel rapporto tra museo e visitatore.
Queste osservazioni sembrano suffragare alcune delle impressioni raccolte sul campo (in colloqui e incontri con esperti e operatori), nelle quali il tema dell'inadeguatezza quantitativa e qualitativa dei servizi e delle strutture di supporto alla visita è emerso piuttosto diffusamente.[67]
Secondo l'opinione di alcuni studiosi ed esperti, i servizi di supporto alla comprensione e alla didattica (*audioguide, didascalie, supporti didattici, pannelli, allestimenti*) risulterebbero il più delle volte inadeguati sotto il profilo comunicativo e alla funzione didattica del museo, carenti per quanto riguarda la comprensibilità, con la conseguenza di non essere coerenti con l'obiettivo di "apertura" del museo al (grande) pubblico e più in generale con la funzione collettivo-sociale delle istituzioni culturali.
Altro aspetto nel quale si è rilevata una grave carenza di offerta è quello dei *servizi didattici*. In un contesto come quello del Mezzogiorno, la strumentazione didattica e i servizi ad essa collegati dovrebbero rappresentare una tra le funzioni chiave per permettere al museo di contribuire allo sviluppo sociale e culturale della collettività locale (soprattutto dei giovani).

[67] Secondo M. Montella, i linguaggi utilizzati nella presentazione di opere e didascalie nei musei sembrerebbero il più delle volte orientati alle porzioni di pubblico che meno traggono utilità dai supporti (didascalie, guide brevi, ecc.). Ciò sarebbe da addebitare soprattutto all'assegnazione ai musei dello status di "beni posizionali". I "beni posizionali", nel concetto sviluppato da Fred Hirsch nel 1976, sono beni che in una società a elevato tenore di vita vengono acquistati per migliorare il proprio status relativo. I vantaggi che deriverebbero dal possesso di tali beni sono psicologici, poiché qualificherebbero l'appartenenza del "possessore" ad una classe più elevata di cittadini, coloro che si posizionerebbero "in cima alla piramide". Nella realtà esaminata, il quadro vede fondamentalmente due scenari opposti ed estremi: da un lato, un eccessivo tecnicismo e un'offerta fortemente elitaria; dall'altro, un eccesso di commercializzazione del bene culturale, nei contesti a maggior richiamo turistico, a detrimento del significato storico e culturale dei luoghi.

Fig. 11 – Strumenti di orientamento e informazione nei musei statali (n. di strutture, anno 2007)



Fonte: elaborazione su dati Mibac.

Anche nei musei statali, secondo quanto rilevato dall'indagine campionaria del Ministero[68], le dotazioni dell'offerta sul fronte dell'orientamento e dei servizi di supporto "illustrativo" alla visita presentano situazioni di carenza e inadeguatezza.

Il 25% dei musei statali censiti nel Meridione (fig. 11), infatti, non dispone di una segnaletica interna di indicazione dei percorsi e per l'orientamento dei visitatori, mentre alcuni musei soffrono ancora una parziale - o completa - mancanza di didascalie (3 musei del campione, nel Meridione - due in Sardegna e uno in Abruzzo – hanno palesato la mancanza di didascalie sulle opere/reperti esposti[69]).

Le didascalie e i supporti informativi sulle opere, laddove presenti, sono peraltro disponibili quasi esclusivamente in lingua italiana (solo 5 strutture del campione, nel Mezzogiorno, adottano almeno un'altra lingua[70]).

Sempre secondo l'indagine del Ministero, quasi 1/5 delle strutture indagate è priva di un punto informativo di orientamento del visitatore, e ancora più frequente (10 musei su 48) è la mancanza di materiale informativo gratuito sui percorsi di visita.

L'indagine del Mibac ha riguardato anche la dotazione di impianti, aree di sosta e degli altri servizi di supporto che contribuiscono a migliorare la qualità degli ambienti museali. Su questo fronte, va rilevata soprattutto la limitata presenza, particolarmente nelle strutture del Mezzogiorno, di un impianto di areazione/condizionamento (28 musei su 48 ne sono completamente privi). Questo aspetto, oltre che alla qualità della visita, attiene evidentemente anche all'efficacia

---

[68] *Op.cit.*

[69] Si consideri che nel campione indagato figurano i musei italiani più grandi e importanti e la mancanza di un tale supporto in solo una delle strutture assume un peso negativo notevole.

[70] In media nazionale, l'indagine ha evidenziato la presenza di didascalie in inglese o altra lingua straniera in circa 1 museo su 4.

delle funzioni di conservazione e incide negativamente - come hanno fatto notare alcuni intervistati[71] – sulle capacità di organizzazione di mostre ed eventi che prevedano il prestito di opere. Il circuito degli scambi e dei prestiti di opere si basano in gran parte sulla "credibilità" delle istituzioni e sulla possibilità di garantire condizioni di sicurezza (ambiente, temperatura, umidità, ecc.) per le opere. Nel Mezzogiorno, le problematiche strutturali di molti degli ambienti museali rappresentano in effetti un vincolo che, aldilà delle capacità organizzative e della domanda potenziale, può incidere notevolmente sulla possibilità di entrare a far parte del circuito delle grandi mostre internazionali.

L'offerta complessiva di servizi e strutture a supporto della fruizione dei luoghi di cultura nel Mezzogiorno, sia statali che non statali, presenta dunque caratteri di inadeguatezza e incompletezza piuttosto marcati, in un quadro che già vede l'intero sistema in Italia in una posizione di arretratezza strutturale (si pensi alla disponibilità di servizi che si può trovare in qualsiasi museo o istituzione anglosassone). Ciò avviene sia per i servizi di base (didascalie, didattica, percorsi, visite guidate), che assumono un ruolo fondamentale nella comprensione, sugli *effetti del consumo culturale* e sul *capitale umano dei visitatori*, sia per quelli che offrono un supporto migliorativo in termini di comodità, piacevolezza della visita, orientamento, e che rappresentano per il museo una possibile fonte di introiti aggiuntivi (bar, *bookshop*, audioguide, ecc.). Fatta eccezione per alcune aree, quelle con la maggiore concentrazione di "eccellenze", la dotazione media di strutture a supporto della visita appare tutt'altro che adeguata, e anche in alcuni dei siti più attrattivi si registra un quadro di offerta non completo.

Le indagini di campo presso i testimoni privilegiati hanno fornito solide conferme alle osservazioni quantitative, aggiungendo valutazioni in merito alla natura qualitativa dei servizi disponibili che, come detto, disegnano un quadro spesso negativo.

Tra gli altri, molte osservazioni raccolte sul campo hanno riguardato gli allestimenti, ritenuti obsoleti, spesso non comprensibili se non da un pubblico di elite, non adeguati agli scopi e alle funzioni di un museo "moderno" e suscettibili di profondi miglioramenti da molti degli intervistati[72].

Gli spazi museali, in molti casi, si rivelano nel complesso inadeguati ad accogliere flussi consistenti di pubblico, così come i servizi offerti al visitatore, laddove disponibili, non sempre sono concepiti per facilitare la comprensione e l'apprendimento.

L'indagine di campo ha inoltre rilevato una generale arretratezza dei musei sotto il profilo della dotazione di strumenti innovativi per il supporto alla visita, la promozione e l'accoglienza. La multimedialità, le tecnologie di rappresentazione e informazione, i supporti informatici, che in molti grandi musei a livello internazionale rappresentano un complemento fondamentale e oramai molto diffuso, in Italia rilevano ancora in modo marginale, anche se le tecnologie e gli strumenti sono conosciuti e attuabili. Questo ritardo si ripercuote in particolare su alcune categorie di pubblico (tra cui i giovani), amplificando le difficoltà di interazione tra il pubblico potenziale e l'apparato museale.[73]

---

72 Tra le altre, si citano le posizioni di M. Montella, B. Benedetti, S. Settis, G. Marchesi, S. Monti.

73 L'aspetto legato alla diffusione e utilità potenziale delle tecnologie informatiche e della multimedialità è stato in particolare messo in rilievo da A. Bollo e da A. Solima, entrambi nella loro attività di ricerca si sono occupati

A questo panorama si deve infine aggiungere la mancanza di un sistema strutturato di *valutazione della qualità* e degli standard di offerta, funzione strategica particolarmente importante ai fini dell'ottimizzazione dei processi gestionali. L'introduzione di tali sistemi implica processi di autovalutazione e monitoraggio (indagini sul pubblico, *accountability*, ecc.), oggi in gran parte estranei alle pratiche gestionali dei musei, in particolare nel Mezzogiorno[74], seppur previsti già da qualche anno nei documenti di indirizzo ministeriali e nelle linee guida regionali sulla gestione e sugli standard museali[75].

2.2.4. LA PROMOZIONE E LE ATTIVITÀ ESPOSITIVE TEMPORANEE

Un'altra importante componente di offerta da analizzare per valutare lo stato dell'offerta museale del Mezzogiorno è quella riguardante le funzioni promozionali e comunicative, fattori fondamentali di attrazione e comunicazione di un'istituzione culturale verso il pubblico.
Uno dei principali canali di promozione dei musei, soprattutto nel corso degli ultimi anni, è l'organizzazione di *mostre ed eventi espositivi temporanei*, funzione attorno alla quale molte istituzioni hanno incentrato (talvolta in misura eccessiva), le politiche di sviluppo e promozione del museo o del territorio.
Analizzando i dati provenienti dalle indagini Istat e Mibac è possibile analizzare i livelli di attività sviluppati dalle istituzioni che operano nelle regioni del Mezzogiorno in merito a questa funzione.
In generale, il volume complessivo di mostre ed eventi temporanei organizzati dalle istituzioni culturali del Meridione appare inferiore rispetto alle medie nazionali. Guardando alla sfera non statale, Abruzzo e Campania sono le regioni in cui l'attività espositiva legata a eventi temporanei appare più vivace e frequente, almeno dal punto di vista numerico, mentre nelle altre regioni si rileva un'offerta che, in alcuni casi, si discosta di molto dai livelli medi delle regioni del Centro-Nord.[76]
Stando ai dati del Mibac, la funzione espositiva temporanea assume maggiore rilievo nella gestione dei siti statali del Mezzogiorno: nel campione di istituzioni indagate, infatti, questa attività risulta particolarmente diffusa (40 musei su 48 hanno dichiarato di aver realizzato esposizioni temporanee nel corso del 2006) – fig. 12.

---

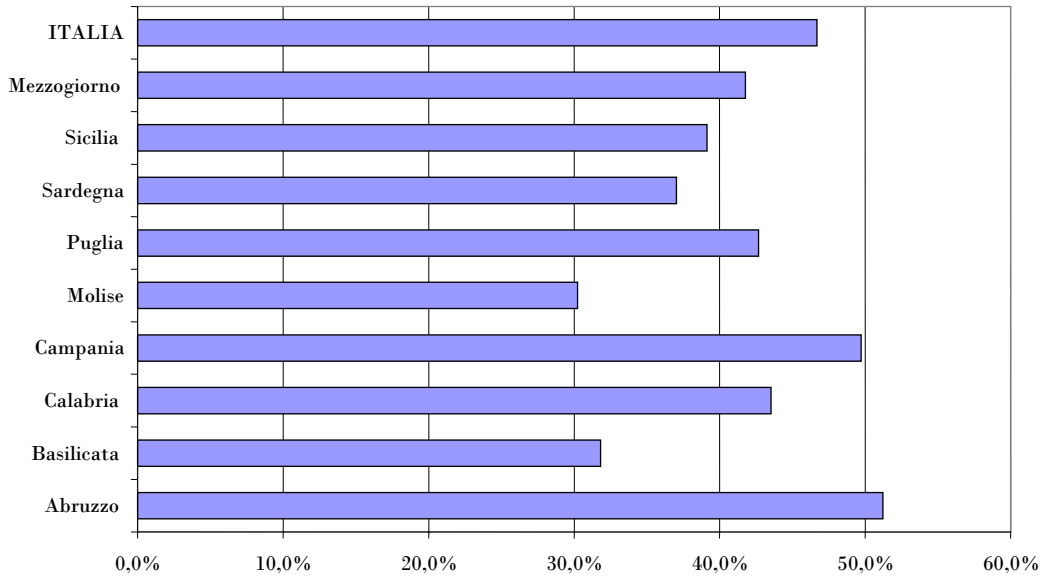
in maniera approfondita di questo tema, analizzando i notevoli successi registrati in talune strutture museali soprattutto a livello internazionale.

74 Su questo aspetto, tra gli altri, hanno posto particolare rilievo M. Montella (sotto il profilo del controllo di gestione), B. Benedetti (in particolare sulla carenza di strutture governative o di autorità indipendenti in grado di analizzare, premiare e penalizzare le gestioni museali) e B. Stratta (sotto il profilo del controllo delle variabili economiche).

75 A partire dal DM 10 maggio 2001 contenente l'Atto di indirizzo sui criteri tecnico-scientifici e standard museali.

76 Sorprende, in un certo senso, il dato relativo alla Calabria, che presenta un flusso di attività espositive temporanee piuttosto consistente, in termini numerici, che non trova apparente riscontro sul piano della notorietà e della visibilità.

Fig. 12 – Musei non statali: mostre ed eventi temporanei
(% di musei che hanno organizzato nell'anno almeno un evento/mostra)



Fonte: elaborazione su dati Istat.

Una ricerca empirica condotta nel 2008 nel Mezzogiorno – focalizzata sulle cd. "Città d'arte"[77] e sul pubblico culturale – permette di evidenziare con maggiore chiarezza le criticità di una funzione che, con alcune rare eccezioni nelle grandi città o aree metropolitane e, occasionalmente, in alcuni centri periferici, registra al Sud un rilievo culturale e volumi di pubblico molto al di sotto dei livelli di gran parte del Centro-Nord.
Napoli, nel corso degli ultimi 8 anni, è l'unico centro del Mezzogiorno dove sono state organizzate mostre con un riscontro di pubblico paragonabile a quello delle grandi esposizioni a livello nazionale (tab. 11)[78].
In alcuni centri minori sono state promosse operazioni di un certo rilievo, occasionalmente, soprattutto nel territorio pugliese (Andria e Barletta), ma gran parte del restante territorio risulta del tutto scoperto dal punto di vista dell'offerta di eventi espositivi.

Tab. 11 - Le mostre più visitate nel Mezzogiorno

Museo	Città	Mostra	Visitatori	Anno
Museo Archeologico Nazionale	Napoli	Storie da un'eruzione	256 mila	2003
Museo Archeologico Nazionale	Napoli	Alma-Tadema e la nostalgia dell'antico	237 mila	2008
Museo Archeologico Nazionale	Napoli	Argenti a Pompei	229 mila	2006
Museo Archeologico Nazionale	Napoli	Ambre. Trasparenze dall'antico	196 mila	2007
Palazzo dei Normanni	Palermo	Collezione Wurth: Spitzweg, Baselitz	104 mila	2006
Castel del Monte	Andria	Dalla pianta al Banchetto	65 mila	2002
Castello Svevo	Bari	San Nicola. Tra Oriente e Occidente	63 mila	2007

[77] L'indagine (op.cit.) ha riguardato le Regioni Puglia, Campania, Sicilia, Basilicata e Calabria. In merito alle mostre sono stati riportati sia dati esistenti (Fonte Giornale dell'Arte) che rilevazioni dirette.

[78] Le mostre più visitate, in questi anni, a livello nazionale, hanno raggiunto talvolta 400 mila visitatori.

Complesso di Santa Sofia	Salerno	Mediterraneo Mirò	40 mila	2003
Palazzo S.Elia	Palermo	L'Ermitage dello Zar Nicola I	40 mila	2007
Pinacoteca G. De Nittis	Barletta	Zandomeneghi, De Nittis, Renoir	39 mila	2007
GAM	Catania	Renato Guttuso	27 mila	2001
Pinacoteca G. De Nittis	Barletta	Paris 1900. La collezione del Petit Palais	24 mila	2008
Palazzo S.Elia	Palermo	España 1957-2007	20 mila	2008
Museo di Capodimonte	Napoli	Salvator Rosa. Tra mito e magia	18 mila	2008

Fonte: Rapporto sulle città d'Arte nel Mezzogiorno

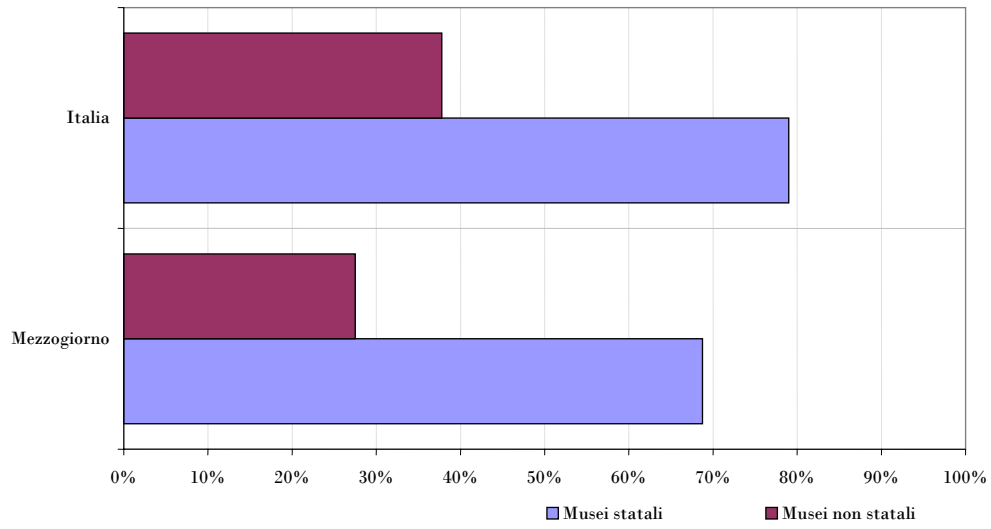
Sul tema dell'attività espositiva temporanea si è peraltro aperto un interessante dibattito che ha coinvolto, nel corso delle interviste sul campo, numerosi operatori ed esperti, in merito al possibile uso e alla gestione, finalizzata anche a scambi ed esposizioni temporanee, dei depositi museali e di scavo. Anche se non vi sono dati a riguardo, è noto che in molti musei – soprattutto archeologici – del Mezzogiorno, i reperti esposti rappresentino solo una parte dell'effettivo patrimonio disponibile che giace, talvolta non in condizioni ottimali[79], nei depositi e che raramente viene alla luce. Oltre al mancato sfruttamento di queste risorse per studi, ricerche, approfondimenti e al rischio di deperimento dei materiali più fragili che potrebbe generare da una gestione non sempre efficiente[80], questo patrimonio rappresenterebbe per le istituzioni museali una risorsa potenziale di grandissimo valore, utilizzabile sia - attraverso rotazioni – per diversificare l'offerta del museo, sia per arricchire quella di altre istituzioni - attraverso mostre o esposizioni permanenti – o ancora per alimentare sistemi complessi di sedi espositive.[81]

[79] Questo aspetto, evidenziato dalle analisi di pre-fattibilità dei Poli museali, è stato evidenziato, tra gli altri, anche da alcuni responsabili dei siti museali o soprintendenti intervistati nella fase iniziale (tra cui M. V. Marini Clarelli, P. Guzzo, R. Martines). In taluni contesti museali anche di grandissimo rilievo come il MANN di Napoli, il Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria, il MARTA di Taranto, i depositi versano in situazioni non sempre ottimali di clima e pulizia, sono quasi del tutto inaccessibili anche agli studiosi e organizzati in maniera poco efficiente.

[80] Gli stessi responsabili dei siti hanno lamentato la mancanza di spazi adeguati e di condizioni ambientali idonee a conservare i reperti in deposito.

[81] Anche se i punti di vista non sono concordi, tra gli altri S. Settis, M. Causi, G. Marchesi, tra gli altri, hanno evidenziato le potenzialità che potrebbero derivare da una gestione moderatamente "aperta" delle collezioni in deposito, attraverso cui potrebbero essere alimentati eventi di grande richiamo, anche nei Poli, e costruiti interessanti sistemi locali (si è portato l'esempio del Museo Archeologico Salinas di Palermo che, date le dimensioni contenute, non sarebbe in grado di esporre completamente una serie di importantissimi reperti e ricostruzioni da materiale in deposito e che, per contro, potrebbe essere destinati ad altre sedi sul territorio da collegare in un ideale percorso/sistema.

Fig. 13 - Istituzioni museali statali e non statali che dispongono di un sito web dedicato

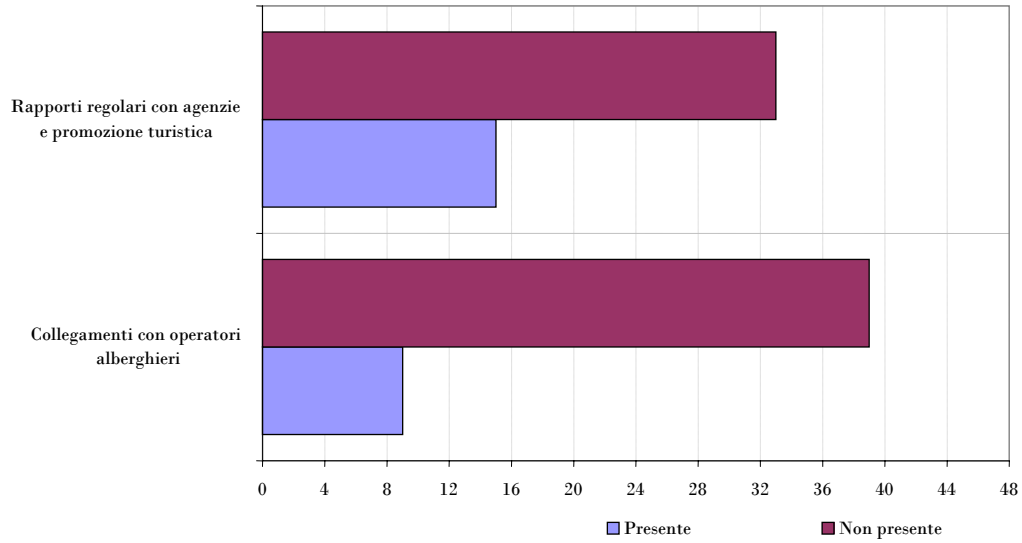


Fonte: elaborazione su dati Istat.

Oltre a mostre ed eventi, le istituzioni museali dispongono di numerosi strumenti e funzioni per promuovere la propria offerta presso il pubblico. Alcuni di questi, come l'offerta di *carte abbonamento*, la partecipazione ad associazioni e la promozione di iniziative tipo "amici del Museo", molto diffuse nei paesi anglosassoni, mirano alla fidelizzazione del pubblico e a creare un rapporto partecipativo e quasi quotidiano con l'istituzione. Nei musei italiani, secondo quanto rilevabile dalle statistiche raccolte dall'Istat per i musei non statali, queste attività risultano ancora molto poco diffuse, in particolare nel Mezzogiorno, dove solo 10 istituti hanno presentato di recente iniziative di questa natura (praticamente nulla è, in particolare, la presenza di forme associazionistiche).
Anche un altro fondamentale canale comunicativo e promozionale – la rete internet – vede le istituzioni museali in una condizione di strutturale carenza e arretratezza rispetto all'uso che ormai ne viene fatto nel resto d'Europa e negli Stati Uniti. La rilevazione sui musei non statali dell'Istat ha evidenziato che, a tutt'oggi, solo 1 museo su 4, nel Meridione, dispone di un *sito web* dedicato (fig.13). Situazione (negativa) che si replica anche sul fronte dei musei statali: secondo l'indagine Mibac, 15 musei su 48, nel Mezzogiorno, non dispongono di un sito dedicato (il dato è particolarmente negativo, se si pensa che nel campione statale figurano i più noti musei dell'area). Laddove presente, quasi mai il sito offre inoltre una versione in lingua straniera ed è gestito quasi sempre dalla stessa Soprintendenza o dalla direzione del museo (senza il ricorso a operatori specializzati); l'aggiornamento dei contenuti, in questo modo, raramente è effettuato in maniera sistematica e frequente.
Va da sé che il limitato ricorso a mezzi di comunicazione e promozione divenuti oramai "classici" come il sito internet costituisca un vincolo allo sviluppo di altri e più innovativi strumenti di divulgazione e supporto alla fruizione, come *social network*, *blog*, ecc. che, al contrario, sono diventati di uso piuttosto comune non solo tra le più importanti istituzioni culturali internazionali, ma anche nei piccoli

centri dove sono utilizzati per incentivare la partecipazione quotidiana di particolari componenti di pubblico (in particolare i giovani).
Uno dei canali tradizionali di promozione potenzialmente più rilevanti per un'istituzione culturale sotto il profilo dell'attrattività, secondo quanto emerso dalle indagini di campo, è quello degli accordi con gli *operatori turistici*.[82] A questo proposito, solo una quota marginale (meno di 1/3) dei musei statali del Mezzogiorno interessati dall'indagine campionaria del Mibac ha dichiarato di intrattenere relazioni continuative con gli operatori turistici (agenzie, tour operator o alberghi). Nel resto del territorio italiano, i rapporti tra musei e operatori del turismo risultano più frequenti e sistematici, pur non rappresentando la regola, interessano infatti solo il 40% dei musei statali del campione. Questa percentuale scende ancora se si verifica la consistenza delle relazioni specifiche delle istituzioni museali (sempre statali) con alberghi e strutture di accoglienza turistica (23% nel Mezzogiorno e 25% in Italia).

Fig. 14 - Iniziative promozionali e rapporti con operatori turistici nei musei statali (n. di strutture)



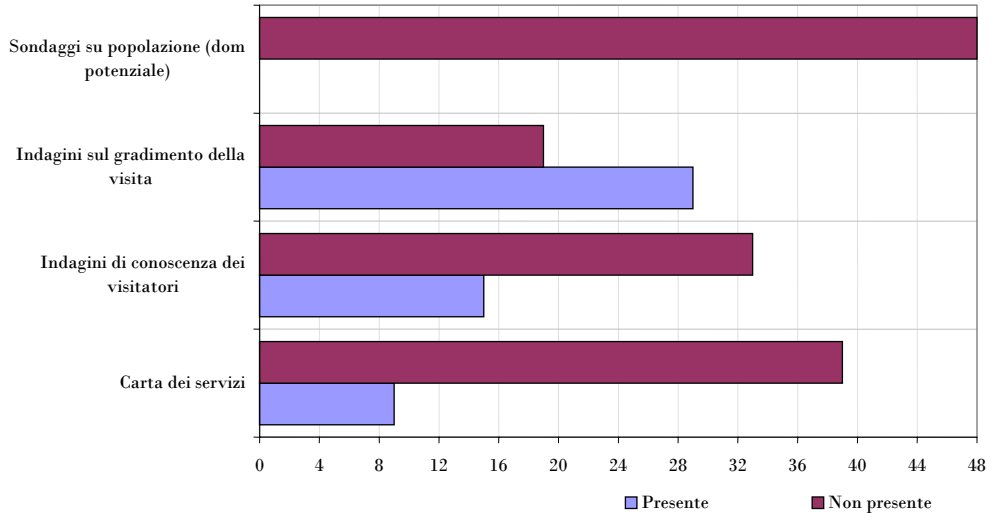
Fonte: elaborazione su dati Mibac.

Un altro interessante aspetto legato alle iniziative di comunicazione tra istituzioni e pubblico museale riguarda il ricorso a strumenti di *rilevazione delle preferenze* e della *soddisfazione del pubblico* (fig. 15). L'Ufficio studi del Mibac ha indagato la diffusione degli strumenti di misurazione e valutazione della fruizione che, oltre a fornire indicatori utili a verificare gli standard qualitativi dei servizi, segnalano il

[82] Secondo F. Severino, la promozione dell'offerta culturale nei mercati turistici, in particolare attraverso rapporti con tour operator e operatori settoriali, rappresenterebbe uno strumento molto efficace, nel breve periodo, per attrarre maggiori flussi di pubblico e innescare processi di valorizzazione che, comunque, andrebbero accompagnati da interventi più profondi e di lungo periodo sulle strutture interne e sul sistema organizzativo complessivo. Attraverso limitati interventi sul fronte dell'accoglienza e aumentando la visibilità dei siti è possibile ottenere discreti risultati di pubblico, come dimostrano molte esperienze all'estero.

grado di orientamento di un'istituzione verso il proprio pubblico, rilevando, anche in questo caso, una generale carenza di strumenti.

Fig. 15 - Strumenti di conoscenza del pubblico e relazioni con l'utenza nei musei statali (n. di strutture)



Fonte: elaborazione su dati Mibac.

Nel Mezzogiorno - ma ciò avviene in gran parte delle strutture osservate anche a livello nazionale - queste pratiche risultano ancora oggi molto poco diffuse e, laddove presenti, si limitano a iniziative elementari e occasionali. Solo il 30% dei musei statali del Mezzogiorno ha dichiarato di aver attivato, nel recente passato, forme di valutazione e conoscenza sulle caratteristiche del pubblico. A parte le rilevazioni periodiche sugli ingressi, le istituzioni generalmente limitano l'attività di monitoraggio a osservazioni su fasce orarie e sui reclami, mentre in rarissimi casi vengono effettuate indagini sistematiche e periodiche per verificare il gradimento o la soddisfazione del pubblico rispetto alla visita o a particolari servizi del museo.[83] Praticamente inesistenti, ancora, le attività di valutazione e analisi sul pubblico potenziale (indagini presso la popolazione, ecc.).[84]
Infine, ancora più occasionale è il ricorso a strumenti di *garanzia e verifica qualitativa* della qualità dei servizi: solo 25 musei sui 170 circa selezionati in Italia

[83] L. Dal Pozzolo, in particolare, ha posto particolare accento sull'importanza strategica di questi strumenti nell'orientare le politiche promozionali e nell'adeguare l'offerta di servizi di visita alle esigenze del pubblico. Molti altri interlocutori nella fase di indagine di campo hanno convintamene rimarcato la necessità di implementare strumenti sistematici di conoscenza del pubblico e dei suoi comportamenti.

[84] All'estero, ma anche in alcune aree del Centro Nord, questionari, indagini e sondaggi rappresentano strumenti di conoscenza del pubblico oramai più che consolidati, in grado di supportare le politiche culturali e le strategie del museo. Due esempi su tutti: gli studi sui comportamenti di visita e sulle preferenze del pubblico del Louvre di Parigi, curati da appositi nuclei di ricercatori interni all'istituzione, e gli studi dell'Osservatorio culturale regionale del Piemonte su pubblico, spesa, comportamenti e soddisfazione dei fruitori culturali. Nei pochi casi rilevati nel Mezzogiorno, queste rilevazioni vengono effettuate dai concessionari dei servizi a scopi di *marketing* commerciale.

dall'indagine Mibac hanno infatti dichiarato di adottare una carte dei servizi e, di questi, solo 9 sono localizzati nel Mezzogiorno.

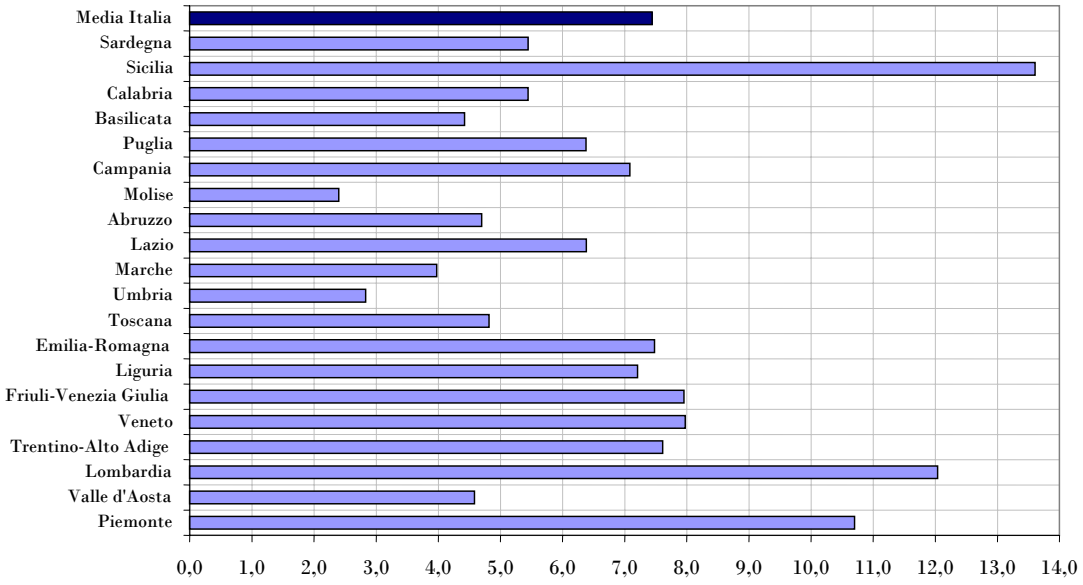
2.2.5. IL PERSONALE DEI MUSEI E DEI LUOGHI DI CULTURA

La composizione e la numerosità del personale impegnato nella gestione museale è un altro degli elementi di grande interesse per analizzare lo stato dell'offerta e le funzioni gestionali dei musei del Mezzogiorno.
Questo aspetto è purtroppo analizzabile con riferimento ai soli musei non statali, dal momento che non esistono rilevazioni estese sul personale dei musei statali.
Una prima lettura dei dati relativi al personale impiegato nelle strutture[85] fa emergere una situazione di apparente omogeneità circa la composizione e la numerosità degli addetti; tuttavia, un'analisi più approfondita dei dati relativi alle singole regioni disegna al Sud uno scenario eterogeneo e offre numerosi spunti di riflessione (fig. 15).
In media, per ogni museo del Mezzogiorno si rilevano 7,5 unità di lavoro impiegate (a vario titolo) nella gestione, un dato in linea rispetto allo standard nazionale (7,4)[86]. Nel Mezzogiorno, tuttavia, vi sono regioni in cui il dato sull'impiego medio raggiunge valori molto elevati, in particolare in Sicilia, dove ogni museo impiega più di 13 addetti, contrapposte ad altri contesti in cui si ha un evidente sottodimensionamento del personale (Molise, Basilicata, Abruzzo, Calabria, Sardegna e, in parte, Puglia). D'altronde, vi sono anche regioni del Centro Nord che, numericamente, scontano una dotazione apparentemente limitata, come l'Umbria, la Toscana e le Marche, ma che vantano notoriamente un'offerta e un capacità organizzativa molto consolidate e avanzate.

[85] Su questo aspetto esiste una quota di mancate risposte più elevata che in altri quesiti, a motivo dell'oggettiva complessità della valutazione in merito al personale effettivamente e direttamente impiegato nella gestione delle strutture.

[86] Il numero medio di addetti potrebbe essere un aspetto non sempre significativo per valutare la gestione di un museo, dal momento che può dipendere da tanti fattori strutturali (dimensioni, collezione, pubblico accolto) tuttavia alcune evidenze empiriche hanno potato ad analizzare questo parametro e, in effetti, sembra confermarsi l'opinione di molti degli intervistati che hanno rilevato in alcuni contesti una organizzazione interna del personale museale non efficiente.

Fig. 16 - Dotazione media di personale per istituto museale non statale (personale dipendente, collaboratori, professionisti, volontari e altro personale)



Fonte: elaborazione su dati Istat.

Per questo è importante osservare la composizione degli addetti museali - interni ed esterni - per posizione e tipo di rapporto di lavoro (tab. 12). Le più evidenti divergenze tra Centro Nord e Mezzogiorno, su questo fronte, si registrano nel peso percentuale del personale dipendente, che nelle Regioni del Mezzogiorno, e in particolare in Sicilia, risulta notevolmente superiore alle medie nazionali.

Tab. 12 - Composizione del personale dei musei non statali per posizione lavorativa e area geografica

Area geografica	Indipendenti	Dipendenti	Collaboratori	Volontari	Professionisti, consulenti	Altro personale	Totale
Centro Nord	7,6%	27,4%	7,0%	44,2%	4,4%	9,1%	100,0%
Mezzogiorno	8,6%	48,5%	5,4%	24,0%	3,3%	9,9%	100,0%
Italia	7,9%	32,9%	6,6%	38,9%	4,1%	9,3%	100,0%

Fonte: elaborazione su dati Istat.

Per contro, nel Centro Nord si rileva un ricorso molto più frequente al volontariato. Su questi aspetti, i rapporti di composizione del personale evidenziano situazioni nettamente opposte: in Sicilia, a ogni volontario corrispondono 9 dipendenti, mentre in gran parte delle regioni del Centro e del Nord il rapporto si inverte, e si arrivano a impiegare fino a 3 volontari ogni 2 dipendenti.
In alcune regioni (Molise, Calabria, Sardegna) vi è inoltre un elevato ricorso ad apporti esterni, da parte di personale autonomo (indipendente), a sostegno di una

dotazione di base che, evidentemente, risulta inadeguata o non adeguatamente sfruttata.[87]

Sul fronte del personale, si è riscontrata nell'indagine di campo presso esperti e operatori una visione pressoché unanime, che identifica nella composizione, consistenza e preparazione della forza lavoro, a pressoché tutti i livelli, alcuni tra gli elementi di maggiore criticità nella gestione culturale, aspetti che, come spesso si è rilevato, peggiorano progressivamente andando verso il contesto meridionale.

Il primo elemento messo in rilievo dagli interlocutori riguarda la consistenza complessiva del personale, in particolare di quello ministeriale, addetto alla gestione dei siti[88]. Gran parte delle Soprintendenze, storicamente, lamenta una carenza strutturale di addetti in grado di sopperire alle vaste funzioni di conservazione, ma soprattutto a quelle – relativamente "nuove" – di valorizzazione di siti, musei e monumenti. Uno degli effetti più evidenti di queste situazioni riguarda la sistematica chiusura di alcune sale o di parte delle collezioni su cui, per carenze di personale di custodia – ricorrendo raramente a strumenti di sorveglianza automatizzati e centralizzati (telecamere, che potrebbero in parte sopperire alle carenze di organico) – le istituzioni non possono garantire adeguata sorveglianza. Meno evidenti, ma altrettanto rilevanti, sono gli effetti di questo quadro sul sottodimensionamento di alcuni servizi (accoglienza, orientamento, pulizia, ecc.).

L'indagine di campo ha poi rilevato[89] come la maggior parte dei musei – anche tra i più importanti – non solo nel Mezzogiorno, non disponga di personale con competenze sufficienti a rispondere alle esigenze di un moderno contenitore destinato alla fruizione pubblica e come in nessun modo le istituzioni siano attrezzate per adeguarsi ai fabbisogni formativi emergenti, in particolare sul fronte dei servizi, dell'accoglienza, dell'orientamento.

Si è da più parti segnalata, su questo punto, l'inadeguatezza del sistema formativo anche nella preparazione delle figure di livello dirigenziale, spesso incapaci di integrare competenze umanistiche con le capacità manageriali necessarie alla gestione di contenitori complessi come quelli museali.[90] Il fiorire di facoltà, corsi di laurea e master in management culturale e gestione, da questo punto di vista, non sembra per ora costituire una risposta adeguata alle esigenze delle istituzioni, peraltro generalmente impossibilitate ad acquisire nuovo personale.

Quest'ultimo aspetto, quello del blocco totale o parziale delle assunzioni che ha caratterizzato molte istituzioni culturali pubbliche, in particolare statali, ha avuto anche l'effetto di generare un progressivo invecchiamento del personale interno,

---

[87] Anche su questo fronte va rimarcata la carenza di informazioni utili a valutare il quadro dell'offerta museale statale, la cui composizione del personale per luogo, competenze e ruoli risulta a tutt'oggi non adeguatamente conosciuta.

[88] Su questo aspetto, tra gli altri, hanno posto l'accento L. Mammoccio (che ha rilevato la sistematica necessità di chiudere, nei musei più grandi, intere sezioni del museo per mancanza di personale) e M.Causi.

[89] S. Settis ha in particolare rilevato come l'offerta formativa e gli strumenti a disposizione non siano affatto adeguati a rispondere alle carenze del sistema culturale.

[90] M. Montella fa notare come la figura dello storico dell'arte o dell'architetto, tradizionalmente deputata a svolgere funzioni dirigenziali nelle istituzioni culturali, non risponde completamente alle esigenze di istituzioni che si trovano a confrontarsi con un pubblico vasto, a operare sul mercato, a gestire risorse e finanziamenti e a perseguire obiettivi di economicità ed efficienza gestionale.

con evidenti problemi di copertura di alcune funzioni, di aggiornamento e motivazione degli addetti e di capacità di accoglienza del pubblico[91].
Il quadro relativo alle amministrazioni periferiche sembrerebbe in condizioni leggermente migliori, per effetto di maggiori gradi di flessibilità nella gestione del personale, ma il peso di questa componente nell'offerta culturale meridionale, come visto, è ancora piuttosto marginale rispetto agli istituti statali.

2.2.6. LE RETI E I SISTEMI

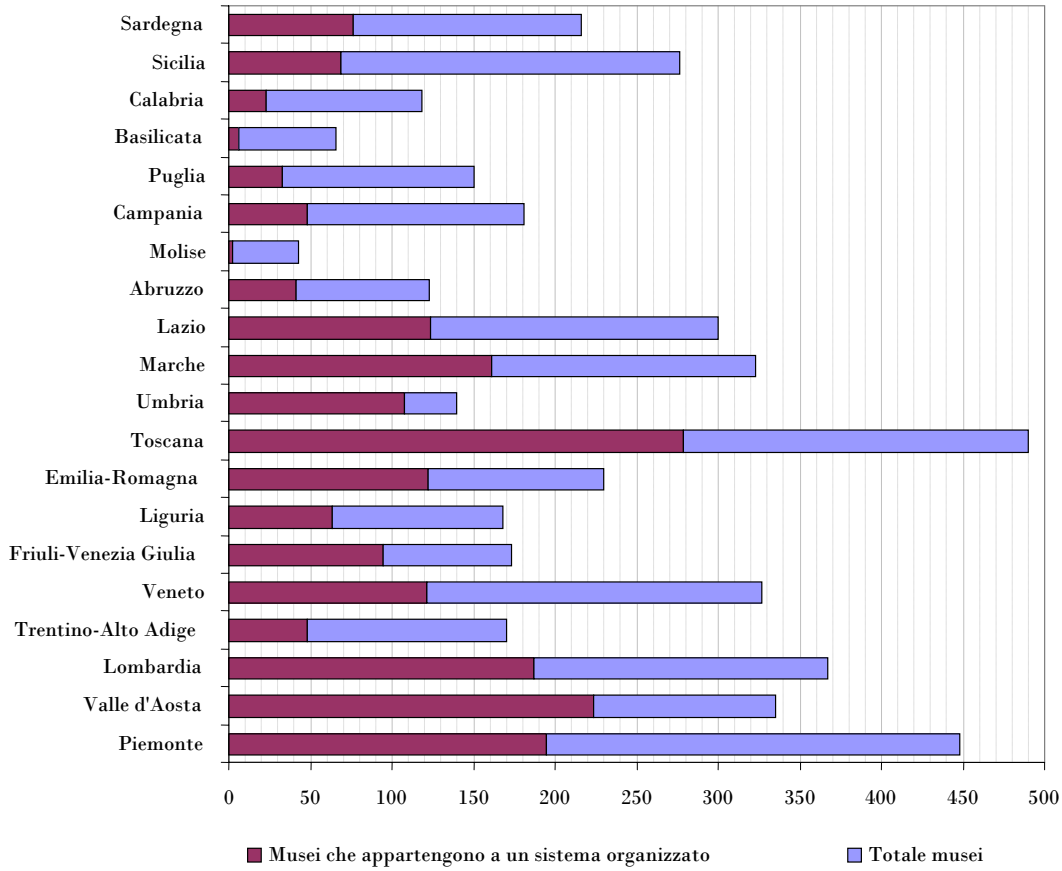
La costruzione di sistemi, reti di musei e siti e altre forme di collegamento e coordinamento di funzioni gestionali tra istituzioni rappresenta una delle dinamiche più importanti nel panorama del settore culturale degli ultimi 20/25 anni. A partire dalle prime iniziative lanciate in Umbria e Toscana a fine anni ottanta, la promozione di forme di integrazione più o meno ampie, strutturate e approfondite, occasionali o consolidate, si è andata diffondendo nelle amministrazioni, soprattutto locali, principalmente come risposta alla estrema frammentazione del patrimonio e delle istituzioni culturali e alla necessità di far convergere e concentrare risorse attorno a progetti e strategie di valorizzazione territoriale sostenibili ed efficaci, riguardanti insiemi di risorse e sistemi di offerta complessi.
Nelle aree in cui hanno avuto maggiore seguito, queste iniziative hanno riguardato soprattutto l'offerta locale (con alcune eccezioni) e la creazione di sistemi museali - regionali, provinciali o d'area – diretti a potenziare le funzioni di valorizzazione in un'ottica integrata e a condividere - creando economie di scala - funzioni, servizi e competenze. In altre aree, in alcuni casi statali, l'integrazione ha preso forme diverse e più elementari, con l'integrazione di alcune isolate funzioni dedicate soprattutto alla promozione e all'offerta al pubblico (biglietti unici, card, ecc.), in altri contesti, la creazione di sistemi è stata resa difficoltosa o poco percorribile da motivazioni istituzionali o territoriali e da una oggettiva limitata attenzione delle *policy* a queste forme di valorizzazione.
Le regioni del Mezzogiorno appartengono generalmente a questa ultima fattispecie, pur con l'eccezione di alcune aree nelle quali si assiste a una progressiva implementazione di iniziative di questa natura nel corso degli ultimi anni.
Gli strumenti informativi a disposizione per analizzare il livello di integrazione del patrimonio culturale e la presenza di sistemi e reti nel Mezzogiorno si ritrovano nelle informazioni raccolte da Istat (per i musei non statali), dal Mibac (per i circuiti museali statali e per i progetti di partnership e collegamenti tra istituzioni statali) e da alcuni studi specifici.
I dati della rilevazione Istat del 2006 (rappresentati in fig. 16) riportano il numero di musei non statali che partecipano a sistemi, reti o progetti di integrazione gestionale. Questi dati confermano la discreta diffusione di queste forme di interrelazione e coordinamento tra istituzioni museali soprattutto al Centro-Nord, a fronte di un evidente divario territoriale con il Sud.

---

[91] Su questo aspetto hanno osservato molte criticità S. Settis, che ha rilevato anche un problema di ricambio generazionale imminente e finora mancato, L. Mammoccio, che ha sottolineato la difficoltà di convivenza tra personale interno e addetti dei servizi al visitatore, G. Marchesi e M. Montella, il quale ha inoltre sottolineato la assoluta carenza di sistemi motivazionali e di formazione e aggiornamento interni alle strutture.

Nelle Regioni del Mezzogiorno l'incidenza di sistemi e reti risulta molto limitata, sia in termini assoluti che rispetto al patrimonio museale accessibile: la media di strutture che ha dichiarato di partecipare a sistemi e circuiti, nel meridione, è pari al 25%. Nel resto d'Italia, in particolare in alcune regioni (Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna, Toscana, Umbria), il tasso di partecipazione a progetti di rete o sistemi risulta nettamente più alto, superando spesso il 50% dei siti[92].
Solo in alcune regioni (Sardegna, Campania, Abruzzo, Sicilia), nel Meridione, seppure a un livello tutt'altro che avanzato, si assiste a processi di integrazione dell'offerta e a un numero crescente di iniziative in tale direzione.

Fig. 16 - Sistemi e reti museali: musei non statali che partecipano a sistemi organizzati (anno 2006)



Fonte: elaborazioni su dati Istat.

I dati e le rilevazioni del Ministero confermano la più ridotta propensione all'integrazione da parte di musei e siti statali. Le forme più diffuse di integrazione che si osservano in questo ambito dell'offerta museale riguardano la creazione di

[92] Si tratta per lo più di forme leggere o momentanee di coordinamento, ma tuttavia forniscono un indicazioni importante della capacità di collaborazione e apertura delle istituzioni culturali. Va rilevata, su questo aspetto, l'osservazione di M. Montella, secondo cui i concetti di sistema e integrazione (intesa come effettiva condivisione di funzioni, creazione di economie di scala, coordinamento di complesse fasi di attività) trovano tuttora in Italia pochi esempi di effettiva applicazione.

circuiti e sistemi di ingresso a bigliettazione unica. Secondo il dato del 2008 del Mibac, gli istituti che prendono parte ai circuiti museali statali sono 69, per un totale di 33 circuiti, di cui 10 localizzati nel Mezzogiorno (7 in Campania, 2 in Puglia, 1 in Sardegna).

Anche stando alla rilevazione campionaria dell'Ufficio studi del Mibac, le iniziative di integrazione gestionale nel comparto statale risultando poco diffuse: pochi tra gli istituti rientranti nel campione dell'indagini dell'Ufficio studi, in particolare nel Mezzogiorno, hanno dichiarato di avere in corso progetti di partenariato con musei e altri istituti di cultura per ricerche, eventi congiunti, incontri, collaborazioni. Forme di gestione integrata con altre amministrazioni[93] (soprattutto Comunali), sono presenti in particolare in Toscana, Lazio e Veneto, mentre nel Mezzogiorno si rilevano solo isolate esperienze (in particolare in Campania).

Ulteriore conferma di questo quadro, un recente studio della Scuola Normale Superiore di Pisa[94] ha analizzato lo stato di avanzamento dei progetti di sviluppo dei sistemi museali in 15 Regioni italiane, rilevando come, nelle 5 regioni del Sud indagate (Abruzzo, Calabria, Campania, Molise, Puglia), sia lo stato della normativa (in molti casi non aggiornata o ispirata alle logiche di altre regioni del Centro -Nord[95]), sia soprattutto quello dell'attuazione dei sistemi risulti perlopiù ancora lungi dall'effettiva implementazione. Le poche iniziative attivate o in fase di consolidamento riguardano la promozione di accordi per la bigliettazione (Artecard) o la sporadica promozione di sistemi territoriali locali, soprattutto nella forma di itinerari e percorsi culturali e turistici.

---

93 Finalizzate ad accordi sullo scambio di collezioni, servizi in comune, iniziative promozionali, ecc.

94 Il progetto (Laboratorio per l'Analisi, la Ricerca, la Tutela, le Tecnologie e l'Economia per il Patrimonio Culturale - LARTTE, 2007) costituisce un primo esito di una indagine sulle politiche delle Regioni italiane a statuto ordinario per la sperimentazione e lo sviluppo dei sistemi museali. La ricerca ha preso in esame la normativa e gli atti di programmazione adottati a livello regionale per la progettazione e la regolamentazione di sistemi museali.

95 Lo studio rileva in particolare come alcune regioni abbiano ispirato le proprie normative in materia di sistemi alle regioni del Centro più avanzate, talvolta senza tener conto delle specificità territoriali o istituzionali in si interveniva.

3. ANALISI DELLA DOMANDA

3.1. INTRODUZIONE

In questa analisi, così come è stato fatto per ricostruire lo scenario competitivo dell'offerta, si mira a rappresentare in maniera sintetica e sistematica la domanda culturale del Mezzogiorno, cercando di coglierne gli aspetti più significativi e rappresentativi, tenendo sempre a riferimento il tema dello sviluppo dei Poli di eccellenza museale. L'obiettivo è quello di delineare una serie di "caratteri" della domanda culturale del Mezzogiorno e di verificarne tendenze territoriali, tipologie, vocazioni, motivazioni e dinamiche temporali utili a supportare la predisposizione di strategie e azioni di breve, medio e lungo periodo per lo sviluppo di un sistema Meridionale strutturato e accogliente.
Realizzare una lettura critica delle dinamiche della domanda culturale, in particolare museale, rivolta al patrimonio del Mezzogiorno, rappresenta un esercizio complesso, in ragione della grandissima ampiezza del patrimonio che - come s'è visto - caratterizza l'area e della grande eterogeneità delle tematiche e delle variabili che incidono sulle preferenze del pubblico e sulle motivazioni di visita, in gran parte non rilevabili nella disponibilità tradizionale di informazioni e dati.
Le fonti utilizzate sono a grandi linee analoghe a quelle precedentemente illustrate sul quadro dell'offerta. Lo studio dei macro-fenomeni di domanda (numero e tipo di visite, spesa del visitatore e principali componenti) si basa sulla banca dati costruita a partire dalle fonti informative Istat e Ministero dei Beni e delle Attività culturali, che permette di rappresentare le dinamiche della domanda riferita ai musei, aree archeologiche e monumenti statali, e quella legata alle strutture espositive, ai monumenti e alle altre risorse di risorse culturali (chiese, fortificazioni, architetture, ecc.) - di proprietà pubblica e privata - locali.
In merito a questi dati, rispetto a quanto affermato all'inizio del testo, occorre precisare alcuni aspetti relativi alle modalità di realizzazione delle indagini che incidono sull'esito e sulla significatività e utilizzabilità di alcuni dati. L'indagine Istat sul patrimonio non statale - come noto - ha avuto a oggetto un insieme estremamente *eterogeneo* di beni, contenitori e luoghi. Questa notevole eterogeneità e consistenza ha potuto generare, in alcuni casi, delle anomalie (apparenti o effettive)[96] classificatorie e di dati.
In alcuni casi, queste anomalie hanno riguardato il regime giuridico delle istituzioni[97], in altri casi le motivazioni di visita[98], in altri le dinamiche complessive

[96] Ci si riferisce, in particolare, all'inclusione nell'indagine di alcuni luoghi "atipici" rispetto alla classificazione museale tradizionale delle indagini Mibac-Sistan, quali chiese ed edifici di culto (solo in parte musealizzati), monumenti ed edifici di interesse storico-artistico. L'inclusione di tali siti nel panorama di statistiche museali ha generato più di un problema in merito ad attendibilità dei "numeri" forniti, effettiva motivazione culturale delle visite registrate, completezza e sovrapposizione dei dati.

[97] Il caso più evidente è quello del patrimonio ecclesiastico in Toscana, che figura in buona parte come privato (non ecclesiastico) in quanto affidato in gestione a "Fabbricerie" (enti laici ecclesiastici che provvedono alla conservazione e mantenimento dei beni dei luoghi sacri formalmente definiti come soggetti privati).

di pubblico[99]. Laddove tali "aporie" hanno coinvolto beni di grande rilievo attrattivo[100], e il dato finale avrebbe potuto risultarne fortemente condizionato, si è ritenuto opportuno per consentire una lettura più verosimile o coerente delle informazioni, operare alcune correzioni (isolando le potenziali distorsioni).

Così come è avvenuto per l'analisi dell'offerta, alcuni aspetti specifici della domanda sono stati analizzati solo con riferimento a una quota del patrimonio disponibile (alternativamente statale o non statale, a seconda del livello di approfondimento delle relative fonti) e facendo ricorso a dati e fonti specifiche.[101]

L'analisi della domanda, oltre a rilevare le dinamiche e le caratteristiche del pubblico museale del Mezzogiorno, si è occupata di analizzare le principali componenti della domanda potenziale – in particolare quella turistica - e le relative caratteristiche strutturali ed evolutive, al fine di trarre indicazioni utili a formulare ipotesi e scenari di sviluppo della domanda per la valorizzazione (non solo dei Poli di eccellenza). Per questi aspetti, oltre alle statistiche settoriali (turismo, demografia, ecc.), sono stati presi in considerazione studi, analisi e pubblicazioni di settore (Touring Club Italiano, MIBAC, SVIMEZ, ecc.)[102].

Un apporto informativo fondamentale, infine, è arrivato dalle interviste e indagini di campo, che hanno toccato vari temi e aspetti legati a dinamiche, caratteristiche e prospettive di domanda. Tra gli aspetti maggiormente evidenziati, peraltro, va qui citata la strutturale carenza complessiva del panorama informativo del settore, che – secondo l'opinione ampiamente confermata dall'esperienza – "poco si conosce e poco si autoanalizza".[103]

---

98 In alcuni casi, l'inserimento di edifici di culto potrebbe generare dubbi sull'effettiva motivazione culturale delle visite.

99 La presenza di alcuni siti di grande frequentazione, non solo (o non esclusivamente) culturale, ha generato delle evidenti aporie sui flussi complessivi di pubblico rilevati.

100 È il caso del Santuario Pontificio della Beata Vergine del Rosario di Pompei, che espone una collezione diocesana. Pur non rivestendo una enorme rilevanza "artistica", il museo, come riflesso dei grandissimi flussi di natura religiosa che si recano al Santuario ogni anno, risulta come il sito più visitato in Italia nel 2006 (4,2 mln). Anche in Toscana si è rilevata la presenza di alcuni siti, tra i più visitati in Italia (Campanile di Giotto e S.M. degli Angeli a Firenze, Battistero di Pisa, ecc.), che figurano come enti privati, con flussi che solo in parte sono riconducibili a fruizione culturale effettiva.

101 In termini di evoluzione temporale, ad esempio, si potrà fare riferimento all'intero patrimonio solo per il breve periodo (triennio 2004-2006, periodo di osservazione dell'indagine sul patrimonio non statale), mentre per un'analisi di medio e lungo periodo si farà ricorso soprattutto ai dati sul patrimonio museale statale, per il quale si dispone di una serie storica sufficientemente estesa.

102 Op. cit.

103 Le diverse interviste hanno posto particolare attenzione alla mancanza nel sistema italiano, con poche eccezioni, di una cultura della valutazione e della conoscenza dei fenomeni. Tra gli altri, L. Dal Pozzolo, A Bollo, M.V. Marini Clarelli, L. Solima hanno messo in rilievo l'importanza strategica di studiare i flussi di visita, analizzare le componenti di pubblico, sia a livello territoriale – a fini di policy pubbliche – che di singola istituzione museale – a fini di marketing e politiche *ad hoc* del museo (A. Bollo faceva notare come il Louvre disponga di un ufficio studi di almeno 6/7 dipendenti – e di predisporre adeguati strumenti e sedi a tal uopo dedicate (quello degli Osservatori culturali è del resto un tema di riflessione settoriale da qualche anno).

3.2. CARATTERISTICHE GENERALI DELLA DOMANDA CULTURALE E MUSEALE DEL MEZZOGIORNO

Secondo i dati raccolti, il patrimonio museale italiano (statale, non statale e privato), nel 2006, ha totalizzato complessivamente circa 96,3 milioni di visite, per la maggior parte a pagamento (52,8%).[104]

Tab. 13 - Visite nei musei statali e non statali per regione – anno 2006

Regione	Visite		
	a pagamento	gratuite	totali
Piemonte	2.371.729	2.264.183	4.906.092
Valle d'Aosta	207.594	151.577	359.171
Lombardia	4.111.237	2.582.724	6.620.347
Trentino-Alto Adige	1.846.106	844.352	2.653.133
Veneto	6.623.825	1.977.254	8.432.312
Friuli Venezia Giulia	658.155	4.519.154	5.099.177
Liguria	386.685	688.222	1.049.022
Emilia Romagna	1.561.125	2.453.217	4.523.251
Toscana	14.291.615	6.093.632	20.158.785
Umbria	1.051.106	472.042	1.515.237
Marche	829.742	804.586	1.750.570
Lazio	6.803.550	7.562.003	14.335.409
Abruzzo	193.492	476.417	669.909
Molise	22.429	81.463	103.892
Campania	5.036.251	9.119.267	13.714.815
Puglia	624.183	777.478	1.405.008
Basilicata	77.358	308.876	380.734
Calabria	327.286	981.263	1.278.549
Sicilia	2.874.006	2.305.401	5.956.978
Sardegna	946.421	556.847	1.450.254
Nord	17.766.456	15.480.683	33.642.505
Centro	22.976.013	14.932.263	37.760.001
Mezzogiorno	10.101.426	14.607.012	24.960.139
Italia	50.843.895	45.019.958	96.362.645

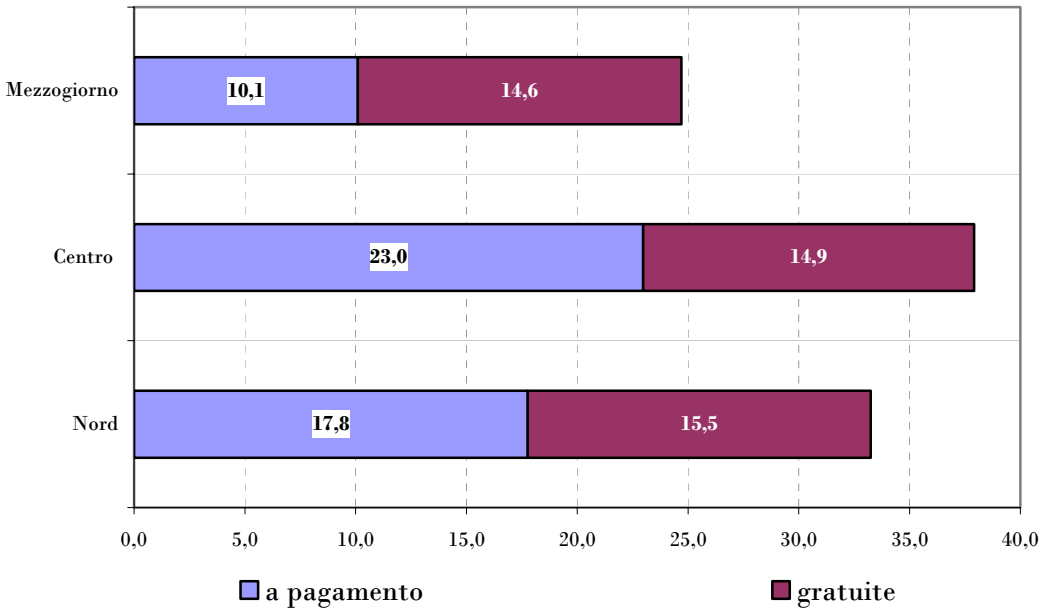
Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Le Regioni del Mezzogiorno hanno attirato circa il 26% di questo flusso, pari a quasi 25 milioni di ingressi nel 2006, di cui 10,1 milioni a pagamento. Rispetto al resto del territorio italiano, le visite gratuite rivestono un peso nettamente superiore, per la presenza di molti siti (in particolare ecclesiastici) a ingresso gratuito[105] (vedi fig. 17). Analizzando i soli musei, le aree archeologiche e i monumenti di proprietà statale, in effetti, si assiste a una maggiore omogeneità di valori, con un peso solo lievemente maggiore delle gratuità nel Mezzogiorno dovuto all'incidenza delle aree archeologiche (spesso a ingresso libero) e alla consistenza dei flussi di scolaresche che si dirigono preferenzialmente su questi siti.

[104] Dovendo operare un confronto internazionale (vedi L'Annuario della cultura e del turismo del TCI – op. cit.), come sempre molto parziale per via di problemi definitori e di universo statistico, questo dato porrebbe l'Italia al secondo posto in Europa per numero di visitatori, dopo la Germania che, secondo dati 2005, arriva a superare i 100 mila visitatori (i dati relativi a Francia e Spagna, rispettivamente 40 e 50 milioni di visite, si riferiscono a dati meno recenti e non completi).

[105] Il Santuario di Pompei è visitabile gratuitamente.

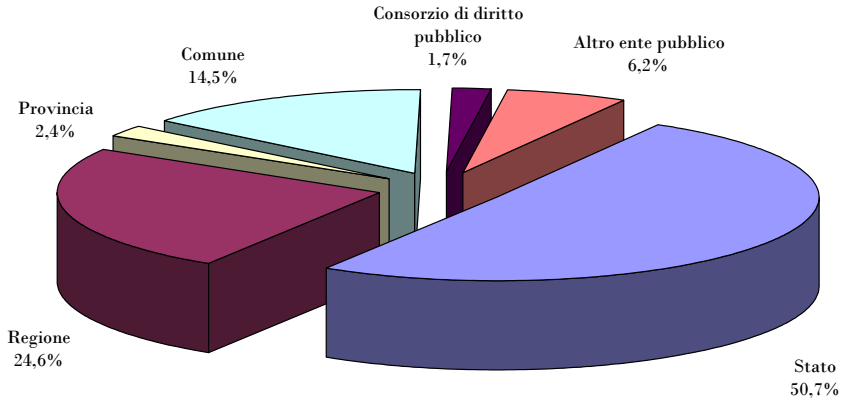
Fig. 17 – Visite museali per area geografica
(milioni di visite, anno 2006)



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Il 68% circa della domanda del Mezzogiorno, pari a circa 16,9 milioni di visite l'anno (fig. 18), si rivolge a strutture di proprietà pubblica (percentuale in linea con la media nazionale). Poco più della metà di queste converge su musei e siti statali. I siti regionali assolvono un ruolo rilevante solo in Sicilia, dove attirano più di 4 milioni di visitatori, pari al 25% della domanda in strutture pubbliche. Il restante flusso si concentra soprattutto nei musei e siti comunali, che tuttavia rivestono un peso, in termini di domanda, nettamente inferiore che nel resto d'Italia.

Fig. 18 - Visitatori dei musei e luoghi di cultura pubblici del Mezzogiorno per figura giuridica (n. visitatori totali, anno 2006)

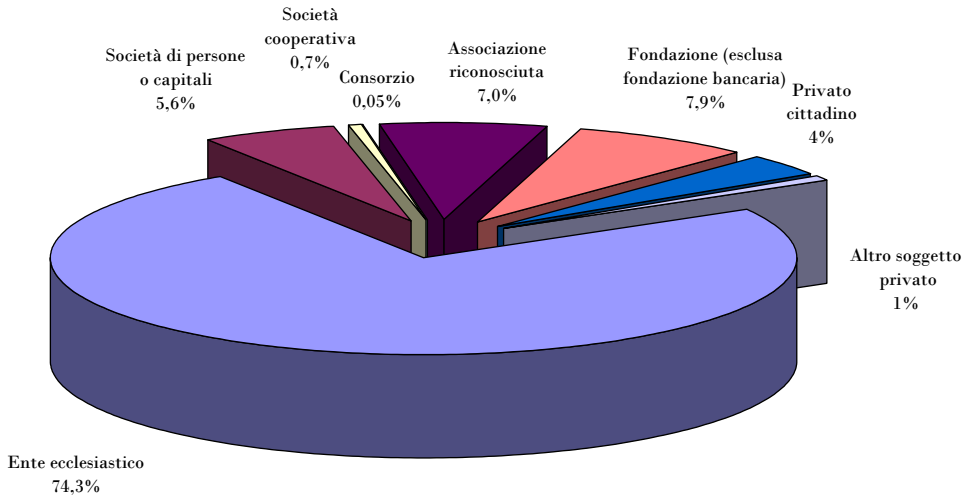


Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Per quanto riguarda i siti e i musei privati, 3/4 della domanda rilevata nel Mezzogiorno riguarda luoghi ecclesiastici, mentre una quota più ridotta si riferisce a luoghi e siti gestiti attraverso forme societarie, consorzi, fondazioni e simili (fig. 19). Le forme gestionali alternative al controllo pubblico diretto o alla proprietà privata rivestono, come già si era evidenziato, un ruolo ancora marginale nel Meridione, e ciò si riflette anche nella distribuzione del pubblico: al Nord Italia, infatti, queste forme gestionali, più frequenti, accolgono quasi il 20% della domanda culturale complessiva (a fronte di una media, nel Meridione, del 7%)[106].

[106] Il peso di queste formule, in termini di domanda, è ancora inferiore nelle regioni del Centro dove soprattutto i grandi attrattori del Lazio e della Toscana sono gestiti dallo Stato o da enti locali.

Fig. 19 - Visitatori dei musei e luoghi di cultura privati del Mezzogiorno per figura giuridica (n. visitatori totali, anno 2006)



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

La domanda culturale nel Mezzogiorno assume complessivamente dimensioni più limitate che nel resto d'Italia (tab. 13). La Campania è l'unica regione in grado di "competere", per numero di visite[107], con le grandi mete del turismo culturale nazionale: in particolare il Lazio e la Toscana[108]. La Sicilia, nel 2006, ha totalizzato quasi 6 milioni di visite.[109]

Vi sono poi Regioni come Puglia, Calabria e Sardegna, che pur potendo vantare mete turistiche e attrattive culturali di notevole rilievo nel proprio territorio non raggiungono il milione e mezzo di visite annue.

L'Abruzzo è in una posizione intermedia, mentre Basilicata e Molise complessivamente attraggono meno di 500 mila visitatori museali nel proprio territorio.

Analizzare le distribuzione territoriale e le tipologie di beni e siti verso cui si dirige la domanda di fruizione culturale è utile non solo a fare un quadro delle aree in cui si concentrano le risorse maggiormente attrattive e delle principali "vocazioni" del settore culturale meridionale, ma anche a evidenziare le aree del Paese in cui, a partire da un patrimonio culturale rilevante, le politiche di valorizzazione hanno avuto una maggiore efficacia e impatto.

Nel corso degli ultimi 20/25 anni, alcune regioni del Centro-Nord (Toscana, Umbria, Emilia Romagna, Marche) hanno avviato - in misura maggiore di altre - estese campagne di recupero e valorizzazione del patrimonio culturale,

[107] Il volume di fruizione della Campania risulta però fortemente influenzato dal dato del Museo Diocesano del Santuario della Madonna di Pompei, come detto.

[108] Sommando le visite di Lazio, Toscana e Campania si supera il 50% della domanda nazionale.

[109] Le due regioni più attrattive, messe insieme, attraggono quasi 20 milioni di visitatori, pari a circa l'80% del flusso che si rivolge ai luoghi di cultura dell'area meridionale, a conferma dell'estrema concentrazione dei flussi.

accompagnate da consistenti impegni economici e dalla formulazione di strategie complesse di medio-lungo termine (ispirate a sistemi territoriali, elevata integrazione di progetti e funzioni, creazione di reti, sostenibilità economica degli interventi programmati, ecc.). L'esito di tali impegni è riflesso in maniera piuttosto evidente nella rappresentazione grafica in fig. 20, che raffigura una notevole concentrazione di domanda in queste regioni dove la fruizione culturale, oltre a raggiungere volumi consistenti, presenta infatti un'ampia diffusione territoriale.

In altre regioni, pur in presenza di elevati livelli di domanda, al cospetto di importantissimi poli di eccellenza museale e culturale (Lazio, Lombardia e Veneto in particolare), non è possibile riscontrare altrettanto marcati caratteri diffusivi.

Fig. 20 - Visitatori di musei, monumenti e altri luoghi di cultura per comune (anno 2006)

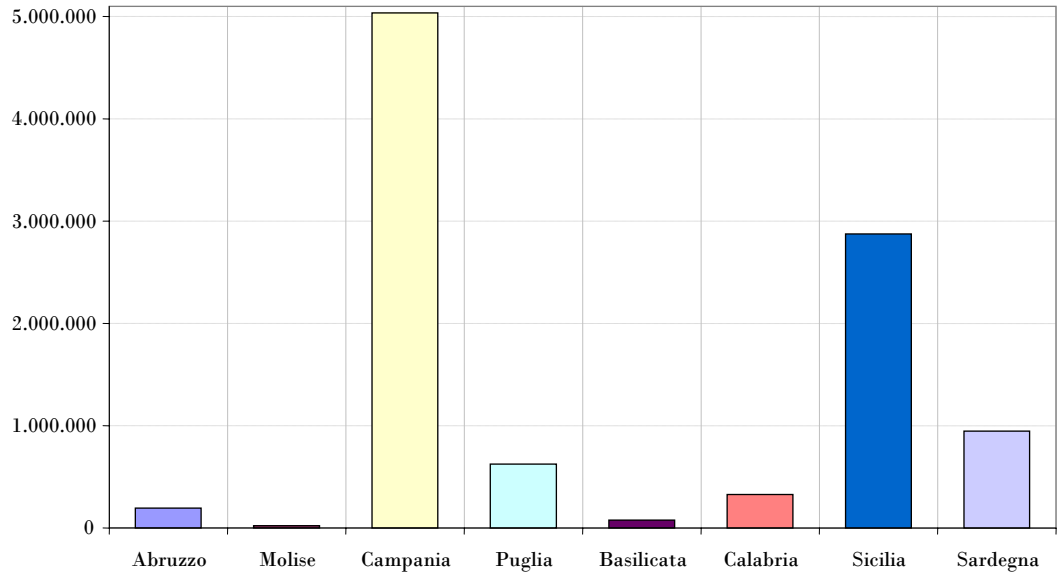
Figura 20

Dati 2006 - Elaborazione su dati ISTAT/MIBAC

Nel Mezzogiorno, la distribuzione dei flussi di visita sul territorio risulta tutt'altro che uniforme. In gran parte delle regioni, infatti, si rilevano ampie aree di

affluenza bassa o nulla, in Puglia, parte della Sicilia e della Sardegna si ha una distribuzione policentrica, con varie aree di concentrazione che, comunque, non celano ampie zone di vuoto.

Fig. 21 - Domanda culturale a pagamento nelle Regioni del Mezzogiorno (n. visite, anno 2006)

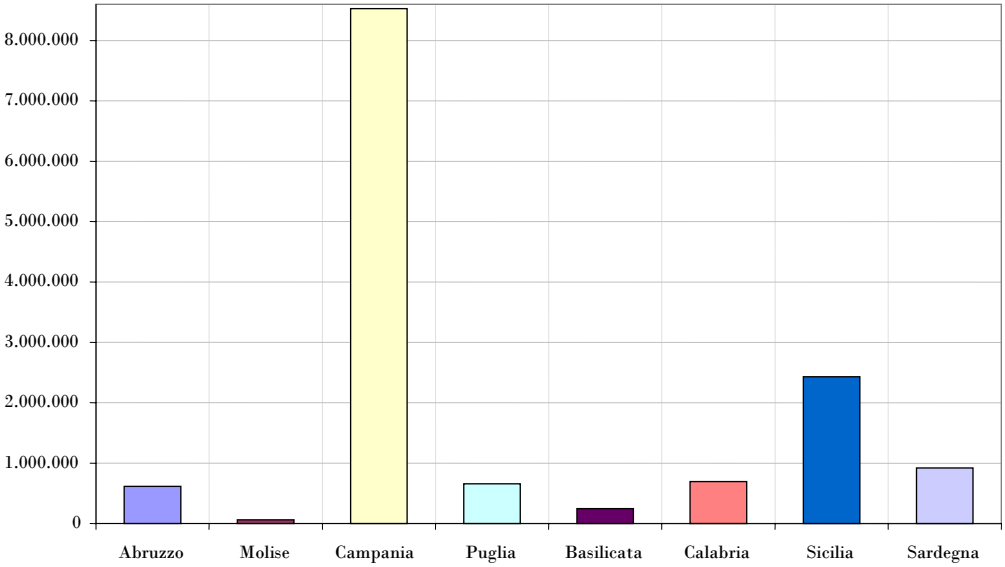


Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

I dati appena esposti si riferiscono ai flussi di visita totali e, come accennato in premessa, nascondono alcune aporie. Il grafico relativo alle sole visite a pagamento (fig. 21), permette di "depurare" parte dei dati anomali (in alcuni casi palesemente distorti) e mostra una distribuzione più equilibrata sia tra le regioni più attrattive (Campania e Sicilia), sia tra alcune delle "minori" (Puglia, Basilicata, Calabria e Abruzzo). Il quadro complessivo, tuttavia, rimane pressoché immutato e riflette piuttosto fedelmente i divari messi in luce dall'analisi dell'offerta.

La distribuzione della domanda, ovviamente, dipende in buona parte dalla composizione e dalla tipologia del patrimonio e dei siti che - come visto in precedenza - presentano caratteri peculiari in ciascuna area geografica e Regione.

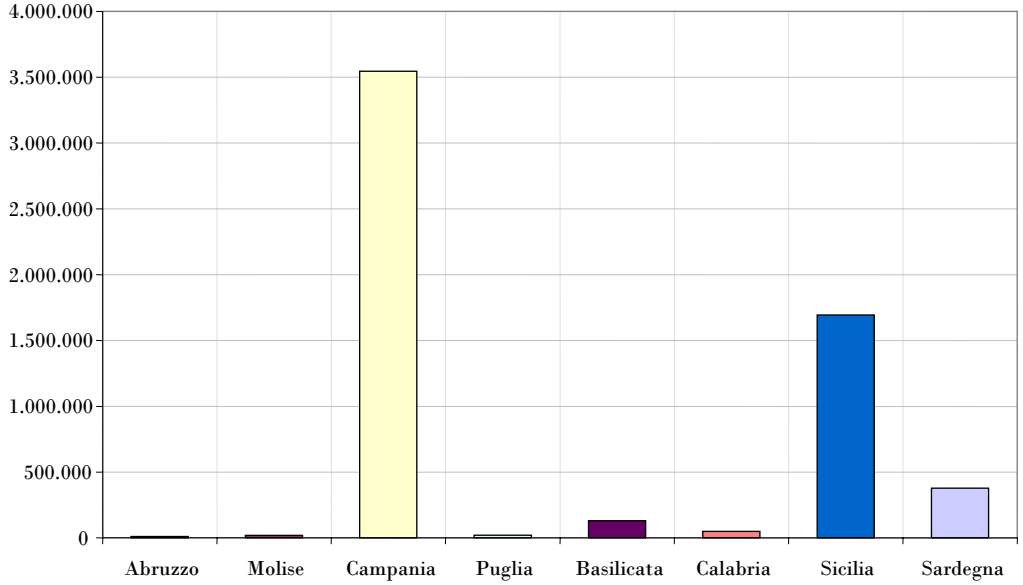
Fig. 22 - Visitatori nei Musei del Mezzogiorno
(anno 2006)



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

I musei (escluse aree archeologiche, siti e altri luoghi), nel Mezzogiorno, registrano un volume di 14,2 milioni di visite (fig. 22), il 70% delle quali a titolo gratuito (percentuale che scende al 58% se si escludono le visite gratuite del Santuario di Pompei). La Campania è la Regione in cui si concentra il flusso si più consistente di pubblico (oltre 4,2 milioni escluso il Santuario di Pompei), seguita dalla Sicilia, con poco meno di 2,5 milioni, e dalla Sardegna (circa 900 mila visite). In Basilicata, a fronte di un volume complessivo di pubblico piuttosto limitato, i musei mostrano però una discreta capacità attrattiva (in termini relativi).

Fig. 23 - Visitatori nelle Aree archeologiche per regione (anno 2006)



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

La domanda riferita ad aree archeologiche e parchi assume un peso relativo nettamente superiore, nel Mezzogiorno. Nel 2006, circa 5,8 milioni di persone hanno visitato le aree e i parchi archeologici del Mezzogiorno (fig. 23), in gran parte, come detto, a titolo gratuito.

Tab. 14 - Domanda culturale del Mezzogiorno per tipologia di sito visitato (anno 2006)

Regioni	Musei		Aree archeologiche		Altre risorse	
Abruzzo	614.488	6%	10.738	0%	44.683	1%
Molise	62.241	1%	18.876	0%	22.775	0%
Campania (*)	4.328.150	43%	3.545.656	61%	1.641.009	33%
Puglia	659.860	7%	21.074	0%	724.074	15%
Basilicata	246.822	2%	129.752	2%	4.160	0%
Calabria	693.380	7%	50.039	1%	535.130	11%
Sicilia	2.429.396	24%	1.692.418	29%	1.835.164	37%
Sardegna	921.010	9%	376.740	6%	152.504	3%
Mezzogiorno	9.955.347	100%	5.845.293	100%	4.959.499	100%

(*) Esclusi visitatori Museo del Santuario di Pompei.
Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

In Campania, dove si registrano più di 3,5 milioni di visite l'anno (tab. 14), la domanda archeologica risulta concentrata in poche aree,[110] lasciando ampi spazi

[110] Nel corso dell'indagine di campo, numerosi interventi (tra gli altri, lo stesso Soprintendente P. Guzzo,) hanno rimarcato il tema dell'eccessiva congestione di alcuni siti, in particolare, nel Sud, degli scavi di Pompei, la cui

"vuoti"; in Sicilia si registrano circa 1,7 milioni di visite, con una diffusione territoriale, come detto, più ampia (policentrica). Le aree archeologiche localizzate nelle altre regioni, per contro, attraggono volumi di pubblico molto più limitati, nonostante la presenza di risorse dal valore storico-culturale universalmente riconosciuto[111].

Le altre "tipologie" di siti raccolgono complessivamente quasi 5 milioni di visite l'anno. Tra queste figurano risorse storiche, artistiche e culturali di varia natura[112] tra cui va evidenziata, in Puglia, la presenza di castelli e edificazioni fortificate che attraggono ogni anno flussi molto rilevanti di turisti e visitatori, soprattutto nelle aree costiere. Da notare anche il ricchissimo patrimonio architettonico di edifici, ville, palazzi storici e giardini, prevalentemente racchiuso in alcune grandi città del Sud, che attrae però "solo" 1,7 milioni di visite l'anno, per lo più gratuite.[113] Vi sono poi le chiese e gli edifici ecclesiastici, che tuttavia rappresentano una quota minoritaria del patrimonio e del pubblico effettivamente diretto a questi luoghi (molte delle chiese figurano come musei, laddove presente una collezione o esposte opere di rilievo).

A prescindere dalla forma e dal contenitore in cui sono fruite, nel Meridione, le risorse e le collezioni a carattere archeologico attraggono comunque circa la metà (se si escludono i luoghi non propriamente "culturali") della domanda complessiva. Nel 2006, più di 9,1 milioni di visite hanno riguardato i 364 siti, aree e musei archeologici presenti nel Mezzogiorno e accessibili al pubblico, per una media di circa 25 mila visitatori per sito (tab. 15).

Del resto, come si è avuto modo di evidenziare in precedenza, la presenza di testimonianza archeologiche diffuse costituisce un carattere saliente di tutto il territorio meridionale, e rimanda al forte legame rappresentativo dell'offerta culturale rispetto alla storia dei luoghi.

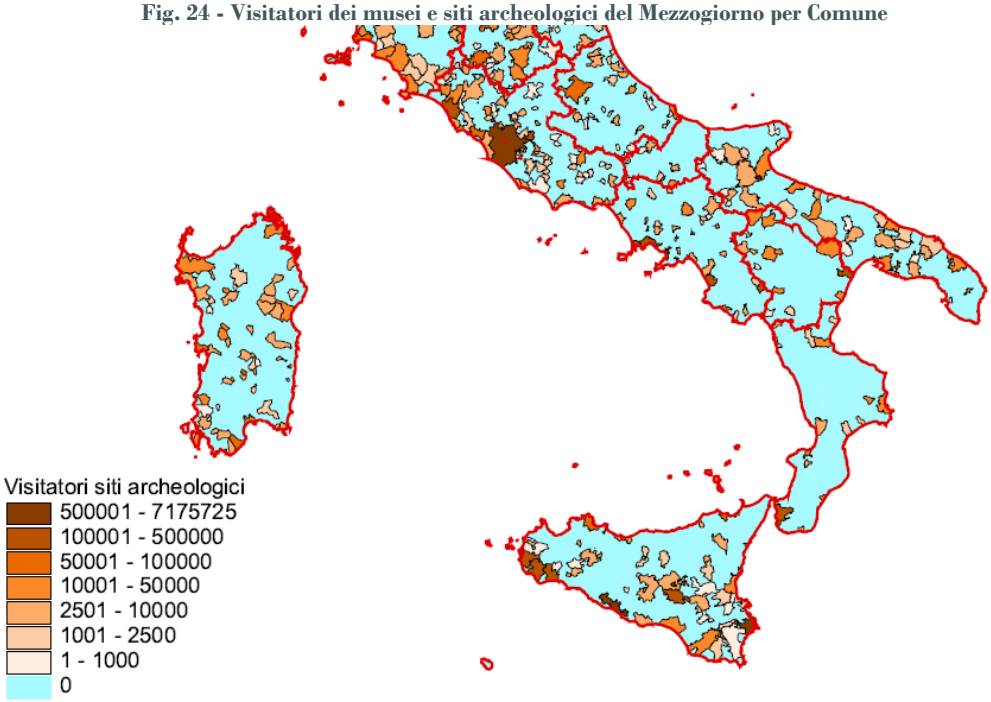
estensione pone seri problemi di vigilanza e controllo sui flussi, tali da non permettere l'accesso del pubblico a numerose *insulae*.

111 Solo per citare un esempio tra i più rilevanti, S. Settis indica il Museo Archeologico Nazionale di Taranto come uno dei primissimi musei al mondo per importanza della collezione esposta (e nei depositi).

112 In alcuni casi, tra le risorse classificate come "Altre risorse" figurano (erroneamente) anche musei, antiquarium, siti archeologici (ad esempio il teatro antico di Taormina). Il dato relativo alle tipologie di siti, come detto, è forse quello che maggiormente risente della natura provvisoria dei dati pubblicati.

113 Anche in questo caso si è in presenza di un dato apparentemente distorto, in quanto l'elenco di beni censiti nella categoria "edifici di interesse storico-artistico" non racchiude alcune importantissime testimonianze architettoniche e storiche (censite come musei o altro).

Fig. 24 - Visitatori dei musei e siti archeologici del Mezzogiorno per Comune



In Campania, dove si concentra circa la metà dei visitatori archeologici dell'intero Mezzogiorno, si arriva a una media per sito di circa 63.200 visite l'anno (che, ovviamente, è fortemente influenzata dal dato di Pompei, il sito archeologico più visitato in Italia insieme al complesso Colosseo-Palatino). Praticamente tutte le regioni del Meridione (con la parziale eccezione del Molise, dove però sono in corso interventi che puntano a valorizzare alcune importanti aree di scavo e musei)

dispongono di aree o musei archeologici in grado di attrarre discreti flussi di visita ma che, ancora, lasciano scoperti ampi margini di crescita.

Tab. 15 - Visitatori nei musei e siti di interesse culturale statali e non statali per tematica espositiva

Regione	Archeologia	Arte	Demoetno antropologico	Natura/ Scienza/ tecnica	Storia	Altro	n.c.	Totale
Abruzzo	165.589	291.888	45.207	59.885	70.270	28.470	8.600	669.909
Molise	25.069	35.916	9.500	600	18.060	11.747	3.000	103.892
Campania	4.552.988	3.628.259	106.132	161.129	92.234	5.014.113	159.960	13.714.815
Puglia	195.882	592.191	82.065	67.918	2.411	425.953	38.588	1.405.008
Basilicata	296.350	23.620	30.163	10.000	7.941	7.800	4.860	380.734
Calabria	347.260	274.519	45.845	9.570	45.272	72.503	483.580	1.278.549
Sicilia	2.888.600	877.974	166.762	146.168	175.275	132.008	1.570.191	5.956.978
Sardegna	628.436	268.911	226.394	38.083	163.760	64.697	59.973	1.450.254
Nord	2.733.504	18.407.359	1.448.521	2.045.393	2.111.599	4.122.508	2.773.621	33.642.505
Centro	9.149.464	21.245.029	374.888	801.298	1.828.228	1.136.912	3.223.532	37.759.351
Mezzogiorno	9.100.174	5.993.278	712.068	493.353	575.223	5.757.291	2.328.752	24.960.139
ITALIA	20.983.142	45.645.666	2.535.477	3.340.044	4.515.050	11.016.711	8.325.905	96.361.995

Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Meno rilevante, fatta parziale eccezione per la Campania, è la capacità attrattiva dei luoghi d'arte (musei e siti d'arte varia: classica, moderna, contemporanea, pinacoteche, spazi espositivi, ecc.).[114] Il pubblico dei musei d'arte, nel Meridione, registra in quasi tutti i contesti regionali meridionali livelli ridotti di affluenza. In Sicilia e in Puglia, dove si rilevano i maggiori volumi di visitatori (dopo la Campania), la domanda assume dimensioni comunque molto contenute rispetto al resto del territorio nazionale. In effetti, a fronte di una media di più di 30 mila visite in media per sito, i luoghi d'arte del Mezzogiorno arrivano solo di poco a superare le 15 mila visite (fig. 25).

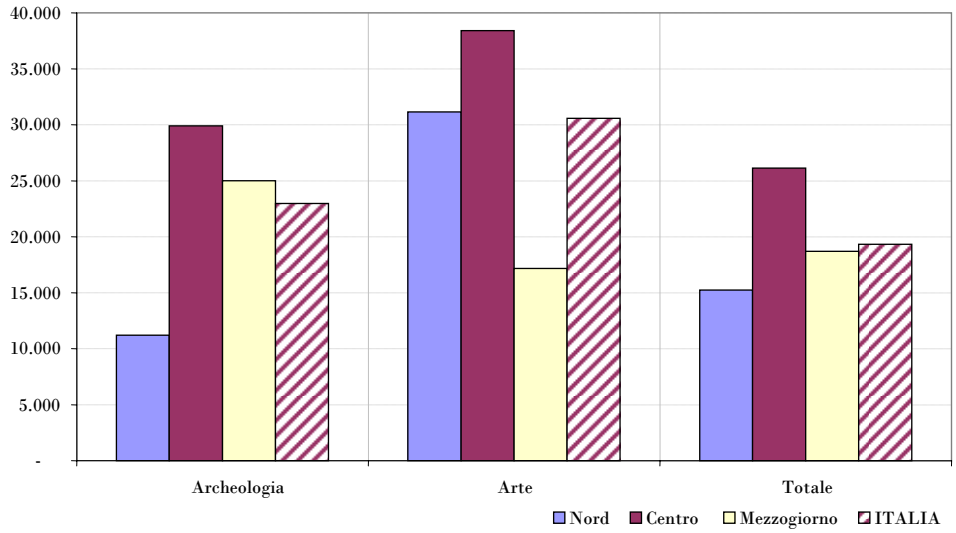
L'aspetto legato alla preponderanza del tema archeologico su tutti gli altri, così come la carenza di luoghi di interesse artistico, fatta eccezione per alcune grandi città del Sud, è un aspetto che del resto si è avuto modo di sottolineare, riportando testimonianze e valutazioni da parte dei testimoni intervistati e i dati relativi alla domanda sembrano rafforzare e "qualificare" tali considerazioni.

Il sistema di musei d'arte classica e contemporanea, nel Mezzogiorno, risulta infatti ancora poco valorizzato - come visto nell'analisi dell'offerta - e le strutture esistenti non sono quasi mai in grado di attrarre flussi di visitatori di dimensioni rilevanti. Gli unici luoghi non archeologici in cui si riscontrano discreti livelli di concentrazione di pubblico riguardano risorse di interesse storico-artistico che non assumono la veste di un vero e proprio museo, ma piuttosto quella di "luoghi", edifici e aree monumentali (sono spesso "musei di se stessi") e che presentano un forte carattere simbolico[115].

[114] Gli esiti del processo di espansione dell'offerta di istituzioni d'arte moderna e contemporanea registrato nel corso degli ultimi anni soprattutto in alcune zone del Sud (Napoli, Basilicata, Puglia, ecc.), non registrabili dai dati del 2006, non dovrebbe comunque avere modificato di molto un panorama di effettiva criticità.

[115] Si veda, a questo proposito, quanto argomentato nella parte relativi alla classificazione del patrimonio in tipologie museali.

Fig. 25 - Media visite per struttura per tematica espositiva (n. visite / strutture censite; anno 2006)



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Anche il patrimonio archeologico, del resto, che in particolare al Sud riscuote notevole "favore di pubblico", si trova e si visita soprattutto in aree all'aperto, parchi e complessi non museali, luoghi originari che, di conseguenza, conservano un grande legame con il territorio circostante, legame che solo in minima parte si riflette nei comportamenti di visita e nei comportamenti dei turisti che si recano in queste aree. Scorrendo l'elenco dei siti più visitati del Mezzogiorno (tab. 16), si confermano in effetti i tratti di un'offerta che si compone soprattutto di temi archeologici, siti all'aperto e contenitori museali atipici.

Tab. 16 – Visite nei principali luoghi di cultura statali del Mezzogiorno

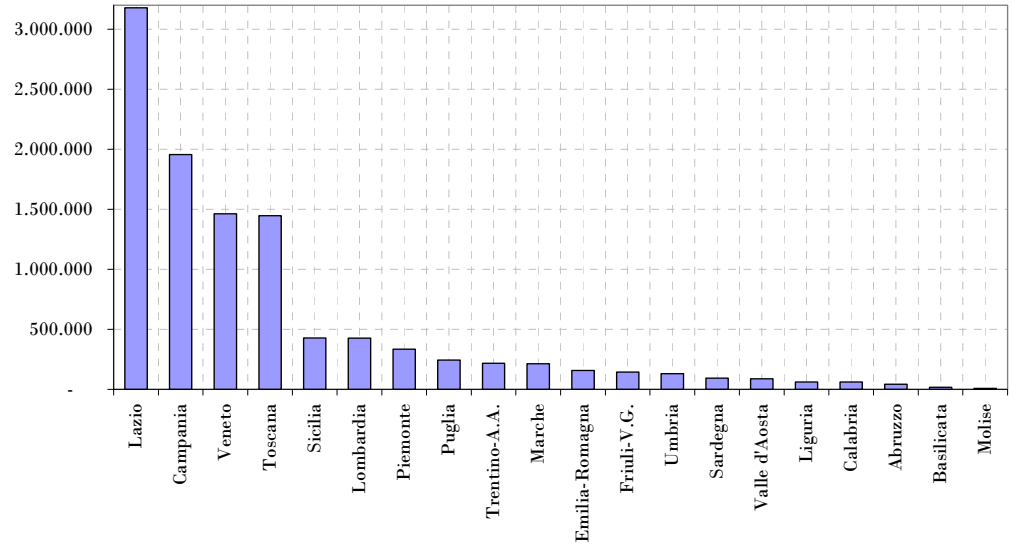
Denominazione sito	Visite totali
Scavi Vecchi e Nuovi di Pompei (NA)	2.594.407
Complesso Vanvitelliano (Reggia e Parco) di Caserta	988.270
Teatro antico di Taormina (ME)	706.754
Area archeologica Valle dei Templi (AG)	601.867
Area archeologica della Neapolis (SR)	537.018
Complesso Monumentale Palazzo dei Normanni - Palermo	372.633
Museo archeologico di Piazza Armerina (EN)	315.730
Area archeologica di Segesta (TP)	315.724
Museo Diocesano della Basilica del Crocifisso - Salerno	300.000
Museo Archeologico Nazionale di Napoli	297.079
Area archeologica di Selinunte (TP)	274.910
Scavi e Teatro Antico di Ercolano (NA)	245.573
Grotta Azzurra di Anacapri (NA)	244.842
Templi di Paestum (SA)	224.669
Chiostro di S. Maria la Nuova - Monreale (PA)	210.195
Castel del Monte di Andria (BA)	168.193

Museo di Capodimonte (NA)	132.393
Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria	130.696

Fonte: elaborazione su dati Mibac.

Guardando alle "eccellenze", tuttavia, se nell'intero territorio italiano sono poco più di 100 i musei e i siti che superano i 100 mila visitatori paganti l'anno, solo un 1/5 di questi si trova nel Mezzogiorno, concentrato quasi esclusivamente in due regioni (Campania e Sicilia). Tra i luoghi più visitati (sempre in termini di domanda pagante), la presenza di siti meridionali si limita a Pompei[116] e alle aree archeologiche di Agrigento (Valle dei Templi) e Siracusa (Neapolis).[117] Tra i siti e i musei pubblici più visitati c'è il complesso Vanvitelliano (Reggia) di Caserta.[118] Le uniche attrattive culturali non archeologiche capaci di attirare un flusso rilevante di pubblico sono la Reggia di Caserta e Palazzo dei Normanni a Palermo[119].

Fig. 26 - I musei più visitati nelle regioni italiane (Visite a pagamento, anno 2006)



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

[116] A un più dettagliato livello territoriale, nell'area della Provincia di Napoli si concentra il maggior flusso di visite di tutto il Mezzogiorno. Considerando le sole visite a pagamento, il capoluogo campano si attesta sui volumi di pubblico di Venezia (3,7 milioni), lontana, ma non di molto, da Firenze e Roma (circa 6-8 milioni), mentre le altre aree di interesse turistico-culturale del Mezzogiorno si attestano su livelli di pubblico minori: Salerno (830 mila visite nella provincia), Palermo (610 mila), Siracusa, Trapani, Agrigento e Bari (circa 400 mila visite annue per provincia).

[117] Ampliando l'osservazione anche alla domanda non pagante emergono altri siti che registrerebbero una notevole affluenza, come il già più volte citato Santuario di Pompei, il Parco di Capodimonte a Napoli (a ingresso libero e molto frequentato dai residenti), il Museo di San Gerardo di Avellino (a ingresso gratuito e meta di pellegrinaggi legati al Santo), il teatro di Taormina (la cui rilevazione degli ingressi omette la distinzione tra gratuità e biglietti a pagamento).

[118] Si noti come si tratta perlopiù di siti e aree che rientrano nella titolarità dello Stato o di enti "centrali" (la Regione, in Sicilia, assume il ruolo altrove assunto dalla Stato, come più volte detto).

[119] Vi sono in effetti altri siti: la Grotta azzurra e le Grotte di Castellana (luoghi culturali "atipici" rispetto al target di analisi) e il Museo diocesano della Basilica del Crocefisso (sul cui numero effettivo di visite a pagamento, per la stessa ragione di altri siti ecclesiastici, sarebbe necessario un ulteriore approfondimento).

3.3. I RICAVI DEI MUSEI E LA SPESA DEI VISITATORI

I comportamenti di spesa dei visitatori sono da sempre uno degli aspetti più interessanti da indagare sulla domanda ma, al tempo stesso, uno dei meno conosciuti, per effetto di oggettive difficoltà di rilevazione ma anche di una scarsa attenzione a tali variabili da parte delle rilevazioni[120]. Le fonti a disposizione, al momento, mettono a disposizione un patrimonio informativo finalmente più esteso e, di conseguenza, permettono di dedicare un'ampia sezione dell'analisi alla spesa dei visitatori, ai ricavi delle istituzioni e a considerazioni in merito alle sostenibilità economica delle gestioni museali.

Tab. 17 - Visitatori paganti, introiti e spesa media nel Mezzogiorno

Regione	Visitatori paganti	Introiti totali	Spesa media per visitatore
Abruzzo	193.492	538.695	2,78
Molise	22.429	41.316	1,84
Campania	5.036.251	39.317.292	7,81
Puglia	624.183	3.244.880	5,20
Basilicata	77.358	144.993	1,87
Calabria	327.286	915.910	2,80
Sicilia	2.874.006	12.114.389	4,22
Sardegna	946.421	3.270.210	3,46
Mezzogiorno	10.101.426	59.587.685	5,90
Italia	50.843.895	294.964.377	5,80

Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

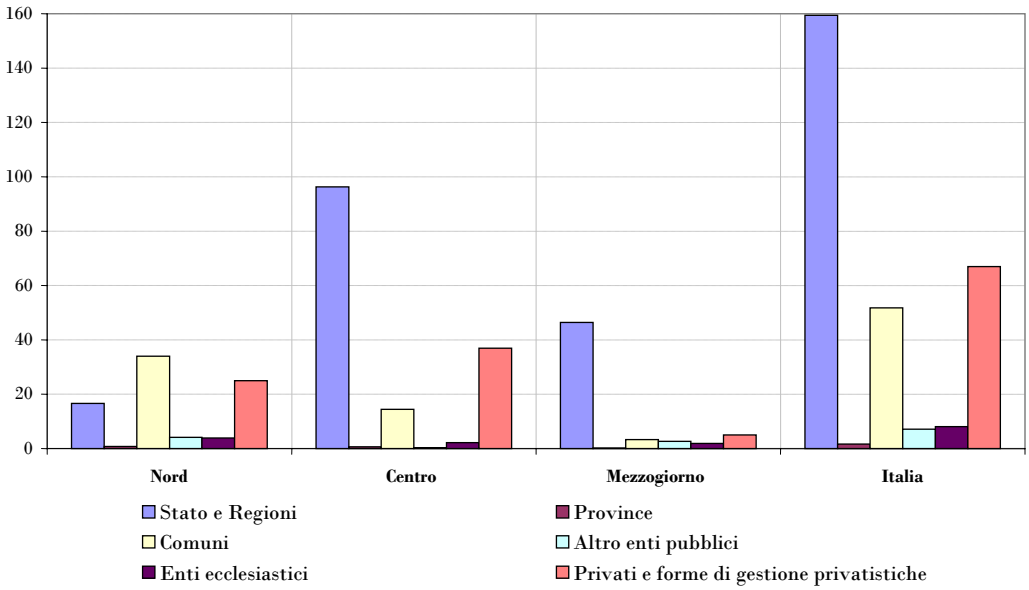
I dati relativi agli introiti dei musei ricavati dalla banca dati congiunta su siti statali e non statali riportano una spesa complessiva dei visitatori, nel 2006, pari a quasi 300 milioni di euro, riferiti alle entrate derivanti dalla bigliettazione, dall'acquisto di servizi e da altre entrate (donazioni, sponsor, ecc.[121]).

Questa spesa, come le visite, risulta fortemente concentrata, in primo luogo nelle strutture statali, che raccolgono praticamente la metà dell'intero importo rilevato (circa 149 milioni), e nelle strutture private (o meglio gestite con formule giuridiche di natura privatistica), che raccolgono un totale di 66 milioni di euro (esclusi i siti ecclesiastici, che raccolgono circa 8 milioni di euro di introiti). I siti comunali realizzano circa 51 milioni di entrate totali, mentre quelli regionali (quasi tutti in Sicilia) raccolgono circa 10 milioni di euro.

[120] Probabile riflesso anche di una complessiva ridotta attenzione del settore pubblico agli aspetti economici e finanziari della gestione culturale, almeno fino a qualche anno fa.

[121] Questa informazione aggiuntiva, peraltro in maniera non del tutto esaustiva, è disponibile però solo per i luoghi non statali e presenta qualche aporia.

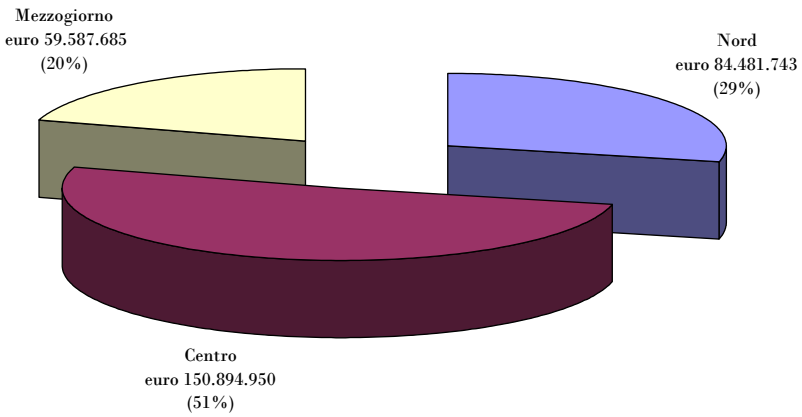
Fig. 27 - Introiti dei musei e luoghi di cultura per forma giuridica/ente proprietario (anno 2006; mln di euro)



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Nei musei statali di diretta competenza del Mibac (per i quali il dettaglio sulla composizione delle entrate risulta più completo[122]), gli introiti da bigliettazione coprono gran parte delle fonti di ricavo: dai servizi aggiuntivi, tali musei ricavano circa del 30% degli introiti totali (circa 45 milioni di euro[123]).

Fig. 28 - Introiti totali nei musei e luoghi di cultura in Italia (anno 2006)



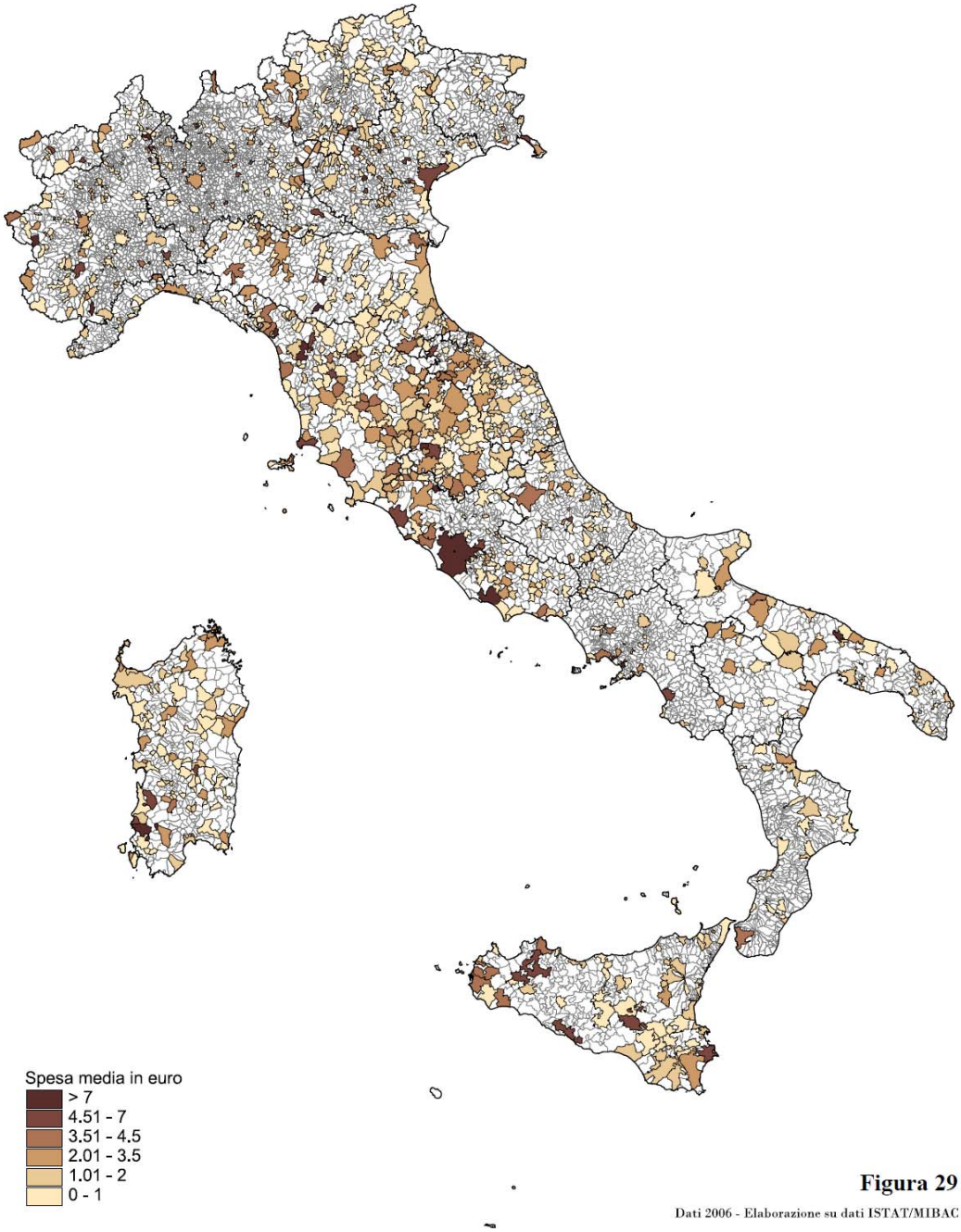
Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

[122] Il dato relativo ai musei e siti non statali e quelli statali di competenza di altri Ministeri, in termini di differenziazione delle voci di spesa, presenta qualche criticità in termini di completezza e dettaglio.

[123] Sono comprese le *royalties* trattenute dai gestori dei servizi in concessione.

I luoghi di cultura del Mezzogiorno raccolgono circa 1/5 del volume dei ricavi complessivi, pari a quasi 60 milioni di euro (fig. 28). Rispetto alle altre aree, la spesa dei visitatori nel Mezzogiorno si concentra in maniera molto più marcata nelle strutture statali (circa il 78% dei ricavi dell'area deriva dagli istituti statali) e dipende molto di più dagli introiti derivanti dai biglietti (che coprono indicativamente più dell'80% dei ricavi nei musei statali).
Dal punto di vista degli incassi e della spesa, si conferma quanto osservato nell'analisi del sistema di offerta e dei flussi di visita. La grafica (fig. 29) evidenzia la notevole densità della spesa in alcune regioni del Centro (Toscana, Umbria, Marche e, in parte Lazio) e del Nord (Emilia Romagna), dove evidentemente l'offerta culturale e di servizi risulta più diffusa e attrezzata, mentre mostra il limitato impatto territoriale, anche a fronte di alcune aree a grande affluenza di visitatori, della spesa del pubblico nel Mezzogiorno. Parziali eccezioni sono rappresentate dalla Sardegna, che non a caso vanta un'offerta di servizi alla visita, come si è visto in precedenza, migliore che nel resto del Mezzogiorno e dalla Sicilia, che può contare su un'offerta culturale (archeologica) diffusa.
Il dato sugli introiti, se possibile in maniera ancora più marcata di quello sulle visite, conferma la notevole concentrazione della domanda attorno ad alcuni grandi attrattori culturali e turistici che, nelle varie aree del Paese, sono gli unici in grado di attivare consistenti flussi di risorse da bigliettazione e servizi. Nel Mezzogiorno, più di un terzo degli introiti registrati viene dagli incassi degli scavi archeologici di Pompei (22,7 milioni di euro) e la somma delle istituzioni di tutta la Provincia di Napoli arriva a quasi 34 milioni di euro totali (più del 50%).

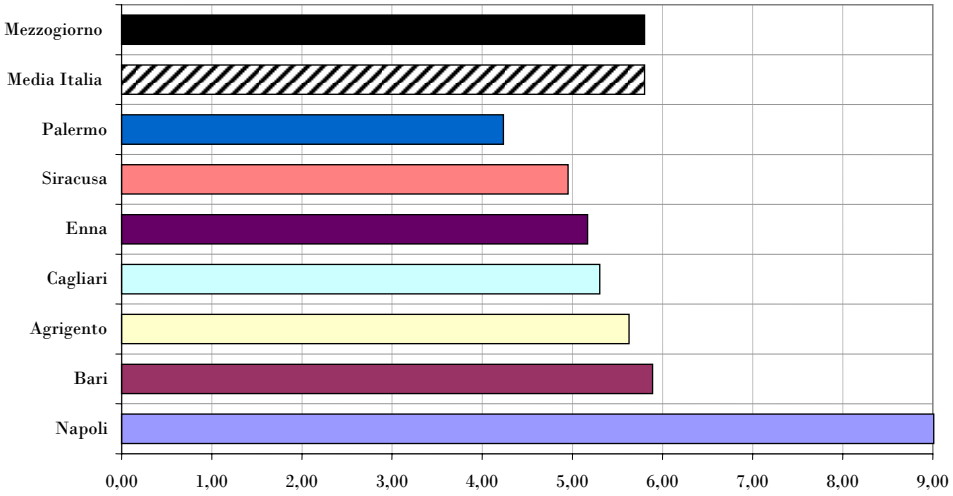
Fig. 29 - Spesa media per visitatore di musei, monumenti e luoghi di cultura per Comune (anno 2006)



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Un museo del Mezzogiorno incassa mediamente 44 mila euro, contro i 38 mila di una struttura situata nel Nord Italia[124] e i 104 mila del Centro. Anche in termini di spesa media per visitatore, i siti del Meridione raggiungono valori piuttosto elevati (pari a 5,9 euro, a fronte di una media italiana di 5,8 euro) che, tuttavia, dipendono in misura sostanziale da Pompei, che però sconta un altrettanto elevato livello di spese di gestione.
Vi sono poi tre siti (Siracusa, Agrigento e Caserta) che superano ampiamente i due milioni di euro di incassi annui, e altri 5 (sempre localizzati in Sicilia o Campania) che superano il milione.

Fig. 30 - Province del Mezzogiorno con la più elevata spesa media per visitatore pagante (musei e luoghi di cultura statali e non; euro; anno 2006)



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

La quota prevalente della spesa dei visitatori è rappresentata dalla bigliettazione, come detto.[125] Guardando alle città del Meridione che attraggono i maggiori flussi di domanda culturale (fig. 30), si osserva come, a parte Napoli, in tutti gli altri contesti la capacità media delle istituzioni di attivare risorse proprie non risulti particolarmente elevata (in particolare a Palermo, dove si concentra una discreta quota di visite).
Anche i dati complessivi regionali confermano un sistema fortemente squilibrato a favore delle istituzioni culturali campane. Il valore della spesa media per visitatore in tutte le altre regioni, infatti, è costantemente al di sotto della media nazionale.
L'intensità del dato sui ricavi (assoluto e medio) diminuisce sensibilmente, soprattutto nel Meridione, se si prendono in considerazione, da un lato, le strutture non statali, in particolare quelle comunali, che raccolgono un volume di introiti molto inferiore rispetto alla media sia in termini assoluti (3,3 milioni di euro contro 34 milioni nel Nord Italia) sia in proporzione alle visite (spesa media di 2,6 euro

[124] Il rilievo attrattivo dei musei statali a Nord è come noto molto più ridotto.

[125] La spesa media per visitatore nelle strutture del Mezzogiorno (calcolata come rapporto tra introiti dei siti e visitatori paganti) è in linea con il dato medio nazionale.

per visitatore pagante contro 4,2 in media nazionale); dall'altro lato, i ricavi derivanti da altre fonti (servizi aggiuntivi), verso i quali la capacità di raccolta evidenziata nella bigliettazione non trova riscontro.
La spesa media per visitatore pagante, nel Mezzogiorno, per l'acquisto di servizi alla visita nelle strutture statali[126] non arriva ai 50 centesimi di euro, a fronte di una media - che va considerata comunque bassa rispetto agli obiettivi di vendita potenziali - di 2,2 euro a livello nazionale.
I siti e i musei archeologici nel Mezzogiorno raccolgono un volume di ricavi notevolmente più ampio rispetto agli altri contenitori e luoghi, l'opposto di quanto avviene a livello nazionale dove nei luoghi d'arte si concentra il maggior quantitativo di visite e di incassi.
Si deve rilevare soprattutto un notevole scostamento in termini di spesa media (tab. 18): al contrario dei siti e dei musei archeologici, i luoghi e musei d'arte del Mezzogiorno scontano una capacità di attivazione di ricavi molto inferiore (3,3 euro contro 1,5 euro per visitatore).

Tab. 18 - Introiti dei musei e luoghi d'Arte e di Archeologia statali in Italia e nel Mezzogiorno (euro, anno 2006)

	Arte	
	Italia	Mezzogiorno
Introiti da bigliettazione (mln di euro)	101,2	5,8
Altri introiti (mln di euro)	47,7	3,3
Introiti totali (mln di euro)	148,9	9,1
Spesa media per visitatore	3,3	1,5
Spesa media per visitatore pagante	5,9	4,4
	Archeologia	
	Italia	Mezzogiorno
Introiti da bigliettazione (mln di euro)	74,7	33,7
Altri introiti (mln di euro)	18,2	6,5
Introiti totali (mln di euro)	92,9	40,3
Spesa media per visitatore	4,4	4,4
Spesa media per visitatore pagante	8,0	7,9

Fonte: elaborazione su dati Mibac.

Per quanto riguarda i servizi al pubblico (analizzabili con riferimento ai soli siti statali), le visite guidate sono il servizio più richiesto nelle strutture (statali) del Mezzogiorno, anche se sono comunque acquistate (solo) dal 4,4% dei visitatori. *bookshop* e ristorante sono invece i servizi da cui si ricava il maggior introito per cliente, ma vengono utilizzati da una porzione molto limitata di utenti (tab. 19).

Tab. 19 - Musei, aree archeologiche e monumenti statali del Mezzogiorno: introiti e clienti dei servizi al visitatore

Servizi	n.	% su	Introiti	spesa

[126] Il dato relativo alla spesa aggiuntiva (oltre ai biglietti) nelle strutture non statali appare non del tutto coerente con l'osservazione ricercata, data la presenza di alcune voci extra servizi (sponsor, contributi vari, ecc.).

	clienti	visitatori	(euro)	media
Bookshop / vendita *gadget*	291.163	3,5%	2.944.018	10,1
Ristorante/*self-service*	167.008	2,0%	1.482.525	8,9
Caffetteria	206.928	2,5%	753.841	3,6
Visite guidate	363.006	4,4%	1.007.538	2,8
Audioguide	145.712	1,8%	711.677	4,9
Prenotazione/prevendita	238.508	2,9%	161.157	0,7

Fonte: elaborazione su dati Mibac

Rispetto alla media nazionale, nei musei del Meridione vengono acquistati in minor misura sia i prodotti del *bookshop*, sia, soprattutto, i servizi di prenotazione e prevendita che, peraltro, si è visto essere spesso assenti persino nelle aree di maggior affluenza.

Anche nel caso dei servizi alla visita, la distribuzione territoriale della domanda risulta fortemente disomogenea. Più dell'84% degli introiti da servizi aggiuntivi registrati dalle strutture statali del Mezzogiorno si concentra infatti in Campania (6,2 milioni di euro) e a Pompai e Napoli, mentre gran parte delle altre regioni (esclusa la Sicilia in cui, come noto, non ci sono siti statali) totalizza poche migliaia di clienti.

In conclusione, in un contesto nazionale che sconta notoriamente una capacità di attivazione di ricavi propri piuttosto limitata, il Mezzogiorno registra una situazione ancora più negativa, per effetto di un flusso inferiore di pubblico ma anche di un impatto generalmente più limitato della spesa per servizi museali da parte degli utenti. Nel Meridione, le pochissime fonti di introiti museali consistenti riguardano luoghi quasi esclusivamente statali, che scontano peraltro evidenti rigidità, sul fronte dei servizi, in termini di affidamenti, orari, personale, ecc. A questo proposito si devono richiamare di nuovo le numerose testimonianze raccolte presso operatori, esperti e gestori in merito alle condizioni di offerta di servizi, strutture di accoglienza, attività commerciali e qualità complessiva dell'offerta culturale del Mezzogiorno.

3.4. LE DINAMICHE TEMPORALI

I dati disponibili nelle banche dati a disposizione, come accennato, permettono di analizzare l'evoluzione temporale del pubblico con riferimento all'intero patrimonio statale e non statale solo per il triennio 2004-2006[127]. In questo periodo, la domanda rivolta a musei, aree archeologiche, siti di varia natura e monumenti in Italia è aumentata di circa il 6,2%, in media[128], ogni anno, con un incremento notevole del volume assoluto: nel 2006 si registravano infatti circa 11 mila visite in più rispetto a due anni prima (fig. 31).

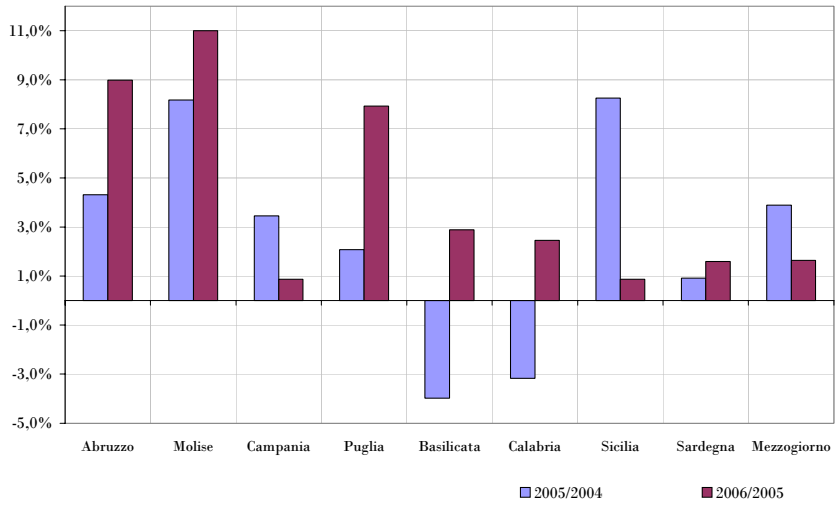
Questa dinamica assume caratteri e intensità diverse nelle varie aree del Paese. Il Mezzogiorno, nel triennio, ha registrato una crescita inferiore alla media - a un

[127] La rilevazione Istat, sul patrimonio non statale come detto, prende in esame unicamente il periodo ristretto tra il 2004 e il 2006. Le precedenti rilevazioni Istat estese a tutto il patrimonio, oltre che di natura non sistematica, si riferivano a un universo notevolmente inferiore e non sempre completo. Rispetto alla già citata rilevazione del 1992, estesa al patrimonio statale e non, il pubblico dei musei italiani sarebbe più che raddoppiato (+106%).

[128] Tasso di variazione media annua composta (TVMA).

tasso del 2,8% in media annua - a fronte di un incremento di pubblico nel Centro e, soprattutto, al Nord, più marcato - rispettivamente del 6% e del 9,2% (sempre in media annua).

Fig. 31 - Domanda di musei e luoghi di cultura nel Mezzogiorno (anni 2004-2006, tassi di variazione annua)



Fonte: elaborazione su dati Istat e Mibac.

Nel Mezzogiorno, un gruppo di regioni (Basilicata, Calabria, Sardegna), nel triennio, ha registrato un volume di domanda pressoché stabile o decrescente, mentre altre (Molise, Abruzzo e Sicilia) hanno riportato una crescita piuttosto consistente; in Campania, a partire da flussi di domanda già consistenti, si è rilevata una crescita limitata che, in termini assoluti, ha però portato a quasi 600 mila visite in più nei tre anni.

Le informazioni relative alle dinamiche temporali complessive della domanda museale, purtroppo, si limitano alle poche osservazioni appena riportate.[129] Del resto, alcune delle interviste effettuate, riportando esperienze locali direttamente sperimentate o studiate, hanno evidenziato quasi ovunque una generale espansione della domanda culturale,[130] a tutti i livelli, in particolare localmente, grazie alla notevole capacità di iniziativa di Comuni, Province e Regioni, alla costruzione di sistemi, reti e distretti, alla promozione di politiche di valorizzazione culturale territoriali.

[129] L'osservazione delle dinamiche della domanda non statale nel corso dell'ultimo decennio avrebbe rappresentato un elemento di grande interesse, a motivo della grande vivacità mostrata soprattutto dal sistema decentrato (Regioni, Comuni e Province) di offerta culturale in questi anni. Si auspicherebbe, a tal proposito, una sistematizzazione dell'indagine appena conclusa dall'Istat, al fine di poter avviare la costruzione di una serie storica completa.

[130] Tra gli altri, A. Bollo, L. Solima, L. Dal Pozzolo, L. Mammoccio hanno confermato un trend di crescita prolungato del pubblico, legato soprattutto all'espansione dell'offerta culturale locale.

Tab. 20 - Visitatori nei musei statali nelle regioni del Mezzogiorno (1998-2008; valori assoluti e Tassi di variazione media annua)

Denominazione Istituto	1998	2008	TVMA 2008/1998	Variazione 2008/2007
Abruzzo	141.446	185.071	2,7%	6,6%
Molise	58.803	43.213	-3,0%	7,0%
Campania	5.805.449	5.776.440	-0,1%	-13,9%
Puglia	293.479	441.599	4,2%	3,8%
Calabria	579.473	274.318	-7,2%	-8,5%
Basilicata	186.954	225.215	1,9%	-7,9%
Sardegna	413.543	230.338	-5,7%	-12,1%
Sicilia (*)	3.809.516	3.826.857	0,0%	-14,6%
Nord (**)	5.394.155	7.572.614	3,5%	-7,6%
Centro	14.856.067	18.357.013	2,1%	1,5%
Mezzogiorno	11.288.663	11.003.051	-0,4%	-12,0%
Italia	31.538.885	36.932.678	1,8%	-3,9%

(*) Il dato della Sicilia comprende tutti i musei e siti culturali di proprietà pubblica.
(**) Esclusa la Valle d'Aosta.

Fonte: Elaborazioni su dati Mibac e Assessorato alla Cultura Regione Sicilia.

Per quanto riguarda il medio-lungo periodo, non disponendo di dati estesi a tutta l'offerta museale, si deve fare riferimento ai musei, alle aree archeologiche e ai monumenti di proprietà statale, in aggiunta ai dati della Regione Sicilia[131] riferiti a tutto il patrimonio museale pubblico.

I dati relativi a queste strutture (che attirano una quota molto superiore al 50% della domanda culturale del Mezzogiorno) riferiscono di una dinamica, negli ultimi 10 anni (1998/2008), complessivamente positiva. Nel decennio, la domanda culturale in Italia è aumentata costantemente, con la sola eccezione del biennio 2007-2008, nel quale la congiuntura economica negativa ha esercitato parte degli effetti che, con ogni probabilità, saranno più evidenti nell'anno in corso (per effetto della riduzione dei flussi turistici internazionali).[132]

A livello nazionale, il patrimonio statale ha dunque conseguito un discreto incremento di visitatori, collegato al parallelo sviluppo dei flussi turistici, soprattutto internazionali (come si vedrà nel seguito) e per effetto (anche) di un incremento non solo quantitativo dell'offerta. Tra il 1998 e il 2008, i siti statali aperti sono infatti aumentati (+35 circa), ma è pur vero che nello stesso periodo stati anche introdotti alcuni strumenti migliorativi dell'offerta e della gestione (su tutti l'introduzione dei servizi aggiuntivi).

Il dato relativo al decennio rivela una dinamica complessivamente debole, al contrario, nel Mezzogiorno, dove sono diminuite le visite soprattutto in alcune delle Regioni più "forti" (la Campania in particolare).

Tra il 1998 e il 2008 il numero totale di visitatori culturali dell'area meridionale (compresi i musei della Sicilia) è diminuito dello 0,4% (tab. 20), con andamenti difformi.

131 I dati della fruizione museale in Sicilia sono raccolti dall'Amministrazione regionale.

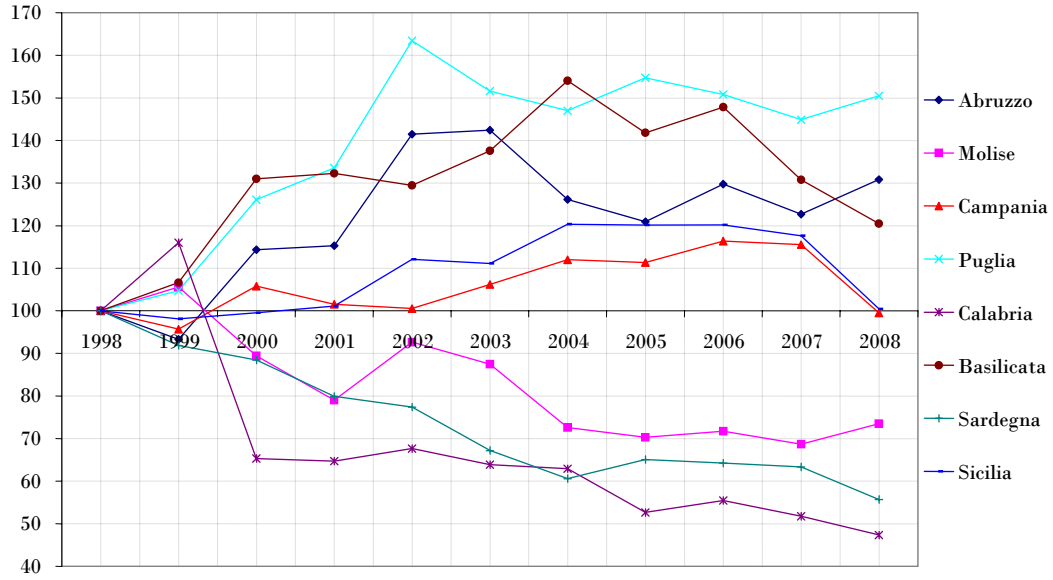
132 Fa eccezione a questo trend il Centro Italia, l'unica area geografica in cui si è avuta una crescita anche nell'ultimo anno (+1,5%), a dimostrazione che il segmento culturale, in particolare le mete di maggiore attrazione, rappresenta uno dei meno esposti alla crisi economica internazionale.

In Puglia, il periodo 1998-2008 ha visto una crescita sostenuta delle visite museali, soprattutto di quelle a pagamento (+5,4% in media annua di visitatori paganti), così come sono cresciute, anche se in misura leggermente minore, le visite nei musei statali in Abruzzo e Basilicata, dove tuttavia si è avuta una brusca inversione di tendenza nell'ultimo anno.
L'effetto della riduzione dei flussi turistici (soprattutto internazionali) dell'ultimo biennio[133] sembra aver avuto in generale in tutto il Mezzogiorno un peso superiore rispetto al resto d'Italia, innestandosi su dinamica decennale già alquanto debole.
In Campania l'ultimo biennio ha generato una netta inversione di tendenza su una crescita che si protraeva dal 2000. Questa Regione ha risentito in misura maggiore della fase di crisi, anche a causa del concomitante effetto negativo sull'immagine di Napoli derivato dall'emergenza rifiuti: tra il 2007 e il 2008 si è registrata una contrazione di circa 1 milione di visitatori, che ha praticamente compensato la crescita degli anni precedenti.
In Sicilia[134] la dinamica di periodo risulta piuttosto debole, e anche in questo caso peggiora nell'ultimo biennio (la crescita registrata negli anni precedenti si deve peraltro in gran parte all'incremento dei flussi di visita gratuiti).

[133] Questa tendenza, non confortata da dati certi, è stata comunque rimarcata da alcuni operatori settoriali intervistati; tra gli altri, A. Mammoccio ha evidenziato un trend decrescente, nell'ultimo anno, in gran parte dei siti più importanti d'Italia (circuito Colosseo-Palatino, Castel S. Angelo, Reggia di Caserta).

[134] I dati forniti dalla Regione Sicilia si riferiscono al patrimonio museale pubblico (Regionale, Provinciale e Comunale), che rappresenta una quota preponderante (circa l'80%) della domanda regionale.

Fig. 32 - Andamento della domanda museale tra il 1998 e il 2008 (n. indici, base = 1998)



Fonte: elaborazione su dati Mibac.

In Molise, Calabria e Sardegna si segnala poi una tendenza costantemente negativa su quasi tutto il periodo. Tra queste, la Sardegna è sicuramente la regione che registra la situazione più critica, per dimensioni e intensità della contrazione di pubblico. Nel decennio analizzato, infatti, il numero di visitatori registrato dalle aree archeologiche e dai musei statali della Sardegna è costantemente diminuito, contando a fine 2008 ben 190 mila visitatori in meno rispetto al 1998.

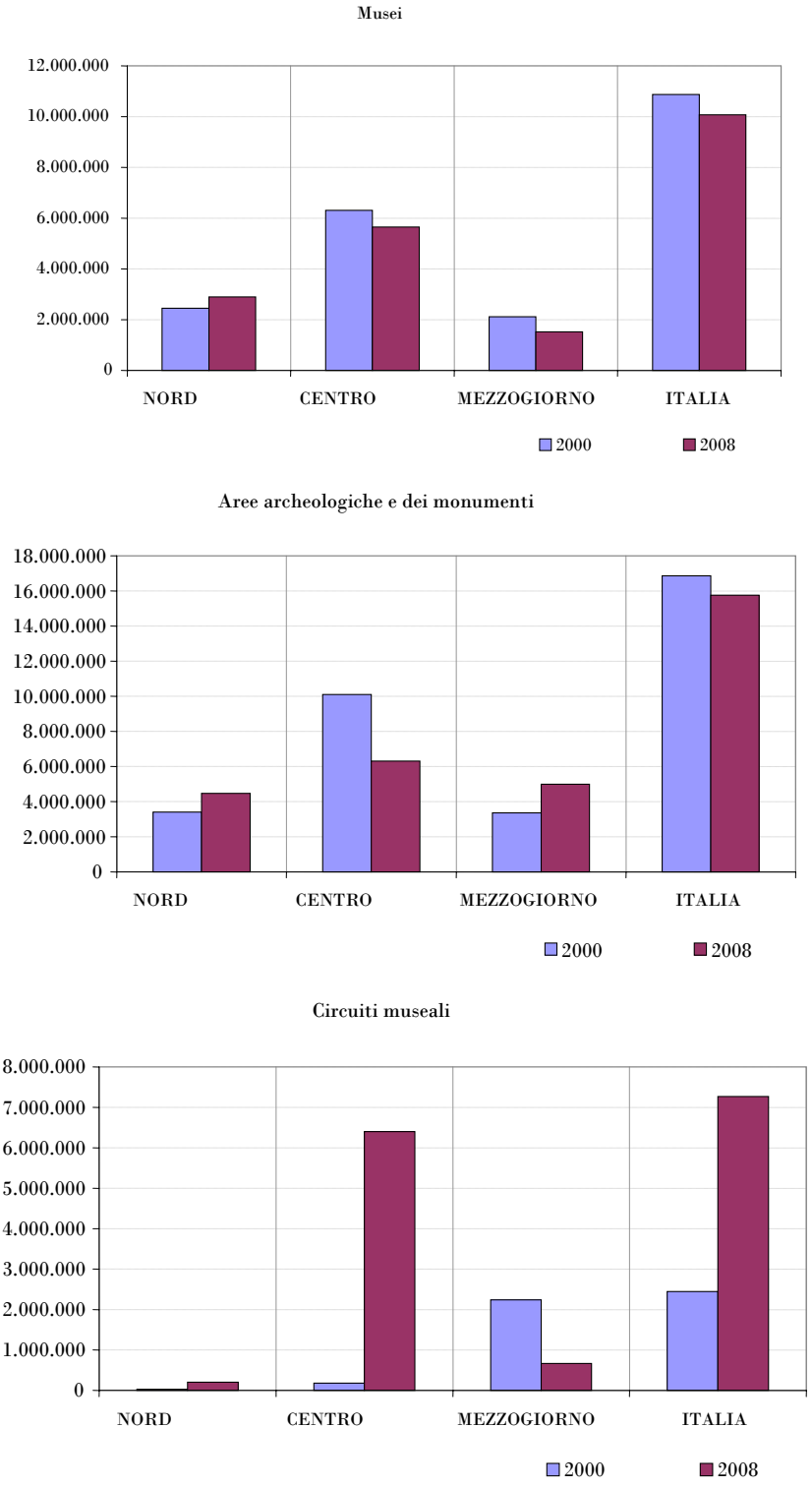
Le diverse tipologie di siti presenti nel territorio meridionale presentano andamenti diversi. Tra il 2000 e il 2008[135], a livello nazionale (con l'eccezione del Nord Italia), è complessivamente diminuito il volume di visite presso i contenitori museali in senso stretto (fig. 33). Al Sud questa diminuzione ha registrato poche eccezioni, ed è stata più marcata in Campania, Sardegna e Calabria. Per contro, rimanendo nel Mezzogiorno, si è avuto un incremento delle visite nelle aree archeologiche e nei monumenti piuttosto marcato (+5% annuo), a fronte di una complessiva diminuzione di attrattività di queste risorse a livello nazionale.

Colpisce soprattutto l'andamento dei circuiti museali, che nel corso degli ultimi anni hanno rappresentato uno degli ambiti di più evidente espansione della domanda, soprattutto nell'area del Centro[136], oltre a presentarsi come una delle poche innovazioni gestionali (insieme ai servizi aggiuntivi) introdotte nel panorama statale. Nel Mezzogiorno, tra il 2000 e il 2008, i 10 circuiti museali promossi dal Ministero hanno registrato un calo di visitatori molto rilevante, dovuto in parte allo scioglimento di alcuni sistemi, in parte, evidentemente, a una effettiva incapacità di valorizzare l'aspetto sistemico (che del resto, anche in altre zone d'Italia, si limita spesso semplicemente all'offerta di un biglietto unico).

[135] I dati si riferiscono ai soli siti statali (fonte Mibac) e prendono in considerazione il periodo 2000/2008 per ragioni di omogeneità dei dati (prima del 2000 non erano presenti circuiti museali statali).

[136] Il positivo incremento dei circuiti si deve in molti casi ascrivere anche all'importanza dei siti che vi sono stati inseriti (vedi il caso di Roma, con il circuito Colosseo-Palatino).

Fig. 33 - Visitatori nei siti statali per tipologia di beni: confronto 2000-2008



Fonte: elaborazioni su dati Mibac.

"Fare sistema" ha evidentemente inciso in maniera marginale sull'attrattività dei musei e dei siti archeologici, contribuendo in alcuni casi solo a una migliore distribuzione dei flussi su più siti. Del resto, le forme che il concetto di sistema e

integrazione ha assunto nel panorama statale, prevalentemente limitate all'offerta di un biglietto cumulativo, non hanno quasi mai inglobato gli effetti più rilevanti che generalmente si legano a un incremento della visibilità e delle capacità promozionali e, soprattutto, all'ottimizzazione della gestione attraverso la creazione di economie di scala e l'integrazione di funzioni. Su questo punto, le indagini di campo hanno evidenziato peraltro come dei veri sistemi integrati, in Italia, non siano veramente rintracciabili[137]. D'altra parte, i più recenti provvedimenti ministeriali in materia di servizi aggiuntivi e affidamenti contemplano l'opportunità di organizzare i servizi alla visita e la loro gestione, in alcuni contesti, sotto forma di reti integrate.[138]

Tab. 21 - Andamento temporale delle visite nei principali luoghi di cultura statali del Mezzogiorno

Denominazione sito	1998	2008	TVMA
Templi di Paestum (SA)	226.588	224.669	-0,1%
Scavi Vecchi e Nuovi di Pompei (NA) (*)	1.966.125	2.594.407	2,8%
Scavi e Teatro Antico di Ercolano (NA) (*)	242.726	245.573	0,1%
Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria	127.967	130.696	0,2%
Museo Archeologico Nazionale di Napoli	278.470	297.079	0,6%
Grotta Azzurra di Anacapri (NA)	271.769	244.842	-1,0%
Castel del Monte di Andria (BA)	127.178	168.193	2,8%
Palazzo Reale di Napoli	248.306	76.165	-11,1%
Complesso Vanvitelliano (Reggia e Parco) di Caserta (*)	1.163.919	988.270	-1,6%
Museo di Capodimonte (NA)	227.412	132.393	-5,3%
Compendio Garibaldino di Caprera (SS)	150.000	72.324	-7,0%
Area archeologica Valle dei Templi (AG)	324.724	601.867	6,4%
Chiostro di S. Maria la Nuova - Monreale (PA)	339.886	210.195	-4,7%
Area archeologica della Neapolis (SI)	481.284	537.018	1,1%
Teatro antico di Taormina (ME)	658.843	706.754	0,7%
Area archeologica di Segesta (TP)	289.751	315.724	0,9%
Area archeologica di Selinunte (TP)	248.537	274.910	1,0%
Museo archeologico di Piazza Armerina (EN)	397.198	315.730	-2,3%

(*) Comprese visite nel sito collegate a circuiti e biglietti cumulativi.
Fonte: elaborazione su dati Mibac.

La lettura delle dinamiche temporali sull'affluenza nei principali musei e luoghi di cultura statali del Mezzogiorno e della Sicilia consente di valutare l'andamento della domanda nelle località a maggiore vocazione turistico-culturale (le cd. "eccellenze"). A conferma di una fase di – più o meno momentanea – crisi del sistema culturale meridionali, i dati mostrano come in gran parte dei "grandi attrattori" del Mezzogiorno il volume di pubblico, nell'ultimo decennio, si sia mantenuto stabile e, in alcuni casi, sia addirittura diminuito (tab. 21).

[137] Secondo l'opinione dei M. Montella, le reti integrate di offerta caratterizzate da effettiva integrazione di funzioni, servizi ed economie di scala in Italia non sono sostanzialmente ancora state implementate, al netto di alcuni tentativi e di situazioni in itinere (Regione Umbria, Toscana, Torino, Brescia, Ferrara, ecc.).

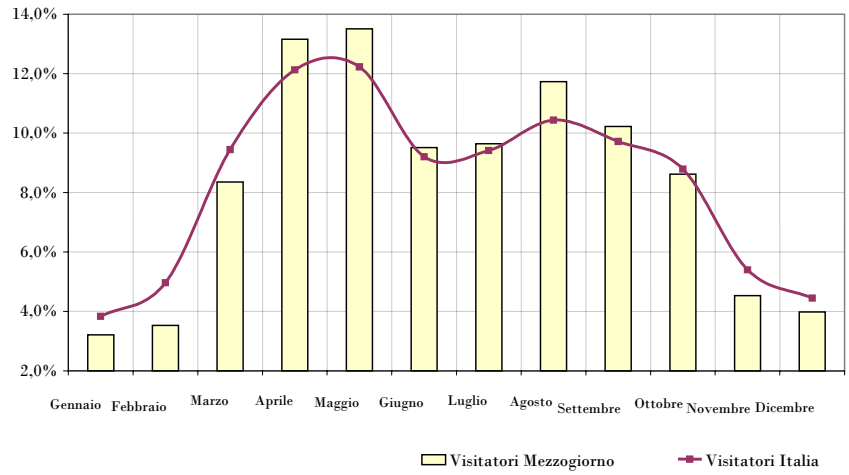
[138] Su questo punto, L. Mammoccio osserva come in alcuni casi si pongano condizioni eccessivamente restrittive ai potenziali concessionari, laddove si richiede l'integrazione in un unico affidamento, con soglie talvolta non sostenibili economicamente, di servizi (ristorante, *bookshop*, prenotazione, ecc.) su un insieme relativamente ampio di beni e siti.

Fanno eccezione al trend negativo solo tre siti (Pompei, Valle dei Templi, Castel del Monte), ancorché tra i più importanti per numero di visite, che nel periodo hanno registrato un aumento del pubblico piuttosto consistente.
La dinamica temporale quindi, mostra come in una fase di generale crisi dei mercati turistici internazionali e della domanda interna, il Mezzogiorno risenta in misura maggiore delle criticità che ne caratterizzano l'offerta in termini di dispersione, disponibilità e qualità dei servizi, infrastrutture e collegamenti, sistema di accoglienza, promozione. Solo alcune aree più conosciute e consolidate sembrano "tenere", ma si tratta di situazioni isolate che non danno luogo, se non puntualmente, a rilevanti effetti di volano per la crescita del settore culturale, del mercato turistico e del tessuto economico locale.

3.4.1. LA STAGIONALITÀ

La distribuzione mensile delle visite rappresenta un altro importante indicatore, soprattutto per identificare le principali tipologie di utenza che si rivolgono a un museo e i relativi comportamenti di fruizione.
L'andamento stagionale (fig. 34) della domanda rivolta ai musei e siti statali italiani (l'unica quota di risorse di cui si dispone di dati al riguardo) mostra generalmente una maggiore concentrazione delle visite (soprattutto) gratuite nei mesi di aprile a maggio, in coincidenza con il picco dei flussi legati alle gite scolastiche e di soggiorni turistico-culturali (spesso in coincidenza con le festività pasquali) e una più marcata presenza di visite a pagamento nei mesi estivi, quando il turismo di massa (soprattutto balneare) raggiunge i massimi livelli di affluenza e il patrimonio culturale si alimenta anche di un consistente numero di visite di "rimbalzo" dalle località turistiche.

Fig. 34 - Visitatori nei Musei, monumenti e aree archeologiche statali per mese (anno 2008)

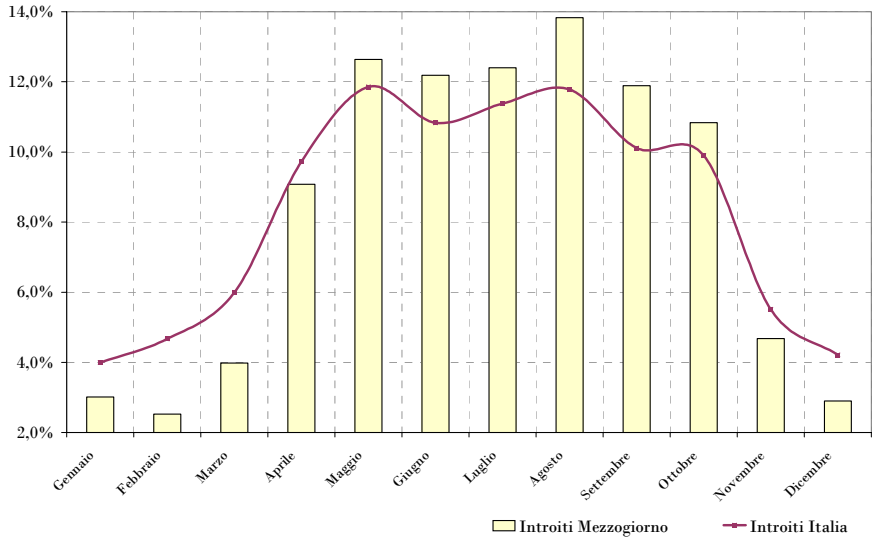


Fonte: elaborazioni su dati Mibac.

Nel Mezzogiorno, il flusso di visitatori estivi risulta concentrato soprattutto nel mese di agosto, per effetto del peso preponderante della componente balneare di turisti italiani; ne deriva un profondo divario tra l'affluenza primaverile-estiva e quella autunnale-invernale e una più accentuata stagionalità che si riverbera

negativamente sull'organizzazione e le condizioni economiche della gestione delle strutture[139]. Per altri versi, il Mezzogiorno può contare su un più ampio bacino di domanda potenziale scolastica, anche in considerazione della natura del patrimonio (archeologico - di particolare interesse per le scolaresche di tutto il paese e non solo).

Fig. 35 - Introiti nei Musei, monumenti e aree archeologiche statali per mese (anno 2008)



Fonte: elaborazioni su dati Mibac.

Le più importanti mete culturali del Mezzogiorno presentano una distribuzione stagionale dei flussi analoga a quella delle città d'arte e delle altre mete turistico-culturali del Centro-Nord,. Da un lato, il clima favorevole potrebbe consentire una maggiore fruizione nei mesi primaverili e autunnali, dall'altro, la prevalenza di aree all'aperto limita queste possibilità.[140]

3.5. IL MERCATO TURISTICO

A questo punto, occorre analizzare quella che rappresenta la principale risorsa per la domanda culturale del Mezzogiorno. indipendentemente dal legame tra turismo e museo, quella turistica è indubbiamente la componente in grado di massimizzare l'impatto economico, in termini di spesa e sviluppo locale, di qualsiasi strategia di valorizzazione, a maggior ragione di quella del programma operativo, che si concentra proprio sulla valorizzazione turistico-culturale di alcuni poli museali e siti di potenziale eccellenza.

Anche se ancora oggi non è possibile operare un collegamento diretto tra statistiche culturali e dati sui flussi turistici, a motivo di una palese incompletezza di entrambi[141], analizzare le principali dinamiche del mercato turistico rappresenta

[139] La flessibilità, come noto, rappresenta un elemento di forte criticità per qualsiasi organizzazione/ente con personale dipendente pubblico.

[140] Aree e siti archeologici sono generalmente privi di una struttura espositiva al chiuso collegata.

[141] Come noto, ad esempio, non esistono dati in grado di evidenziare le componenti turistiche nel quadro della domanda culturale, così come le motivazioni di visita (eventualmente culturali) dei turisti italiani o stranieri.

quindi un passaggio fondamentale per ottenere spunti, indicazioni, segnali da considerare nel complesso processo di programmazione di azioni di valorizzazione culturale (non solo dei Poli museali).

Tab. 22 - Arrivi e presenze per provenienza e tipologia di struttura ricettiva nelle regioni del Mezzogiorno (anno 2007)

Arrivi

Regioni	Esercizi alberghieri		Esercizi complementari		Totale
	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri	
Abruzzo	108.856	149.972	1.262.299	39.679	1.560.806
Molise	366.652	18.715	194.102	3.614	583.083
Campania	248.232	1.602.023	2.528.742	245.357	4.624.354
Puglia	55.297	345.256	2.221.105	72.223	2.693.881
Basilicata	966.583	46.317	571.758	7.404	1.592.062
Calabria	426.734	217.801	899.091	24.893	1.568.519
Sicilia	1.386.670	1.591.257	1.460.905	175.506	4.614.338
Sardegna	331.897	603.003	1.158.751	186.522	2.280.173
Mezzogiorno	3.890.921	4.574.344	8.765.033	755.198	17.985.496
Italia	43.282.459	34.768.963	9.994.502	8.104.159	96.150.083

Presenze

Regioni	Esercizi alberghieri		Esercizi complementari		Totale
	Italiani	Stranieri	Italiani	Stranieri	
Abruzzo	4.463.007	649.860	1.923.491	338.288	7.374.646
Molise	350.978	52.352	226.766	22.075	652.171
Campania	8.198.024	6.238.516	3.203.297	2.134.905	19.774.742
Puglia	5.721.970	1.097.513	4.158.723	503.397	11.481.603
Basilicata	1.122.701	161.169	545.395	27.524	1.856.789
Calabria	5.712.469	1.354.012	1.476.733	188.121	8.731.335
Sicilia	6.998.566	5.309.573	1.678.221	615.785	14.602.145
Sardegna	5.643.077	2.846.325	2.348.742	1.013.069	11.851.213
Mezzogiorno	38.210.792	17.709.320	15.561.368	4.843.164	76.324.644
Italia	141.311.303	113.017.439	71.864.768	50.448.241	376.641.751

Fonte: elaborazione su dati Istat.

Secondo le analisi del WTO – *World Trade Organizzation*[142], il turismo internazionale, dopo una crescita che si protraeva da qualche anno, sta attualmente risentendo della congiuntura economica negativa e, a partire dalla seconda metà del 2008, appare quasi ovunque in fase di recessione (le uniche eccezioni riguardano il continente africano), segnali di ripresa sono previsti, per ora, solo a partire da fine 2009.

La crisi, anche se i dati a disposizione non sono molti, riguarda in primo piano anche il mercato turistico italiano, già percorso da criticità strutturali che negli anni precedenti ne avevano causato un progressivo arretramento rispetto ai grandi mercati continentali (Spagna, Francia) e anche rispetto ad alcuni paesi emergenti.[143]

[142] UN-WTO *World Tourism Barometer*, Vol. 7, n. 2, giugno 2009.

[143] Analizzando i criteri della competitività di 124 paesi, il *World Economic Forum* (2007) ha stilato una classifica generale che, sulla base di un indice composito che delle attrattive turistiche, delle infrastrutture e

Nell'ambito di queste dinamiche, va rilevato come "Arte" e "Ambiente" risultino tra i segmenti più dinamici e con maggiori margini di crescita e, per contro, come la struttura del mercato turistico nazionale - in particolare quella del Mezzogiorno, fortemente dipendente da componenti che nel passato hanno rappresentato fonti di espansione - presenti più evidenti segni di debolezza connessi alla difficoltà di adeguare l'offerta alle nuove "domande turistiche" , in un quadro competitivo più ricco che in passato[144].

I dati più aggiornati pubblicati dall'Istat sul movimento turistico nazionale[145], al 2007, registrano circa 96,1 milioni di arrivi (tab. 22), per il 45% stranieri, e 376,7 milioni di presenze (43% di stranieri).[146]

La dinamica *ante*-crisi segnalava una domanda turistica in discreta ascesa, soprattutto per il segmento straniero che, come detto, è quello che sta risentendo di più degli effetti della congiuntura internazionale. Secondo alcune indagini, infatti, nel corso del 2008 e nei primi mesi del 2009 si sarebbe verificata una forte contrazione dei soggiorni degli stranieri e una discreta espansione della domanda interna[147].

dell'accessibilità, delle politiche nazionali sul turismo e di altre variabili connesse allo sviluppo della competitività turistica, collocava i maggiori *competitor* europei (Francia, Spagna, Gran Bretagna, Grecia) sistematicamente davanti all'Italia (che figuravo solo al 33-esimo posto).

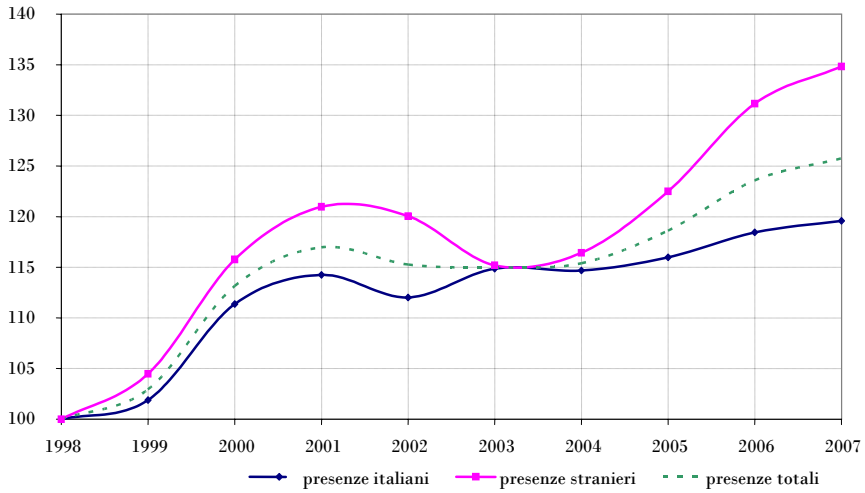
144 Va inoltre considerata, per il Mezzogiorno, la progressiva affermazione di numerosi sistemi turistici del Mediterraneo (Egitto, Tunisia, Croazia, Turchia), in grado di offrire prodotti turistici analoghi a condizioni economiche più favorevoli. Per una trattazione più approfondita si veda la parte introduttiva del Programma Operativo Interregionale "Attrattori culturali, naturali e turismo".

145 Statistiche del turismo, Istat.

146 Fermandosi al 2007, questi dati non permettono di analizzare gli effetti della crisi prima citata, ma solo di evidenziare le principali caratteristiche strutturali del mercato italiano e del Mezzogiorno.

147 Secondo quanto rilevabile nell'Indagine quantitativa sui comportamenti turistici degli italiani (Osservatorio turistico nazionale ISNART, 2009) «Per questa estate gli italiani, come del resto tutti gli europei, resteranno all'interno dei confini nazionali […] faranno vacanza in Italia 16,7 milioni di italiani contro i 13,6 milioni previsti nel 2008 […]».

Fig. 36 - Presenze turistiche in Italia
(periodo 1998-2007; n. indici 1998=100)

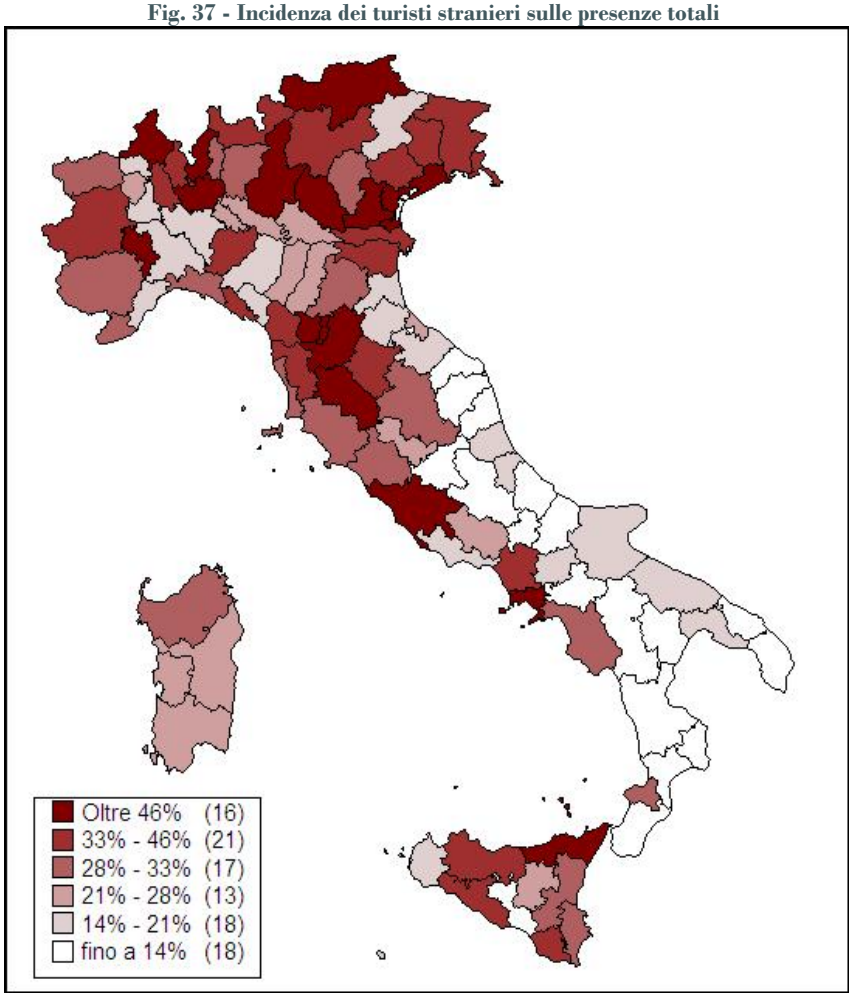


Fonte: Istat, Statistiche del Turismo.

Nelle regioni meridionali, nel 2007, si contano quasi 18 milioni di arrivi e 76 milioni di presenze, pari a una quota di mercato nazionale di circa il 20%, cui occorrerebbe aggiungere i movimenti non ufficialmente registrati che, come rilevato da molte indagini e studi *ad hoc*[148], risultano particolarmente consistenti proprio nelle regioni del Mezzogiorno, caratterizzate da una ricettività più informale e dalla presenza di ampie fasce di economia sommersa.

[148] Secondo una stima del CISET (ENIT, 2008), il movimento effettivamente registrato nel Mezzogiorno non arriverebbe a coprire che 1/5 dei flussi turistici effettivi.

Fig. 37 - Incidenza dei turisti stranieri sulle presenze totali



Tratto da Rapporto sull'Industria turistica del Mezzogiorno, SVIMEZ, 2006.

Rispetto al contesto nazionale, il mercato turistico del Mezzogiorno si caratterizza per un maggiore peso della componente di domanda interna: si deve ai flussi stranieri solo il 12% degli arrivi totali. Il turismo straniero assume un peso relativo rilevante in pochissime aree del Sud (fig. 37), in coincidenza con le località e le risorse turistiche più note (Napoli, Pompei e Costiera amalfitano-sorrentina, Taormina). Nel resto del Mezzogiorno, in particolare Calabria, Puglia, Molise, Abruzzo e Basilicata, il peso della componente straniera risulta in alcuni casi del tutto marginale.[149]

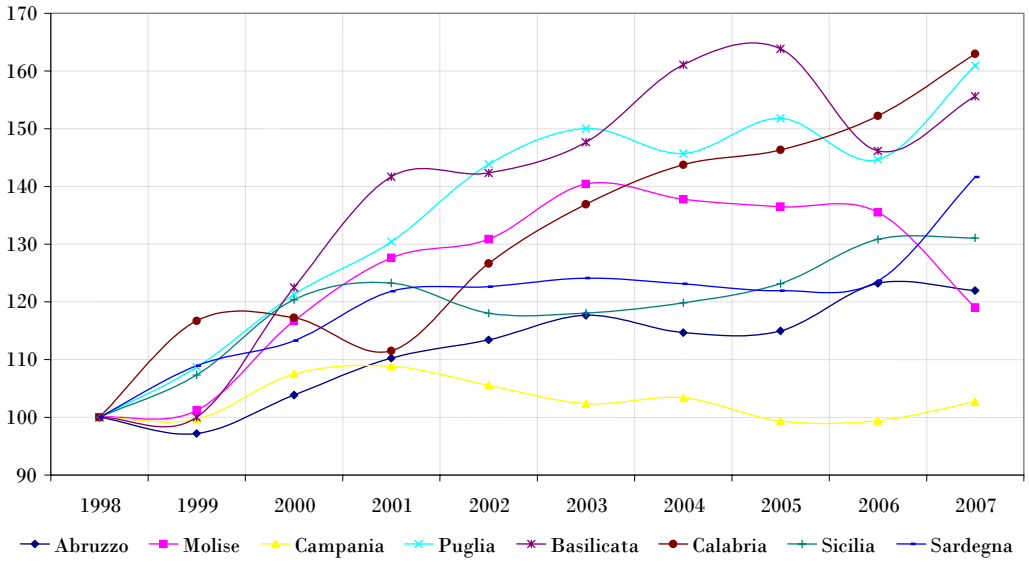
Un altro aspetto caratteristico del mercato turistico meridionale è l'elevata quota di autocontenimento della domanda: poco meno del 50% delle presenze che si registrano nel Mezzogiorno proviene da residenti nella stessa area meridionale.

Il ridotto peso della componente straniera si accompagna al carattere prevalentemente alberghiero dei soggiorni (il 73% delle presenze sono in strutture

[149] Secondo la Svimez (op. cit.), in aree come la Grecia, il Sud della Spagna e della Francia e la Croazia, la componente straniera risulti nettamente superiore rispetto alle regioni del Mezzogiorno, a causa di un insieme eterogeneo di cause dovute a carenze infrastrutturali - che influiscono sulle condizioni di mobilità e accessibilità -, aspetti legati alla qualità complessiva dell'offerta, alle strategie e ai canali promozionali e alla debole struttura della filiera turistica dell'area.

alberghiere, a fronte di una media nazionale del 67%), che più che altro rappresentano la quota che più difficilmente sfugge alle statistiche ufficiali.
La Campania, con quasi 20 milioni di presenze (pari a circa il 20% del Mezzogiorno), si conferma come la Regione più accogliente, seguita dalla Sicilia, che conta un numero analogo di arrivi, ma meno presenze.
Sardegna e Puglia, insieme, registrano più di 23 milioni di presenze l'anno, mentre le altre regioni (Calabria, Basilicata, Molise e Abruzzo) coprono una quota più limitata di mercato.

Fig. 38 - Presenze turistiche nelle regioni del Mezzogiorno (1998-2007, n. indici 1998=100)



Fonte: elaborazioni su dati Istat.

La dinamica temporale delle 8 regioni (fig. 38) impone di distinguere almeno 3 diverse andamenti. Puglia, Basilicata e Calabria hanno registrato una crescita molto rilevante, ma mentre la prima raggiunge oggi volumi di presenze di dimensioni importanti, le altre due attirano una quota ancora limitata di flussi. Un secondo gruppo di regioni (Sardegna, Sicilia, Molise[150] e Abruzzo) ha registrato una discreta espansione, segno di una progressiva, seppure lenta, fase di sviluppo del comparto, mentre l'unica regione ad non aver visto incrementi di presenze è la Campania. In questo ultimo caso, ad una evidente saturazione delle mete più rinomate non ha evidentemente fatto seguito una politica di differenziazione dell'offerta e distribuzione dei flussi sul territorio.
In merito a queste dinamiche, si deve osservare come le regioni che hanno registrato le migliori performance sono prevalentemente quelle a prevalente vocazione balneare.

[150] Il Molise era su un percorso molto più virtuoso di crescita, inibito a partire dal 2003 soprattutto da fenomeni climatici (scarsità di neve per le località sciistiche interne).

La permanenza media nelle regioni del Mezzogiorno, pari a 4,2 giornate, si mantiene su livelli più alti che nel resto d'Italia, con l'eccezione della Sicilia dove, a dispetto di un segmento balneare consistente, si registra una permanenza più breve (3,1 giornate), per effetto dell'incidenza dei soggiorni più brevi legati, tra l'altro, anche alle visite culturali (Taormina, Agrigento, ecc.); in Calabria e in Sardegna, dove il segmento balneare è prevalente, si superano invece le 5 giornate.
La domanda turistica del Mezzogiorno si caratterizza per una notevole concentrazione territoriale, nonostante disponga di un perimetro costiero notevolmente più esteso rispetto al resto del Paese e di una diffusione di risorse naturalistiche, paesaggistiche e artistiche di analogo rilievo e dispersione.

Tab. 23 - Circoscrizioni turistiche con presenza straniera superiore alla media italiana nel Mezzogiorno (anno 2007)

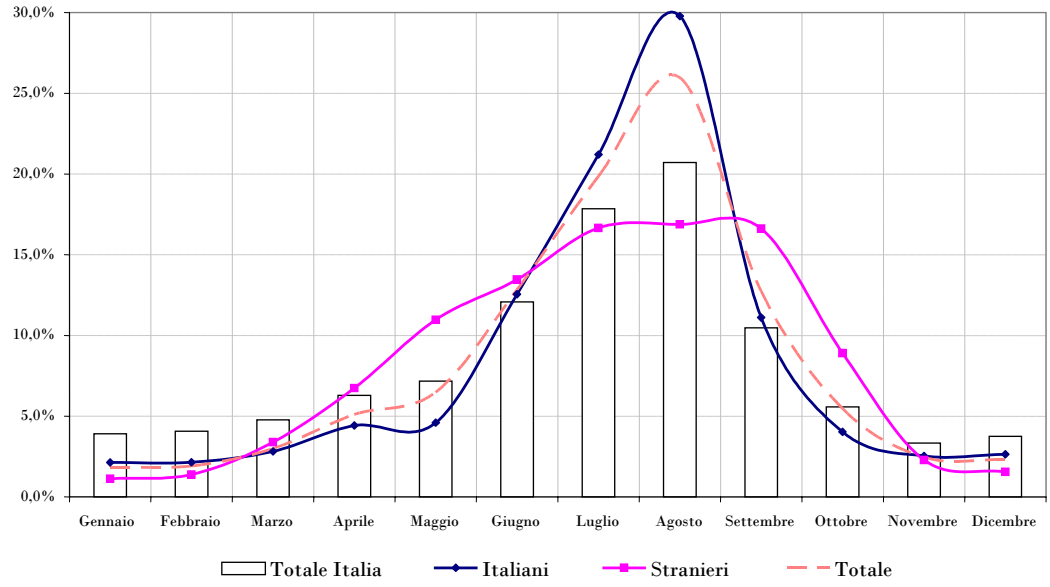
Circoscrizioni turistiche	Presenze Italiane	Presenze Straniere	Pres. Straniere / Pres. Totali
Positano	74.549	208.889	74%
Ravello	24.505	110.310	82%
Sorrento e Sant'Agnello	428.792	2.065.460	83%
Totale Penisola amalfitano-sorrentina	527.846	2.384.659	82%
Altri comuni Napoli	771.575	638.447	45%
Capri-Anacapri	214.930	286.746	57%
Castellammare di Stabia	154.251	145.211	48%
Napoli	1.033.166	1.028.995	50%
Pompei	79.946	87.938	52%
Vico Equense	109.886	181.687	62%
Totale Golfo di Napoli	2.199.949	2.394.261	52%
Giardini-Naxos	275.709	678.378	71%
Taormina	203.877	837.287	80%
Totale Taormina e dintorni	479.586	1.515.665	76%
Cefalù	131.011	448.195	77%
Palermo e Monreale	689.486	613.324	47%
Totale Palermo e dintorni	914.063	914.065	50%
Agrigento	173.094	197.648	53%
Piazza Armerina	20.075	18.029	47%
Alghero	336.789	557.934	62%
Totale Mezzogiorno	53.772.160	22.552.484	30%
Totale Italia	213.176.071	163.465.680	43%

Fonte: elaborazioni su dati Istat.

Tale concentrazione è molto più evidente per la componente straniera, i cui soggiorni convergono principalmente in alcune aree della Sicilia e della Campania, già toccate dai percorsi del *Grand Tour*, che comprendono sia rinomate località balneari, sia luoghi di interesse storico-artistico. La costa campana accoglie circa il 25% del flusso di turisti stranieri del Mezzogiorno, concentrati nei due comprensori - distinti geograficamente, ma spesso accomunati nei percorsi di visita - della penisola Sorrentina, Amalfitana e del Golfo di Napoli (tab. 23); l'area di Palermo e quella di Taormina raccolgono circa il 12%; per il resto, si registrano valori di un minimo rilievo solo nell'Agrigentino e nella circoscrizione di Piazza Armerina, in Sicilia, e ad Alghero, in Sardegna.

La componente di domanda interna presenta caratteri di maggiore diffusione territoriale, con tuttavia zone di grande concentrazione soprattutto in coincidenza delle località a (quasi esclusiva) vocazione balneare.
La stagionalità è un'altra componente caratteristica del mercato meridionale, legata alla prevalenza delle motivazioni balneari e all'incidenza della domanda interna, concentrata in misura rilevante sui soggiorni estivi. Per i turisti stranieri che si recano nel Mezzogiorno con motivazioni di soggiorno varie e composite (mare, natura, cultura, ecc.), la stagione turistica risulta infatti molto più allungata (fig. 39).

Fig. 39 - Presenze turistiche mensili nel Mezzogiorno (anno 2007)



Fonte: elaborazioni su dati Istat.

La diversa struttura di offerta, la "maturità turistica" dei mercati, la diversità di attrattive e motivazioni turistiche delle 8 regioni meridionali esercitano peraltro notevoli effetti su durata e concentrazione della stagione. In Sicilia e in Campania, dove le motivazioni turistiche spaziano dal mare alla cultura, dal termalismo agli affari, si rileva una minore concentrazione dei flussi nei mesi di agosto e luglio, mentre nelle altre regioni (con la parziale eccezione di regioni Abruzzo e Molise che possono contare anche su una stagione invernale) i mesi estivi costituiscono essenzialmente l'unica componente che alimenta il mercato turistico.

OFFERTA ALBERGHIERA

Figura 40

Dati 2006 - Elaborazione su dati ISTAT/MIBAC

DOMANDA TURISTICA
Arrivi turistici negli esercizi ricettivi per provincia Anno 2007

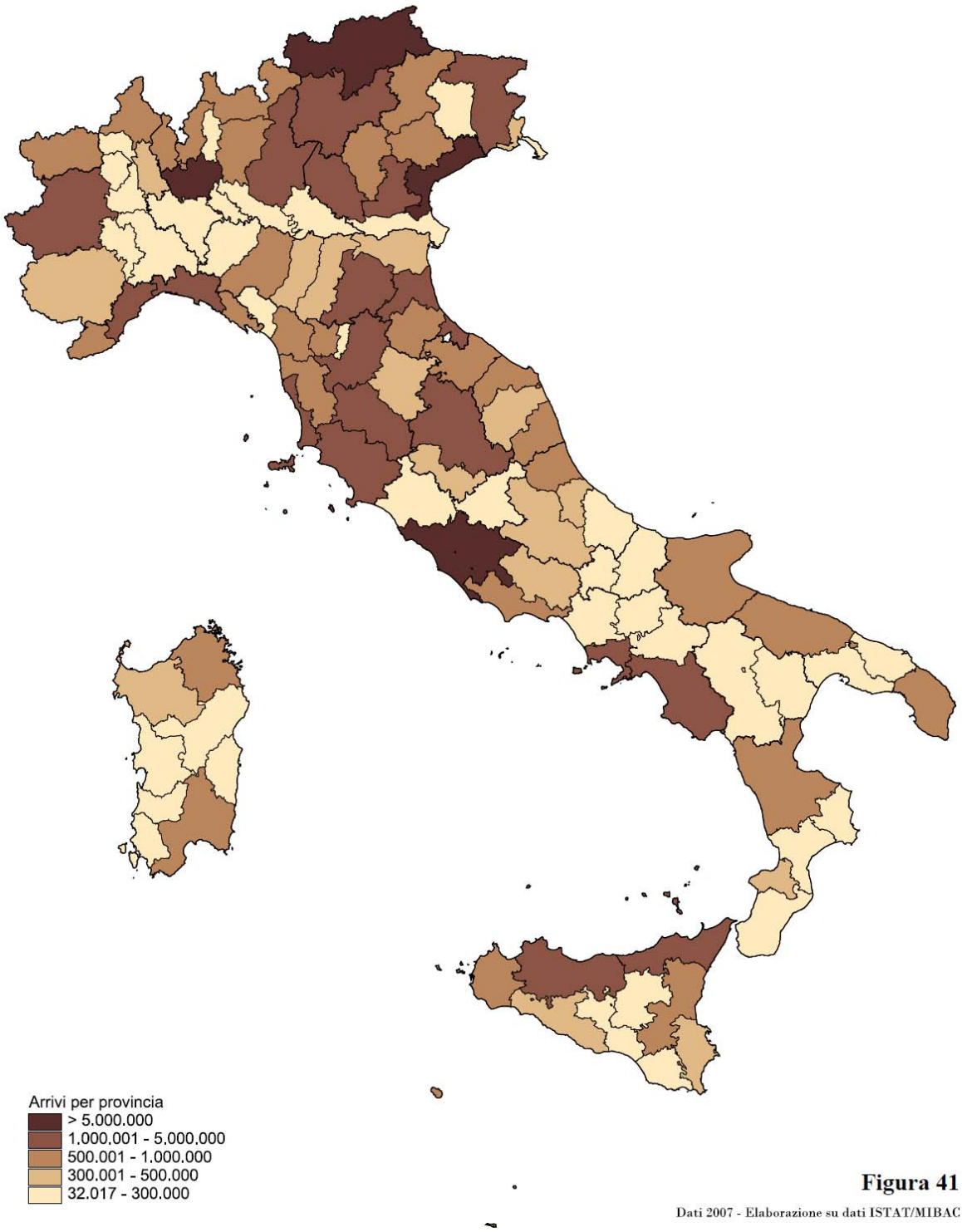


Figura 41

Dati 2007 - Elaborazione su dati ISTAT/MIBAC

DOMANDA TURISTICA

Presenze turistiche negli esercizi ricettivi per provincia Anno 2007

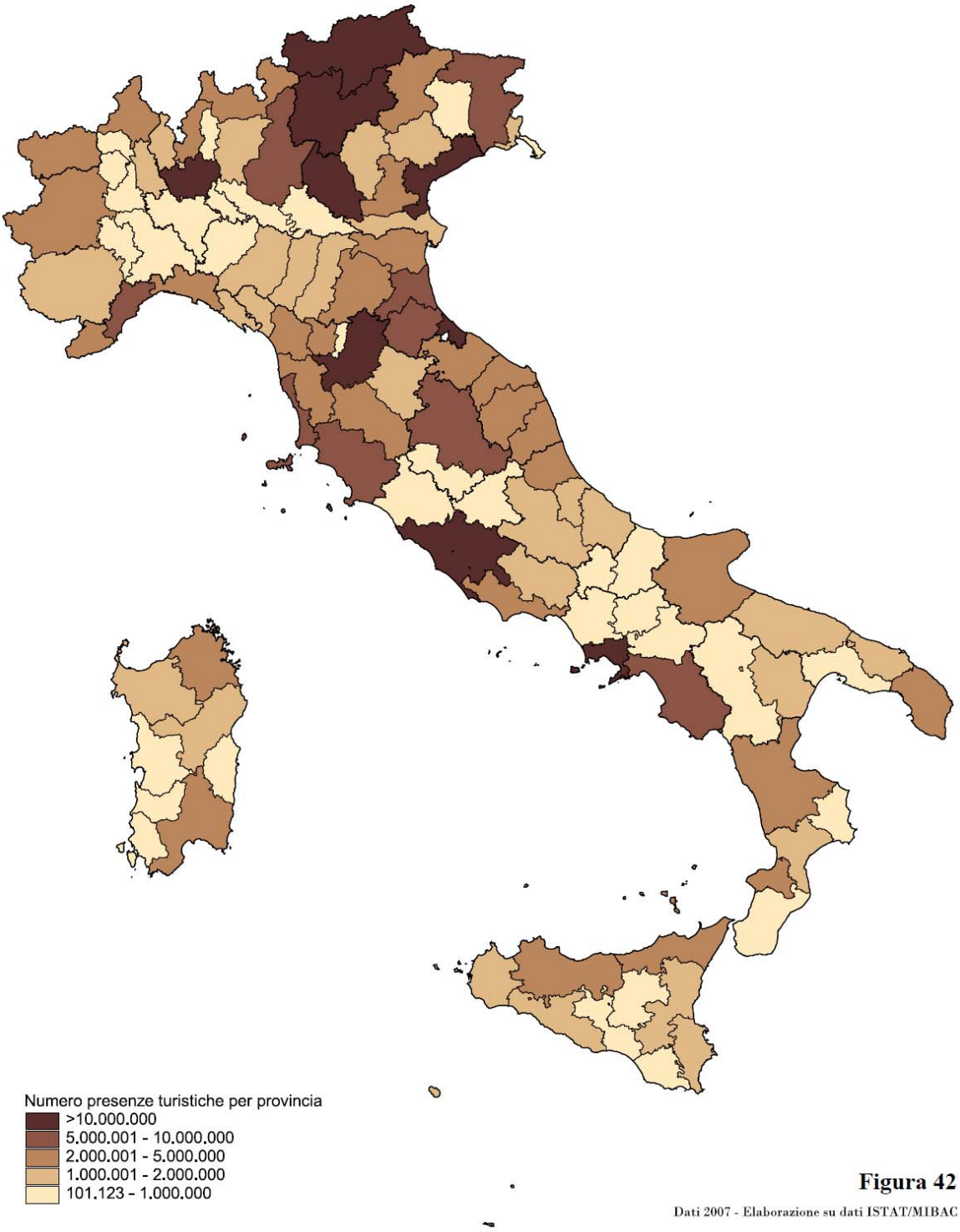


Figura 42

Dati 2007 - Elaborazione su dati ISTAT/MIBAC

L'insieme di caratteri finora evidenziati produce effetti evidenti sulla struttura del mercato turistico meridionale, in particolare sotto forma di spesa e attivazione delle economie locali. Come fanno notare molti studi e pubblicazioni specialistiche, la spesa turistica nel Mezzogiorno si colloca strutturalmente su livelli molto più bassi che nel resto d'Italia[151].
In termini di struttura dell'offerta, nel Mezzogiorno, gli elementi principali da mettere in rilievo sono, a questo proposito:[152]

- una discreta dotazione ricettiva, soprattutto alberghiera, notevolmente cresciuta nel corso degli ultimi anni per merito soprattutto di politiche *ad hoc* (Fondi strutturali, FAS, ecc. che hanno incentivato la creazione e il miglioramento soprattutto dell'offerta ricettiva);
- un livello qualitativo medio delle strutture piuttosto elevato;
- una discreta diffusione territoriale, con alcune ovvie concentrazioni nelle aree a maggior vocazione (soprattutto balneare).

Secondo queste osservazioni, giustificare i limitati impatti economici del turismo sul territorio meridionale (solo) con carenze nella struttura ricettiva – e di conseguenza, (ri)proporre la ricetta del potenziamento degli strumenti (regimi di aiuto e simili) a sostegno dell'offerta ricettiva *tout court*, apparirebbe quanto meno riduttivo. Più evidenti carenze sarebbero rilevabili, semmai, in altri ambiti dell'offerta turistica, in particolare in quelli legati, da un lato, alla promozione e alla comunicazione[153], dall'altro, agli altri servizi di accoglienza e ricreativi (anche culturali, evidentemente)[154], senza dimenticare il ruolo strategico delle infrastrutture di collegamento via terra, mare, aria e ferro[155].

3.6. LE COMPONENTI DI PUBBLICO E I BACINI DI DOMANDA POTENZIALE

In questa parte dell'analisi si riportano alcune osservazioni in merito alle principali componenti della domanda che, insieme al turismo, costituiscono il bacino potenziale di riferimento del sistema culturale meridionale.

---

151 Si vedano su questo argomento, tra gli altri, i rapporti annuali sul Turismo dell'ENIT (op. cit.).

152 Su questi temi si veda l'analisi di contesto del POIN (op.cit.).

153 Un'indagine DOXA realizzata per conto del Dipartimento Politiche di Sviluppo e Coesione del Ministero dello sviluppo in preparazione del Quadro Strategico di Sostegno 2007-2013, ha messo in rilievo come il Mezzogiorno sia un'area scarsamente riconoscibile a livello di flussi turistici internazionali, che individuano al massimo alcune mete, le più importanti, e ignorano grandi porzioni dell'offerta culturale e turistica dell'area. Molte testimonianze raccolte nel corso dell'indagine, come detto, hanno posto particolare accento sulla carenza delle politiche di comunicazione e promozione dei musei e dei sistemi culturali.

154 Uno studio - Cap. 7 del Rapporto Svimez (op.cit.) – indica, a partire dai dati di contabilità nazionale degli ultimi anni, un discreto sviluppo delle attività turistiche tradizionali (alberghi e ristoranti), nel Mezzogiorno, a fronte però di una spesa per altri servizi collegati (ricreativi, svago, ecc.) molto più contenuta.

155 Su questi aspetti è stata posta particolare attenzione nel corso delle indagini di campo. P. Leon, in particolare, fa notare come il livello di accessibilità del Mezzogiorno sia carente non solo, o non tanto, per quanto riguarda l'accesso dall'esterno, quanto piuttosto la mobilità interna, fattore che può condizionare fortemente la domanda culturale, soprattutto residenziale: i grandi volumi di pubblico che si registrano presso le sedi espositive della Pianura Padana (Brescia, Mantova, ecc.), sono rese possibili anche da condizioni di accesso favorevoli che consentono di poter contare su un bacino di domanda potenziale notevolmente ampio.

L'analisi del contesto culturale ha messo in luce in maniera piuttosto evidente le caratteristiche del patrimonio delle regioni meridionali, lo stato e le condizioni dell'offerta, le dinamiche di domanda e, inoltre, le notevoli potenzialità di sviluppo di un sistema turistico-culturale che, ad oggi, risente di notevoli criticità e carenze. Analizzare le diverse componenti di domanda, in questo caso, permette di ragionare in merito alle effettive potenzialità dei vari segmenti di pubblico e alle possibili strategie di valorizzazione da mettere in campo sia attraverso interventi strutturali e di sistema, che con iniziative specifiche territoriali (come la valorizzazione dei Poli di eccellenza museale).
In letteratura si è ormai consolidata la definizione delle principali componenti di domanda che, in riferimento alla fruizione del patrimonio culturale (musei, monumenti, aree, siti, città d'arte, paesaggi, ecc.), individuano sostanzialmente le categorie della popolazione residente, dei turisti e delle scolaresche.
All'interno di queste macro-componenti, la stessa letteratura ha prodotto ulteriori considerazioni e approfondimenti, individuando, seppur in assenza di un corredo statistico esteso, che all'interno dei segmenti residenziale e turistico, vedono ulteriori target specifici e/o trasversali - come le famiglie, gli anziani, i giovani, la popolazione residente straniera.
In termini numerici, ed anche in ragione della natura del Programma Operativo Poli museali, il bacino turistico assume un rilievo fondamentale. Il Programma, come noto, si pone essenzialmente l'obiettivo di attivare un percorso di valorizzazione culturale territoriale attraverso interventi su beni e siti in grado di richiamare (potenzialmente) consistenti flussi di visitatori e turisti.
Se quello turistico rappresenta la fonte di maggiore impatto economico del programma, non si può non tener conto però delle notevoli ricadute potenziali che un percorso di valorizzazione di questa ampiezza può avere sul tessuto residenziale, in particolare in aree in cui la componente culturale potrebbe fornire un contributo fondamentale allo sviluppo locale e sociale.[156]
Analogamente, trattando di beni di tale rilievo storico, artistico e culturale da travalicare i confini nazionali, non si può non tener conto dell'importanza della funzione didattica del patrimonio, espletata prevalentemente attraverso i canali scolastici e le gite organizzate.

3.6.1. TURISMO E CULTURA

La correlazione tra flussi turistici e fruizione culturale, quindi la consistenza e le caratteristiche dei bacini di domanda potenziale riferibili al patrimonio culturale del Mezzogiorno, variano notevolmente a seconda delle motivazioni di visita e dei segmenti turistici. Oltre ai turisti direttamente interessati alla visita di musei, monumenti e luoghi di interesse storico-artistico, che rappresentano il target più significativo da raggiungere e coinvolgere, vi sono altre componenti - in primo luogo il turismo di massa (estivo) - che pur mosse da motivazioni diverse, possono rappresentare una risorsa potenziale di rilievo per il patrimonio culturale, in particolare nel Mezzogiorno. L'osservazione delle diverse componenti turistiche e motivazionali rappresenta quindi un passaggio fondamentale per poter ragionare

[156] S'è più volte richiamato, a questo proposito, il punto di vista espresso da S. Settis in merito alla centralità del ruolo educativo e "identificativo" e al rapporto tra patrimonio e tessuto sociale residenziale.

in merito a scenari e domanda turistica potenziale. Le statistiche disponibili non offrono quasi mai un approfondita lettura e quantificazione in termini di segmenti turistici, né indicazioni in merito alla propensione di ciascun segmento alla fruizione culturale.

Tab. 24 - Tipologia di località turistiche nelle regioni Convergenza secondo la classificazione Istat

Tipo di località	Abruzzo	Campania	Puglia	Basilicata	Molise	Calabria	Sicilia	Sardegna	Mezzogiorno
Città di interesse storico e artistico	-	3	3	-	-	-	4	-	10
Località montane	7	-	-	-	-	2	-	-	9
Località marine	11	12	7	1	1	5	11	7	55
Località termali	1	4	1	-	-	1	1	-	8
Località collinari e di interesse vario	2	2	4	-	-	1	3	1	13
Capoluoghi di provincia n.a.c	1	3	2	2	2	3	3	2	18
Comuni n.a.c.	4	5	5	1	-	1	8	4	28
TOTALE	26	29	22	4	3	13	30	14	141

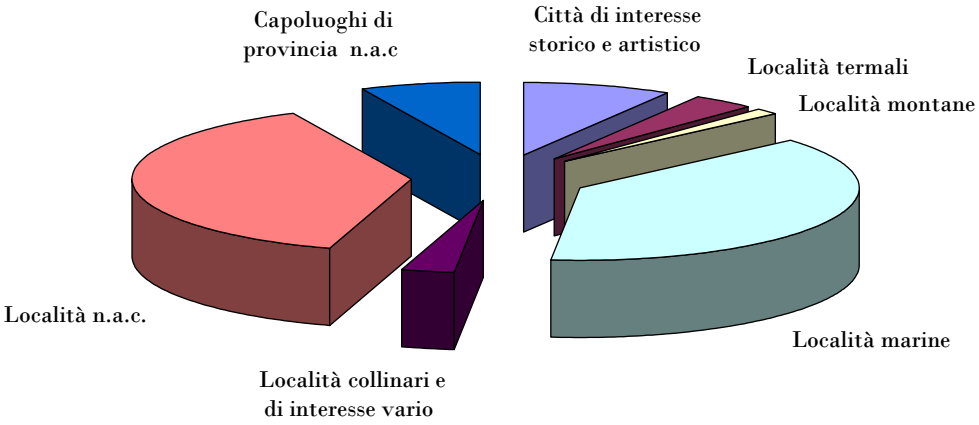
Fonte: elaborazioni su dati Istat.

Nel Mezzogiorno, secondo la classificazione per tipologia delle circoscrizioni turistiche dell'Istat[157], più di un terzo delle località presenterebbe una vocazione prevalentemente balneare. I comprensori turistici di interesse storico-artistico che figurano in questa classificazione sono 9, localizzati in solo tre regioni (tab. 24). La composizione di queste categorie fornisce già un sintomo del rilievo (limitato) degli aspetti culturali nell'offerta turistica del Meridione che, in effetti, sarebbero obiettivamente presenti in un numero molto superiore di aree nelle quali però, spesso, prevalgono le altre vocazioni (soprattutto balneari).[158]

[157] L'Istat identifica le tipologie di località turistiche sulla base della principale vocazione. Si tratta di una classificazione che sconta numerose imperfezioni e incongruenze, ma tuttavia rappresenta l'unica fonte ufficiale che permette di analizzare in parte l'aspetto motivazionale del turismo.

[158] Molte delle località che figurano tra le mete balneari presentano un'offerta culturale e museale rilevante e, tra quelle cui l'Istat non assegna alcuna classificazione ("n.a.c."), figurano luoghi come Matera.

Fig. 43 - Presenze turistiche nel Mezzogiorno per tipologia di località (valori percentuali, anno 2007)



Fonte: Elaborazioni su dati Istat.

Il segmento turistico culturale "puro", nel Mezzogiorno, assume in generale dimensioni piuttosto limitate, frutto di una componente turistica di massa (balneare) molto più consistente, destinatario principale delle politiche, delle strategie di promozione e della valorizzazione turistica di gran parte delle Regioni nel corso almeno degli ultimi 20 anni. In poche aree del Mezzogiorno si raggiungono livelli consistenti di sviluppo del segmento culturale, peraltro in alcune delle mete più rinomate del turismo internazionale che vantano una notevole capacità attrattiva la quale, tuttavia, si trova particolarmente concentrata "tralascia" un patrimonio diffuso nel contesto circostante, nel suo complesso, altrettanto significativo (tab. 25) che, soprattutto, permetterebbe una lettura più approfondita e interessante del bene stesso. Pompei e Taormina, solo per citare i due esempi più evidenti, sono meta di una grande flusso di turisti ogni anno, vicino a quello delle maggiori città d'arte del Centro-Nord, mentre il resto del patrimonio culturale e del territorio meridionale anche nelle aree limitrofe ai due grandi attrattori, è meta soprattutto di un turismo di massa estivo.

Tab. 25 - Arrivi turistici nell'anno 2007 (esclusi mesi di luglio e agosto) nelle principali mete culturali d'Italia

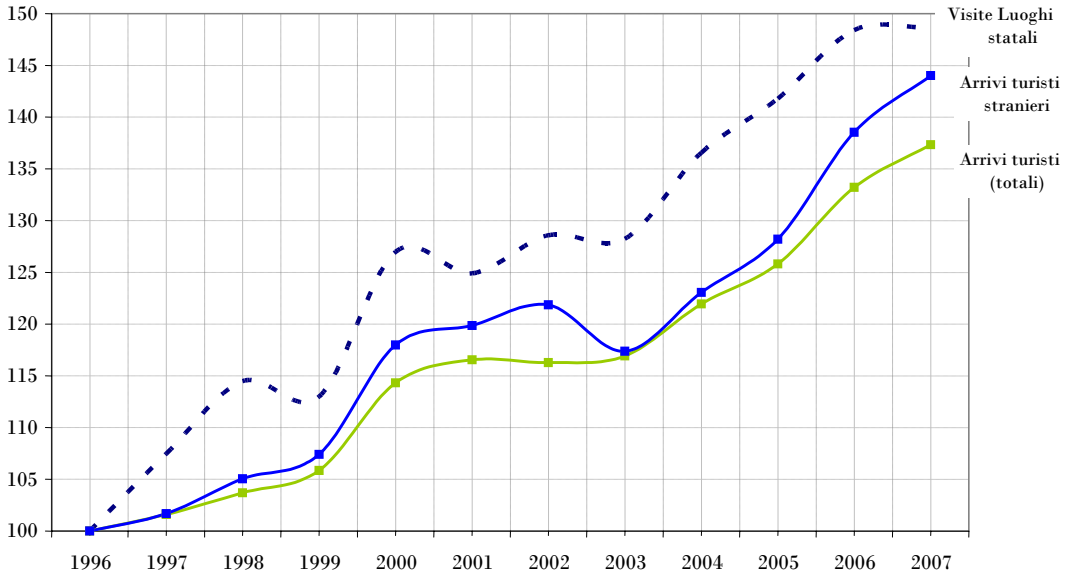
Centro - Nord		Mezzogiorno	
Roma	2.965.969	Napoli	1.211.872
Venezia	2.038.278	Messina	557.411
Firenze	1.281.269	Palermo	520.225
Perugia	1.058.161	Bari	411.395
Torino	921.484	Lecce	274.035
Bologna	812.598	Siracusa	177.642
Siena	571.904	Reggio Calabria	156.614
Lucca	373.628	Taranto	148.727
Pisa	344.002	Agrigento	145.144
Ferrara	247.911	Matera	111.803
Arezzo	218.283		
Mantova	116.502		
Media	*912.499*	*Media*	*371.487*

Fonte: elaborazioni su dati Istat.

Un parallelo tra l'andamento dei flussi turistici, nel Mezzogiorno e in Italia, e le visite presso musei e luoghi di cultura (statali) evidenzia chiaramente il divario tra le diverse aree del Paese.

La dinamica dell'ultimo decennio rilevabile nelle regioni del Centro-Nord mostra una correlazione estremamente forte, infatti, tra andamento delle visite nei musei e nei luoghi d'arte e arrivi turistici, in particolare di quelli stranieri (fig. 44). Il mercato turistico centro-settentrionale - è evidente - dipende fortemente dalla fruizione del patrimonio culturale e ciò avviene nonostante il peso comunque rilevante di altri segmenti, in primo luogo quello balneare, in Toscana, Veneto, Emilia Romagna, Liguria, Marche.

Fig. 44 - Arrivi turistici (totali e stranieri) e visite a musei, monumenti e aree archeologiche statali del Centro Nord (n. indici, anni 1996-2007)



Fonte: elaborazioni su dati Istat e Mibac.

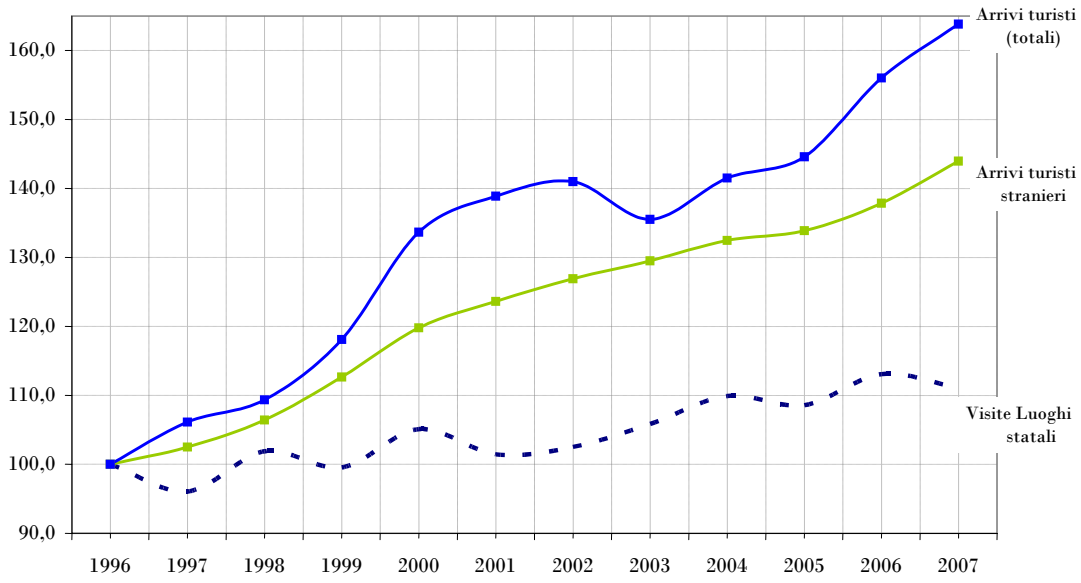
Il mercato turistico del Mezzogiorno (fig. 45) dipende in maniera molto meno stringente dall'attrattività delle risorse museali e culturali (anzi, come si è detto, avviene in parte un processo opposto, presenta una fruizione culturale spesso di "rimbalzo"), mostrando una correlazione che si può rintracciare, flebilmente, solo con riferimento alla componente turistica straniera.

L'effetto di politiche culturali stratificate dirette alla valorizzazione, alla creazione di sistemi, reti di offerta, sistemi di gestione e servizi, avviate – come accennato in precedenza – in molte regioni del Centro (Umbria, Toscana, Marche) e del Nord (Piemonte, Emilia Romagna) è ben visibile nello sviluppo di un mercato turistico fortemente correlato alla crescita della domanda culturale e ad essa direttamente ispirato. Nel Mezzogiorno, l'espansione della domanda turistica, che pure ha avuto proporzioni analoghe nell'ultimo decennio, sembra invece il frutto di politiche e di un sistema di accoglienza fortemente orientati al comparto balneare o, comunque, slegati da una strategia coordinata di valorizzazione del patrimonio culturale.
I grafici presentati, pur indicativamente, mostrano quindi come, da un lato, si renderebbe necessario implementare un'azione complessiva di valorizzazione del segmento turistico-culturale in grado, come noto, di sviluppare una capacità di spesa, comportamenti e impatti economici particolarmente significativi per il tessuto locale[159], dall'altro, l'esigenza di incentivare anche maggiori azioni di partecipazione e coinvolgimento del consistente bacino turistico balneare che, pur

[159] È oramai consolidata l'opinione che il turista "culturale" abbia una propensione al consumo e una spesa media superiore a quella del turismo di massa (si questo si veda, tra gli altri, ENIT,2008).

a condizioni particolare, può essere oggetto di una strategia di valorizzazione culturale.[160]

Fig. 45 - Arrivi turistici (totali e stranieri) e visite a musei, monumenti e aree archeologiche statali nel Mezzogiorno (n. indici, anni 1996-2007)



Fonte: elaborazioni su dati Istat e Mibac.

Anche se a un livello territoriale così ampio è difficile formulare ipotesi quantitative, semplificando al massimo si potrebbe operare un paragone tra le attrattive culturali del Mezzogiorno, che oggi registrano moderati flussi di visitatori e turisti, e alcune città d'arte del Centro-Nord (ad esempio Ferrara, Mantova, Verona, Perugia, Lucca, Siena) le quali, a seguito di processi complessi (e di lungo periodo) di valorizzazione culturale e territoriale,[161] vantano consistenti flussi di turismo culturale, attratti da un'offerta di fruizione organizzata, ben riconoscibile dall'esterno, inserita in contesti territoriali e di accoglienza di qualità. Ragionando su un orizzonte programmatico di medio-lungo periodo, si deve poter ipotizzare, dovendo immaginare uno scenario di valorizzazione, un obiettivo proporzionale analogo a quello raggiunto da queste importanti aree/sistemi turistico-culturali di maggior richiamo, a condizione di migliorare le condizioni di accoglienza e i servizi di supporto alla cultura e massimizzare gli effetti economici

[160] Si tratta di una componente che, come noto, manifesta una bassa propensione alla fruizione culturale, in particolare per quanto riguarda i flussi di domanda interna interessati quasi esclusivamente al relax e alla vacanza al mare (Notoriamente il turista straniero, anche balneare, manifesta una propensione alla fruizione di musei e luoghi di cultura più elevata degli italiani.), ma il bacino potenziale riferibile a questa componente può assumere volumi molto consistenti.

[161] Anche se l'accostamento tra alcune città del Mezzogiorno con luoghi di eccellenza culturale come Mantova e Lucca potrebbe sembrare azzardato, si può tranquillamente affermare che anche la qualità urbana e territoriale di certi luoghi sia l'esito di politiche – pur di lungo termine - ispirate alla valorizzazione dei luoghi e della cultura locale.

di tali flussi (si pensi a questo proposito a Pompei, dove il sistema ricettivo accoglie solo una quota insignificante dei 4 milioni circa di visitatori degli scavi).
Il divario tra le principali mete del turismo culturale d'Italia del Centro Nord e il Mezzogiorno appare molto rilevante. A parte Napoli, Messina e Palermo, nessuna delle province meridionali arriva a più di 500 mila arrivi, se si escludono i mesi estivi[162], nei quali predominano flussi balneari.
Le condizioni di contesto delle diverse aree sono tali e tanto peculiari da non permettere un accostamento realistico in termini di flussi potenziali, tuttavia la notevole distanza media tra le due aree offre, come detto, un interessante riferimento circa le potenzialità inespresse dei sistemi culturali territoriali più importanti del Mezzogiorno.
Nel 2007, le visite a musei, monumenti e aree archeologiche del Centro Nord sono risultate in rapporto di circa 1 a 2 con gli arrivi turistici (1 visitatore ogni 2 viaggi), a fronte di un rapporto di 1 a 3 nel Mezzogiorno; ciò da un'idea di quanto ampi siano i margini di sviluppo del *segmento culturale specializzato* del Meridione d'Italia. Secondo queste ipotesi, la domanda potenziale turistico-culturale potrebbe essere espressa in milioni di arrivi aggiuntivi.
La domanda di visita di musei, luoghi e monumenti, come detto, non si lega solo ai soggiorni culturali, ma può attingere anche da flussi turistici indiretti, anche se come noto le potenzialità di coinvolgimento si riducono fortemente nel caso del turismo di massa. Per quanto riguarda la componente *balneare*, nel 2007 gli arrivi nelle località balneari del Mezzogiorno (cfr. classificazione Istat) sono stati più di 6 milioni. Applicando una misura di propensione media della popolazione, pari a quella italiana, dl 21%(dato 2007)[163], ne deriverebbe un'ulteriore platea potenziale di visitatori di almeno 1,2 milioni di persone[164].

3.6.1.1. LE SCOLARESCHE

La domanda originata dal sistema di gite scolastiche organizzate rappresenta una componente significativa dei flussi di visita di musei e aree archeologiche, in particolare nel Mezzogiorno, dove le testimonianze storico-culturali richiamano direttamente importanti ambiti di approfondimento della scuola elementare, media e superiore e forniscono un valido supporto didattico ai programmi di storia, arte e letteratura. In alcuni siti, questa componente rappresenta una fonte predominante di alimentazione dei flussi di visita, richiedendo servizi e funzioni dedicate.[165]

---

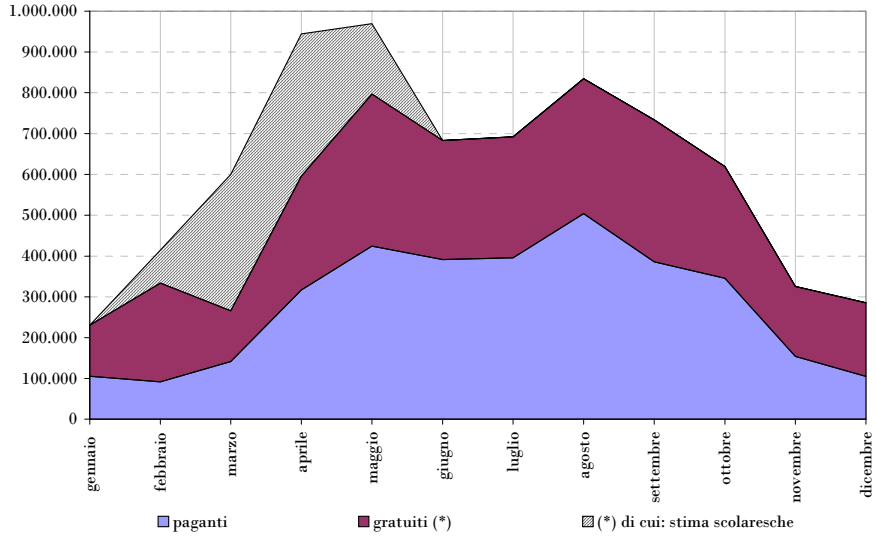
[162] In assenza di dati specifici sulle componenti turistiche, si possono approssimare i movimenti legati alla fruizione culturale con i dati annuali sottraendo il flusso dei mesi estivi tipicamente dediti al turismo balneare (luglio e agosto).

[163] Indagini multiscopo sui comportamenti delle famiglie, Istat, anno 2006: 21 persone su 100, nell'ultimo anno, hanno visitato un museo, un'area archeologica o una mostra

[164] Si tratta di una stima per difetto poiché, come noto, gli stranieri manifestano una propensione al consumo culturale molto maggiore degli italiani.

[165] A tal proposito, L Mammoccio, in quanto responsabile (per l'Associazione Civita) di funzioni riguardanti i servizi aggiuntivi presso alcuni importanti siti del Mezzogiorno, ha portato l'esempio del sito di Paestum dove, di fronte a un flusso particolarmente consistente di scolaresche, è stato necessario concordare con l'Amministrazione la predisposizione di un servizio di prenotazione e *call center* dedicati. Altri esempi portati dalle indagini di campo

Fig. 46 - Visitatori mensili per modalità di ingresso nei musei, monumenti e aree archeologiche statali del Mezzogiorno (anno 2008)



Fonte: elaborazioni su dati Istat e Mibac.

Anche nel caso delle scolaresche, una quantificazione attendibile in merito ai flussi quantitativi e alle quote di fruizione ad oggi riservate a questa componente è ottenibile solo in maniera indiretta, attraverso la *proxy* delle quote di ingressi gratuiti che si registrano nei musei nei mesi primaverili – quando si i flussi delle scolaresche raggiungono notoriamente la loro massima concentrazione.
Nel 2008, i musei, monumenti e aree archeologiche statali hanno accolto tra febbraio e giugno più di 2 milioni di visitatori a titolo gratuito, circa il 45% dei quali – pari a 930 mila – attribuibili alla componente scolastica[166] (fig. 43).
Per un calcolo indicativo del bacino di domanda potenziale riferibile complessivamente a questa componente si può invece fare riferimento alle statistiche scolastiche e applicare una metodologia analoga a quella utilizzata negli studi preliminari sui Poli di eccellenza museale[167] per stimare il volume potenziale di visite che potrebbe originare dalle scolaresche.

hanno illustrato l'importanza della connessione tra gestori dei siti (quelli maggiormente attrattivi) e tour operator, sempre ai fini della prenotazione dei biglietti e di una ottimale organizzazione dei flussi di visita.

[166] Confrontando la proporzione tra l'incidenza delle gratuità sui paganti del periodo febbraio–giugno (54%) e l'incidenza media nell'anno (88%) si è stimata la quota di flusso di ingressi gratuiti potenzialmente attribuibile alle scolaresche.

[167] Le stime di domanda potenziale all'interno degli studi di pre-fattibilità dei primi 8 Poli museali di eccellenza si basano su un calcolo che tiene conto dei tassi di partecipazione della popolazione in età scolare e del volume complessivo di iscritti nelle scuole di vario ordine (diversamente da tali studi, riferiti a singoli beni, non viene qui applicato anche il criterio gravitazionale).

Tab. 26 - Alunni iscritti per ordine scolastico e Regione e domanda potenziale (A.S. 2007-2008)

Regione	Primaria	I Grado	II Grado	Totale
Abruzzo	58.449	37.069	64.692	160.210
Molise	14.125	9.174	16.911	40.210
Campania	341.512	214.575	353.793	909.880
Puglia	216.279	135.394	227.904	579.577
Basilicata	28.274	17.873	35.617	81.764
Calabria	99.449	64.693	117.367	281.509
Sicilia	270.900	177.961	284.155	733.016
Sardegna	70.116	46.608	84.579	201.303
Mezzogiorno	1.099.104	703.347	1.185.018	2.987.469
Tassi di partecipazione (*)	38%	45%	43%	
Domanda potenziale	417.660	313.693	509.558	1.240.910

(*) Percentuale di persone che nel corso dei 12 mesi precedenti ha visitato almeno un museo o una mostra (per cl. d'età)
Fonte: elaborazioni su dati Istat – MIUR.

A fronte di una popolazione scolastica meridionale di quasi 3 milioni di alunni (dai 2007/2008 del MIUR) e di una propensione media alla visita, negli anni della giovane età, variabile tra il 38% e il 45% (tab. 26), vi sarebbe un totale di almeno 1,2 milioni di studenti potenziali visitatori solo in quest'area, che andrebbero sommati alla domanda potenziale proveniente dal sistema scolastico del Centro-Nord[168].

3.6.1.2. LA DOMANDA RESIDENZIALE

Come si è avuto modo di trattare, l'offerta culturale del Mezzogiorno deve potersi rivolgere anche alla popolazione residente, per svolgere quella funzione primaria che vede nel patrimonio di musei, monumenti e aree archeologiche non solo un mezzo di promozione turistica e una fonte di svago e intrattenimento, ma anche e soprattutto uno strumento fondamentale di crescita sociale e culturale per la popolazione residente che, con modalità e motivazioni diverse, visita musei, monumenti, aree, siti, mostre.
Notoriamente la domanda culturale si lega a fattori economico-sociali strutturali come il tasso di istruzione, l'età e il reddito e presenta un'incidenza sulla popolazione residente inferiore nelle regioni del Sud rispetto al Centro-Nord. La propensione alla visita di musei e mostre, nel Mezzogiorno, nel 2006 (ultimo dato) è di circa il 18,5%, a fronte di una media del 29% nelle regioni del Centro e del 34,2% nel Nord Italia.
Questi dati affermano ancor di più la centralità della funzione di promozione culturale locale in questi territori, al fine di correggere divari che, altrimenti, rischierebbero di protrarsi nel lunghissimo periodo.
Del resto, anche le numerose interviste realizzate nel corso dell'indagine di campo hanno spesso messo in rilievo la necessità di contemperare le esigenze di valorizzazione turistica con l'attenzione alla domanda residenziale, tenendo conto in particolare anche delle diverse categorie di utenti potenzialmente raggiungibili (anziani, stranieri, giovani, famiglie, ecc.).

[168] Anche gran parte delle scolaresche di queste regioni programmano sistematicamente visite e gite nei più importanti luoghi di cultura del Sud: Pompei, Agrigento, Napoli, Paestum, ecc.).

Alcuni interlocutori[169], nel corso dell'indagine di campo, hanno rilevato come un'offerta maggiormente orientata a determinate categorie di utenti - effettivi o potenziali - potrebbe permettere, anche con un impegno di risorse limitato, un buon incremento di interesse da parte del pubblico. Approntare servizi di accoglienza e supporto alle visite per i nuclei familiari numerosi e per gli anziani, prevedere specifici supporti (linguistici, didattici, ludici, ecc.) per la popolazione straniera residente, promuovere azioni di coinvolgimento e partecipazione dedicate ai giovani, indipendentemente dalle scuole, così come l'organizzazione di mostre ed eventi espositivi e culturali temporanei dedicati a tutta la platea potenziale, rappresentano tutte iniziative in grado di esercitare un forte impatto sulla qualità della fruizione e sull'attrattività di un museo.[170]

A questo proposito, si riporta di seguito a titolo del tutto indicativo, uno schema de target di domanda potenziale, sei segmenti specifici di pubblico e delle indicazioni di *policy* in merito all'organizzazione dei servizi e dell'offerta museale che, per ciascuno, sono emerse dalle indagini.

Alcuni esperti hanno inoltre fatto rilevare come esistano nel tessuto residenziale dei bacini di domanda "non convenzionale" e informale potenzialmente molto estesi, che emergono con grande evidenza nel corso di manifestazioni come le "notti bianche" e altre occasioni di fruizione culturale informale promosse a scopo divulgativo e/o di svago.[171]

---

169 In particolare A. Bollo e L. Solima.

170 L'emergere di una componente come quella delle famiglie, intesa come nuclei familiari interi che si recano a visitare un museo, richiede ad esempio la predisposizione di una serie di servizi ad hoc (nursery, spazi di riposo, ecc.), politiche di prezzo specifiche (sconti, abbonamenti, ecc.). lo stesso discorso vale per gli anziani, che ovviamente necessitano di strutture e servizi diversi rispetto al pubblico giovanile e a quello, crescente, degli stranieri residenti in Italia, il cui coinvolgimento necessiterebbe di appositi supporti conoscitivi e informativi (in lingua) e attività dedicate.

171 L. Solima, su questo punto, ritiene che esista una enorme riserva di "non pubblico", anche se difficile da raggiungere, che sceglie l'offerta "non convenzionale". Si tratta per lo più di utenti potenziali che sono ostacolati dall'immagine negativa del museo - ereditata sin dai tempi della scuola – e che in eventi e occasioni come la Notte bianca o la grande mostra possono essere incentivati non solo dalla gratuità. Del resto, è evidente anche dai dati raccolti che il museo rappresenta solo una delle sedi in cui si esplicita la domanda culturale; la numerosità e l'affluenza di pubblico di luoghi atipici (come chiese, edifici di interesse storico-architettonico, fortificazioni, ville, ecc.) è un indicatore parziale ma significativo di tale fenomeno. Anche Solima, come Settis e altri, richiama inoltre l'importanza della costruzione di un rapporto di "comunità" tra il museo e residenti.

Componenti	Segmenti specifici	Esigenze/indicazioni di *policy*
TURISTI	Turisti culturali	*Incremento dei servizi museali (supporti, orientamento, prodotti e accoglienza)* *Miglioramento della qualità urbana del contesto* *Miglioramento della qualità degli allestimenti e del rapporto visitatore-collezione* *Qualificazione dei servizi turistici non ricettivi*
	Turisti di massa (balneari)	*Incremento funzioni di promozione e marketing* *Organizzazione di eventi espositivi e mostre*
SCOLARESCHE	Locali	*Potenziamento delle attività didattiche e degli strumenti di partecipazione delle scolaresche*
	Nazionali	*Incremento dei servizi di prenotazione, di accoglienza turistica* *Collegamenti con tour operator specializzati*
	Straniere	
RESIDENTI	Famiglie	*Incremento dei servizi e spazi museali destinati all'accoglienza e servizi specifici (nursery, ecc.)* *Differenziazione delle politiche di prezzo, promozioni, sconti, ecc.*
	Giovani	*Incremento di eventi e iniziative di partecipazione e coinvolgimento* *Miglioramento dei supporti informativi e illustrativi*
	Stranieri	*Supporti linguistici, attività didattiche specifiche per componenti nazionali*
	Anziani	*Adattamento e miglioramento delle strutture e degli spazi di supporto alla fruizione*
	Utenti non convenzionali	*Promozione di eventi di grande richiamo (gratuiti)* *Potenziamento delle occasioni di partecipazione informale*

Il bacino di utenza residenziale cui, alle condizioni attuali, l'offerta culturale del Mezzogiorno può essere riferita è di circa 23 milioni di abitanti (popolazione maggiore di 6 anni). Applicando gli attuali tassi di partecipazione culturale, si può quantificare una domanda potenzialmente attivabile di circa 4,6 milioni di visitatori (ognuno dei quali potrebbe ripetere più volte l'esperienza di visita durante l'anno).

Tab. 27 - Stima del bacino di domanda potenziale della popolazione residente nel Mezzogiorno

Regione	Popolazione residente di 6 anni e più	Tasso di partecipazione	Domanda potenziale
Abruzzo	1.256.316	22%	277.646
Molise	305.645	16%	49.514
Campania	5.433.618	18%	983.485
Puglia	3.841.271	18%	695.270
Basilicata	560.551	22%	120.518
Calabria	1.896.942	17%	318.686
Sicilia	4.728.051	17%	780.128
Sardegna	5.433.618	26%	1.423.608
Mezzogiorno	23.456.012	-	4.648.856

(*) persone di 6 anni e + che negli ultimi 12 mesi hanno visitato un museo o una mostra
Fonte: elaborazioni su dati Istat.

Il fenomeno dell'auto-contenimento della domanda – osservato per i flussi turistici - potrebbe essere applicato anche ai flussi di visitatori, ampliando notevolmente il

bacino potenziale, anche se su questo punto - come fanno notare molti degli intervistati[172] - vanno considerati i vincoli alla mobilità interna derivanti da infrastrutture di collegamento incomplete, in gran parte del territorio del Mezzogiorno, che limitano fortemente le possibilità di spostamento, ad esempio, tra una regione e l'altra, per la visita a una mostra.
Sulla più bassa propensione media al consumo culturale del Sud incidono, oltre alla mobilità, anche altri fattori dipendenti dall'offerta e dal contesto. Un minimo innalzamento dei tassi di partecipazione della regione consentirebbe di allargare notevolmente il bacino potenziale a disposizione (applicando i tassi medi nazionali al Mezzogiorno si arriverebbe a circa 6,5 milioni di visitatori potenziali).
Occorre domandarsi, a questo punto, a quali condizioni la platea potenziale di visitatori, nelle diverse componenti esaminate, potrebbe essere animata e attirata dall'offerta culturale del Mezzogiorno. La dotazione di servizi museali, come detto, rappresenta uno degli elementi di criticità emersi con maggiore evidenza nel corso dello studio e dalle indagini presso i testimoni privilegiati. A seconda dei punti di vista emersi nel corso dell'indagine, il miglioramento dei servizi culturali dovrebbe concentrarsi sulla riqualificazione delle strutture e degli spazi *tout court* o, come alternativa di breve periodo, su interventi di *maquillage* più superficiale, per dotare i musei di servizi di base e promuoverne un'immagine migliore, anche attraverso un più stretto rapporto collaborativo con il sistema turistico (tour operator, servizi di prenotazione, ecc.).
Il sistema turistico e la qualità urbana di molte città del Mezzogiorno, nelle quali un patrimonio di grandissimo pregio e valori storico-artistico si mescola a contesti di scarsa qualità, diffusa criminalità, mancanza di servizi (trasporti, orientamento, commercio) rappresentano in effetti dei fattori determinanti per lo sviluppo di un sistema culturale evoluto[173].
Il turismo, in generale, rappresenta una componente fondamentale e strettamente interrelabile con le politiche di valorizzazione culturale, anche se non l'unica. Nel corso dell'indagine di campo, il rapporto tra turismo e cultura è stato oggetto di numerosi interventi, riflessioni e dibattiti su criticità, dinamiche e possibili *policy*. Le considerazioni emerse in queste occasioni assumono un rilievo cardinale ai fini dell'economia dello studio, e possono essere spalmate su due approcci radicalmente opposti, ma in realtà perfettamente complementari, ascrivibili al diverso ruolo e preparazione dei testimoni chiamati a discutere.
Da un lato, è opinione condivisa – soprattutto tra gli economisti, i gestori di servizi culturali, alcuni esperti e operatori del settore pubblico – che il contenitore culturale, il sito museale, abbia una capacità attrattiva non solo legata all'importanza storico-artistica degli oggetti esposti; gli aspetti determinanti di una politica di espansione della domanda sono per di più da rintracciare nel modo in cui il sistema si organizza, nella qualità dei servizi offerti, nella capacità di rendersi visibile e riconoscibile all'esterno come un'offerta culturale strutturata. Non si potrebbe spiegare altrimenti la presenza di siti e luoghi, soprattutto nel panorama internazionale (USA, Gran Bretagna, Germania, ecc.), in grado di

[172] Tra gli altri, L. Dal Pozzolo ha messo in rilievo le condizioni di mobilità interna di ampie zone della Pianura Padana che permettono spostamenti relativamente facili e permettono a molte iniziative (soprattutto mostre) di contare su una raggio di gravitazione potenziale di domanda molto più ampio.

[173] Il rapporto tra sistema turistico e offerta culturale, come detto in altre parti dell'analisi, è stato al centro di tanti confronti e riflessioni.

attrarre consistenti flussi di visitatori e turisti sulla base di un patrimonio di rilievo non necessariamente unico o importante, ma basandosi su un sistema di promozione del prodotto culturale efficace e a un'intelaiatura organizzativa e gestionale particolarmente efficiente.
Le ricette di *policy* correlate a questa visione interessano modalità di intervento, di varia natura, incentrate prevalentemente sul miglioramento delle condizioni di offerta culturale e dirette a incidere sull'organizzazione e sulla gestione, sulle logiche di presentazione e comunicazione ai visitatori, sulle politiche di *marketing* e promozione del polo museale, sulla dotazione di servizi di supporto.
Sul fronte opposto, è opinione diffusa soprattutto presso operatori della sfera della conservazione, storici dell'arte, archeologi e soprintendenti, che il museo non disponga, al suo interno, di grandi margini operativi per lo sviluppo della domanda che, per contro, dipenderebbe pressoché esclusivamente dalla capacità di promozione turistica e dal marketing di un intero sistema territoriale. I "grandi numeri" di un sito o di un polo dipenderebbero in gran parte dal modo in cui il sistema turistico e di accoglienza (fuori dal museo) si organizza e si struttura per far convogliare il maggior numero di turisti e visitatori prima nel luogo (città, sistema locale, paesaggio), poi nella struttura museale o nel sito. Il museo e i beni in esso esposti, laddove particolarmente rappresentativi (es. i Bronzi di Riace) rappresentano soprattutto un *asset* (per lo più immodificabile) a disposizione del sistema di promozione turistica. La qualità e le condizioni legate alla gestione museale, le modalità organizzative, i servizi di supporto alla visita, da questo punto di vista, sono fattori in grado di migliorare la fruizione, ma affatto determinanti per generare un'economia turistico-culturale.
Le ricette di *policy* elaborate a partire da questo approccio sono essenzialmente ascrivibili alla categorie delle azioni di marketing turistico, preferibilmente coordinate con la struttura di offerta culturale, ma sostanzialmente legate a operatori della promozione.
Si tratta evidentemente di due posizioni "radicali" che rappresentano uno scenario che, in effetti, presenta grandi aspetti di complessità. Da un lato, non si può negare che la componente turistica giochi un ruolo determinante nell'apportare al sistema culturale consistenti flussi di visitatori e nel fornire un bacino potenziale di domanda. Dall'altro, è altrettanto evidente, non solo dall'analisi qui presentata, che le modalità con cui un polo o un sito si organizza e si "offre" al pubblico in termini di allestimenti, percorsi di visita, servizi, possono risultare determinanti, soprattutto in contesti in cui la dotazione di base e le strutture risultano particolarmente carenti, tanto da incidere sul posizionamento competitivo rispetto ai flussi di visita.
In sintesi, se vi è assoluta evidenza sulle potenzialità inespresse del sistema turistico-culturale del Mezzogiorno, vi sono numerosi punti di vista in merito alle possibilità e alle logiche di intervento. dovendo trovare alcuni elementi di sintesi comune, si può dire che la logica di intervento sui poli (anche se non su tutti[174]), trova una discreta base di consenso laddove, date le dimensioni economiche e istituzionali del Programma, mira a intervenire puntualmente sulla qualità delle strutture per migliorare aspetti particolarmente carenti e specifici del sistema di

[174] Tenuto conto che più di un dubbio è stato sollevato sull'eccessiva eterogeneità dei siti candidati e sulle diverse potenzialità di alcuni di essi.

offerta, fungendo da azione di avvio per un ciclo di azioni e strategie di accompagnamento di medio e lungo termine più ampie e profonde.

4. MUSEI, MONUMENTI, AREE ARCHEOLOGICHE E LUOGHI DI CULTURA DEL MEZZOGIORNO: UNA CLASSIFICAZIONE TIPOLOGICA

PREMESSA

In questa parte conclusiva dell'analisi di scenario viene presentato un tentativo di classificazione del patrimonio che compone l'offerta del Mezzogiorno in *tipologie e tipizzazioni*, dirette a riflettere le principali caratteristiche tematiche, territoriali, dimensionali, economiche e funzionali delle istituzioni e del patrimonio culturale più rappresentativo del Mezzogiorno. L'obiettivo finale è quello di identificare, laddove esistono, i caratteri che legano e collegano un patrimonio estremamente disperso ed eterogeneo, soprattutto rispetto a possibili obiettivi e strategie di valorizzazione. Conoscere il patrimonio, identificarne le caratteristiche, le tendenze, le potenzialità, costituisce condizione necessaria all'avvio di qualsiasi opzione di *policy* che si diriga a una sua valorizzazione.
Nei numerosi studi condotti sul patrimonio del Mezzogiorno nel tempo, i tentativi di classificazione
Il metodo seguito, al fine di stilare una *tassonomia* efficace e rappresentativa dell'offerta culturale del Mezzogiorno, incrocia fondamentalmente due criteri. Da un lato, si assumono classificazioni, consolidate nel campo della letteratura e della legislazione dei beni culturali, basate su elementi strutturali e tematici e che, tuttavia, nel caso in questione stentano, per la loro astrattezza, a comporre un quadro operativamente utile e completo[175]. Dall'altro, si è cercato di cogliere, nel momento stesso dell'individuazione di tipi e categorie, i principali fattori virtuosi o di criticità con un approccio "progettuale", già orientato a definire opzioni e possibili strategie di intervento.
Per procedere a una rappresentazione dettagliata del patrimonio, è apparso utile selezionare un campione di circa 100 siti (musei, luoghi, monumenti, aree) localizzati nelle regioni meridionali, principalmente sulla base di criteri di "successo di pubblico" (n. visitatori) e di vincoli legati al rispetto di alcuni presupposti territoriali e tipologici[176]. I criteri scelti, letti alla luce della distribuzione geografica che è emersa dalla selezione (rappresentata in fig. 47), forniscono indicazioni di una certa evidenza sui "tipi" presenti e sui loro reciproci rapporti.
Dal mosaico così composto emerge un'offerta che si potrebbe sintetizzare come articolata in tre segmenti, tra loro strettamente intrecciati:

---

175 L'Unesco, per esempio, classifica i musei secondo le seguenti tipologie: Arte, Archeologia, Arte e Archeologia, Storia, Scienza e storia naturale, Scienza e Tecnica, Etnografia e Antropologia, Specializzato, Territoriale, Generale, Orti botanici e Giardini storici. Cfr. Daniele Jalla, *Il museo contemporaneo. Introduzione al nuovo sistema museale italiano*, UTET, Torino 2003, p. 46.

176 Per ciascuna delle 8 regioni del Mezzogiorno si è fatto in modo di includere un numero minimo di siti (5/6), a prescindere dal volume di visitatori registrato. Sono stati inoltre acclusi all'elenco, laddove mancanti, quei siti di alto rilievo storico-culturale che i precedenti criteri avrebbero lasciato fuori (l'elenco comprende le risorse relative ai 15 potenziali Poli di eccellenza pre-selezionati).

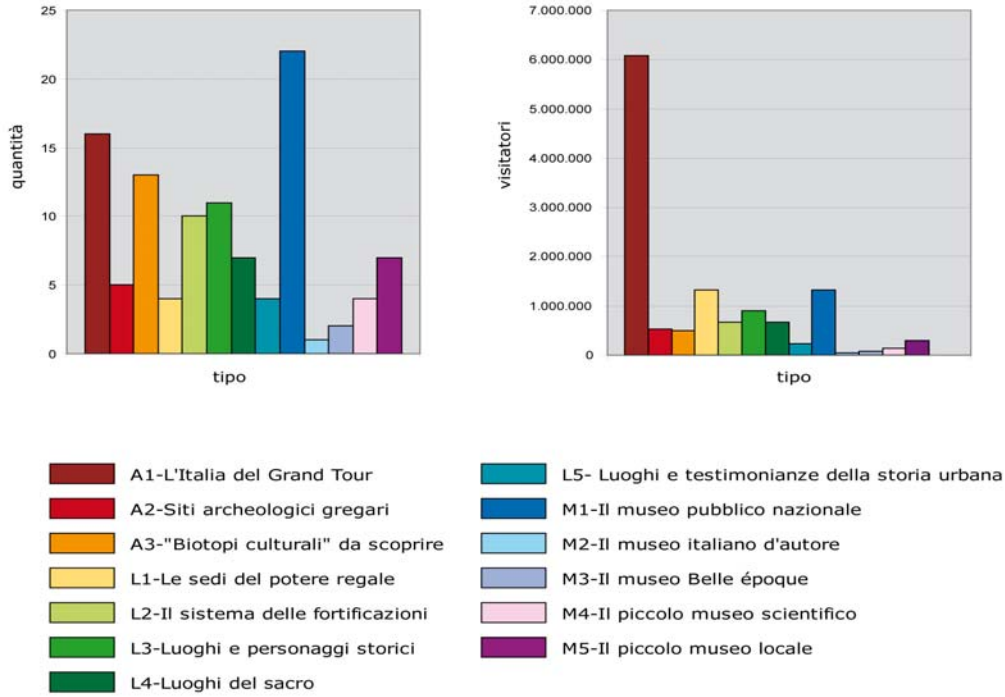
- un'*Italia archeologica*,
- un'*Italia dei mille luoghi* e *delle mille situazioni* di interesse storico-culturale disseminate sul territorio, legate molto concretamente anche alle vicende economiche e di vita sociale contemporanee,
- un'*Italia dei musei*.

Il quadro delle macro-categorie e delle tipologie specifiche che ne discende si può quindi schematizzare, a partire dalle tre tipologie, in una serie di componenti specifiche di offerta, di seguito elencate:

- **Aree archeologiche**
  - L'Italia del *Grand Tour* (A.1)
  - Siti archeologici "gregari" (A.2)
  - "Biotopi culturali" da scoprire (ma non troppo) (A.3)
- **Luoghi**
  - Le sedi del potere regale (L.1)
  - Il sistema delle fortificazioni (L.2)
  - Luoghi e personaggi storici (L.3)
  - Luoghi del sacro (L.4)
  - Luoghi e testimonianze della storia urbana (L.5)
- **Musei**
  - Il museo pubblico nazionale (M.1)
  - Il museo italiano d'autore (M.2)
  - Il museo *Belle époque* (M.3)
  - Il piccolo museo scientifico (M.4)
  - Il piccolo museo locale (M.5)

La prima evidenza che emerge dalla classificazione e dalle rappresentazioni dei circa 100 siti selezionati, è il peso preponderante occupato dal tema *archeologico*, e in particolare dei siti di più antica e consolidata fama, che coprono da soli circa il *55%* dei visitatori totali della selezione (9 siti in tutto, con in testa Pompei). Tale situazione è l'esito più eclatante e duraturo della tradizione del *Grand Tour*, espresso in una frequentazione concentrata essenzialmente nel golfo di Napoli e nella Sicilia.
Al di là di questi siti molto noti, la realtà delle altre *aree archeologiche* appare duplice: da un lato, località di indubbio rilievo storico-culturale, che stentano però ad affermarsi presso il pubblico per la mancanza di una forte attrattività, determinata dalla loro condizione all'interno di contesti ambientali degradati, dal loro isolamento all'interno dei centri urbani o da una scarsa capacità promozionale (A.2 - Siti archeologici gregari); dall'altro, reperti inseriti in contesti lontani dai grandi flussi, spesso di grande interesse paesaggistico, ma al contempo strutturalmente fragili, la cui valorizzazione andrebbe attentamente studiata per non minare alla base il loro stesso valore culturale (A.3 - "Biotopi culturali" da scoprire).

Fig. 48 - Quantità di siti e di visitatori per tipologia di beni



Il secondo segmento emerge, nella sua eterogeneità, come un tratto molto caratteristico dell'offerta culturale del Mezzogiorno, che complessivamente raccoglie circa il *30%* dei visitatori. Si tratta di *luoghi e monumenti* segnati dall'esercizio del potere sul territorio e dal succedersi delle dominazioni, come i poderosi sistemi delle residenze reali e delle fortificazioni (L.1 - Le sedi del potere regale, L.2 - Il sistema delle fortificazioni). I 6 siti principali, concentrati a Napoli, Palermo e Castel del Monte, contano da soli oltre 1,6 milioni di visitatori.
Nello stesso segmento si distinguono ulteriori tipologie di siti che presentano una certa attrattività, tutti fortemente *legati ai contesti territoriali*: le case-museo, i complessi monastici e le numerose testimonianze di storia e di cultura di cui sono disseminati i centri urbani del Meridione (L.3 - Luoghi e personaggi storici, L.4 - Luoghi del sacro, L.5 - Luoghi e testimonianze della storia urbana).
Più sfumato è il quadro che si delinea per il settore dei *musei*, che appaiono realtà meno attrattive, e di molte lunghezze (circa il 15% dei visitatori totali), rispetto all'Italia archeologica e a quella dei luoghi di cultura. Non a caso, il primo museo vero e proprio nella graduatoria dei visitatori, tra i siti selezionati, il MANN di Napoli, è ancora un museo archeologico, e *lavora a sistema* – almeno potenzialmente – con le aree di Pompei, Ercolano e Stabia; potendo sfruttare l'attrattività della città di Napoli, raccoglie tuttavia un pubblico assai lontano dalle sue potenzialità e da quello registrato da istituzioni internazionali con cui si può confrontare per storia, contenuti e rilievo culturale, come i Vaticani, il Louvre o il British Museum. Dietro il MANN, si rileva una schiera numerosa di musei nazionali archeologici che, allo stesso modo - e, anzi, partendo da un volume di pubblico ancora più ridotto - necessiterebbero di uno *scatto in avanti*, sul fronte

delle diverse funzioni museali che, secondo quanto visto nell'analisi di scenario, non risultano affatto in linea con un progetto di valorizzazione e non sono affatto all'altezza del valore delle collezioni ospitate. L'insieme, piuttosto variegato, di questi siti configura una tipologia particolarmente rilevante ai fini del Programma operativo Poli di eccellenza (M.1 - Il museo pubblico nazionale).
Accanto a questi, vi è un'ulteriore insieme di musei, per lo più di piccole dimensioni, assai caratterizzati e talvolta vitali, che declinano il loro interesse su più tipi (M.2 - Il museo italiano d'autore, M.3 - Il museo *Belle époque*, M.4 - Il piccolo museo scientifico, M.5 - Il piccolo museo locale). Il pubblico di questi musei è ben lontano dai *grandi numeri*, talvolta anche in termini di potenzialità, ma il loro ruolo di presidio territoriale e di riferimento per la cultura locale andrebbe altrettanto enfatizzato attraverso operazioni di sostegno, indirizzo e animazione culturale, accompagnate a interventi organizzativi e strutturali altrettanto importanti.[177]
Nel complesso, il quadro delineato lascia emergere una doppia immagine del patrimonio e dell'offerta meridionale: da un lato, una forte polarizzazione attorno ad alcune realtà storicamente consolidate, dall'altra, un'altrettanto forte dispersione geografica di siti pressoché isolati che stentano a formare sistema. La distribuzione dei visitatori sul territorio e sui diversi tipi rispecchia fedelmente tale immagine, e si concentra per una fortissima maggioranza nei siti e musei archeologici che acquisirono notorietà già in epoca tardo ottocentesca e nei luoghi delle più o meno coeve residenze reali (oltre il 65% concentrati in poco più di una decina di siti). Si tratta di dati e fenomeni che, nel complesso, delineano un Mezzogiorno sostanzialmente ancorato alle proprie tradizioni più forti, ma ancora fermo alla sua identità borbonica, incapace di sviluppare, a partire da forti connotati territoriali e identitari, una strategia di sviluppo culturale strutturata.
Di seguito si descrivono più nello specifico le caratteristiche di ciascun ambito tipologico, anche in riferimento a punti di forza e debolezza dei siti più rappresentativi.

4.1. LE TIPOLOGIE: CARATTERISTICHE, PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA

4.1.1. AREE ARCHEOLOGICHE

L'ITALIA DEL GRAND TOUR *(A.1)*

Si tratta dei siti archeologici "storici", noti generalmente fin dalla metà del Settecento, che hanno creato il mito dell'Italia come culla della civiltà mediterranea.
La loro notorietà è ormai stabilmente incardinata presso il pubblico mondiale ed è stata alimentata nel tempo dai resoconti letterari, dalle raffigurazioni degli artisti al seguito dei viaggiatori del *Grand Tour* e da campagne fotografiche.

---

[177] Va osservato, infine, come nelle categorie analizzate risultino quasi del tutto assenti, almeno a livelli di eccellenza (tranne singoli casi, tra cui il MADRE di Napoli, non ancora presente nelle rilevazioni del 2006) i musei d'arte contemporanea.

La frequentazione da lunga data ha creato al contorno dei siti archeologici una rete di servizi e di sinergie con altre risorse culturali che ne hanno consolidato il ruolo di attrattore turistico, ma tuttavia tale rete è generalmente lontana dall'assumere caratteri strutturati e, soprattutto in alcuni casi (vedi Pompei) non ha mai prodotti un impatto rilevante sul tessuto socioeconomico immediatamente prossimo al grande attrattore.
Un'altra criticità rilevabile in questi contesti è rappresentata dagli aspetti di tutela ambientale, essenziale per la vita di risorse di questa natura e che, in alcuni casi (per esempio Pompei, Agrigento), pur senza compromettere le posizioni acquisite, potrebbero condurre a limitare ulteriori possibilità di espansione della domanda, se non al prezzo di consistenti investimenti in strutture di sicurezza, restauri, manutenzioni, tecnologia.

Punti di forza
- Siti di notorietà acquisita e consolidata anche su scala internazionale
- Siti inseriti in contesti ambientali di pregio e/o in città di particolare interesse artistico
- Presenza di una dotazione di base di servizi, infrastrutture e discreta cultura dell'accoglienza
- Compresenza frequente, all'interno del sito, di musei e depositi di supporto collegati
- Discreta capacità di *funding* (in particolare da bigliettazione e sponsorizzzazioni)

Punti di debolezza
- Dimensioni dei siti grandi o medio-grandi, con consistenti problemi di conservazione e gestione (costi e risorse umane per manutenzione e custodia)
- Limitata capacità di distribuzione degli effetti attrattivi – in termini economici - sul tessuto economico circostante (turismo culturale)
- Dipendenza da fattori "esterni", in particolare riguardo alla tutela del contesto ambientale, difficilmente controllabili
- Problemi di congestionamento nel corso di alcuni periodi dell'anno
- Carenza di strutture e servizi di supporto alla fruizione di qualità elevata

SITI ARCHEOLOGICI "GREGARI" (A.2)

Al di là dei siti archeologici di prima grandezza, che fanno perno soprattutto sulla loro notorietà internazionale, l'Italia meridionale è costellata da una notevole quantità di aree archeologiche che non possono contare su un'analoga fama (anche per l'epoca più recente di scoperta e/o valorizzazione), ma che conservano testimonianze di grande interesse e presentano potenzialità attrattive, se non analoghe, particolarmente rilevanti.
Per loro stessa natura, i siti emersi dallo scavo si trovano di frequente in condizioni di isolamento rispetto ai centri urbani e/o in aree periferiche, spesso compromesse dal punto di vista ambientale; condizioni che sono aggravate da una tradizione di conservazione "burocratica" delle antichità che tende - anche attraverso una separazione di competenze - a recingere e a estrapolare le risorse archeologiche dai loro contesti territoriali.

Tale condizione costituisce un limite oggettivo per le prospettive di valorizzazione di alcuni siti, al di là del loro interesse culturale effettivo, anche perché si tratta spesso di siti che presentano una notevole diffusione territoriale e ampi elementi di collegamento con altri siti e luoghi, tali da poter immaginare delle opzioni di integrazione e strategie di sistema.

Punti di forza
- Patrimonio di grande rilievo e interesse culturale
- Dimensioni dei siti medio-piccole, che facilitano gli impegni di conservazione e gestione
- Opportunità di rigenerazione urbana e di recupero ambientale collegabili a progetti di valorizzazione
- Diffusione territoriale e collegamenti con il tessuto territoriale

Punti di debolezza
- Prevalente assenza di musei e di supporti/allestimenti per la visita
- Assenza/carenza di servizi alla visita di qualità
- Siti non del tutto scavati
- Difficile accessibilità (problematiche di collegamento)
- Contesti limitrofi spesso di limitato interesse turistico e carenza di strutture di accoglienza
- Ridotta disponibilità di risorse e personale da dedicare alla gestione e alla valorizzazione

"BIOTOPI CULTURALI" DA SCOPRIRE (MA NON TROPPO) (A.3)

In alcuni isolati contesti, lontani dai grandi agglomerati urbani e dalle direttrici di traffico, la condizione di marginalità delle aree archeologiche ha svolto un ruolo positivo, in cui l'abbandono è stato funzionale alla preservazione del rapporto tra resti archeologici e paesaggio. Si tratta di luoghi che conservano ancora un'atmosfera di grande fascino, ma il cui equilibrio è particolarmente fragile e potrebbe essere addirittura compromesso da scelte di valorizzazione affrettate. Si tratta in sintesi di luoghi "da scoprire" dal punto di vista turistico, ma fissando precise soglie e modalità di utilizzo.[178]

Punti di forza
- Atmosfera affascinante
- *Enclave* protette dal caos urbano e dalle direttrici di grande traffico
- Fruizione semplificata
- Diffusione territoriale e possibilità di promozione di reti e sistemi

Punti di debolezza
- Totale assenza di servizi e limitata accessibilità
- Luoghi poco conosciuti e in gran parte non scavati

[178] A Sepino, solo per fare un esempio, la recinzione della città, l'espulsione degli abitanti e la sottomissione indiscriminata del sito alle logiche dell'industria culturale - auspicate dallo Studio di pre-fattibilità di accompagnamento - potrebbero compromettere per sempre le stesse caratteristiche che lo rendono un sito così singolare, a fronte di effetti economici probabilmente trascurabili.

- Fragilità degli ambienti (rischio "valorizzazione"), siti non attrezzati per accogliere grandi quantità di visitatori
- Mancanza di una cultura dell'accoglienza e della fruizione organizzata
- Marginalità dei siti rispetto ai circuiti di domanda culturale tradizionali

4.1.2. LUOGHI

LE SEDI DEL POTERE REGALE (L.1)

Palazzi, complessi monumentali con annessi parchi, ville e residenze regali che detengono tuttora un legame strettissimo con il territorio. Si tratta nella maggioranza dei casi anche di architetture celebri che hanno mantenuto una particolare continuità d'uso fino all'epoca moderna e sono quindi complete di arredi originali, di opere d'arte e di vive testimonianze storiche. In alcuni casi i complessi sono quindi resi visitabili come musei di sé stessi, in altri vi sono allestite collezioni storico-artistiche di notevole rilevanza e interesse.

Punti di forza
- Notorietà e attrattività (anche internazionale)
- Valore storico-artistico e identitario
- Grandi spazi suscettibili di usi pubblici diversi, legati a iniziative culturali (esposizioni temporanee) e non
- Sedi inserite in contesti urbani/metropolitani di pregio
- Stretti legami con altre risorse culturali del territorio
- Possibili sinergie con istituzioni locali, nazionali e internazionali (reti di castelli, borghi, ecc.)

Punti di debolezza
- Dimensioni grandi o medio-grandi, con conseguenti problemi di conservazione e gestione
- Dipendenza da fattori "esterni" riguardo alla tutela del contesto ambientale
- Problemi di congestione e accessibilità
- Carenza di servizi e supporti di visita di qualità

IL SISTEMA DELLE FORTIFICAZIONI (L.2)

Si tratta di un sistema diffuso, stratificatosi nel tempo, che caratterizza fortemente l'immagine complessiva dei centri del Mezzogiorno, con alcuni casi *di punta* che raggiungono anche notevole notorietà (Castel del Monte in Puglia, Maschio Angioino a Napoli). Generalmente si presentano come edifici monumentalizzati e visitabili, in alcuni casi sono stati adattati come sedi espositive di collezioni più o meno inerenti la storia e il carattere del luogo. Conservano un notevole fascino e visibilità, spesso inseriti in contesti turistici consolidati (balneari).

Punti di forza
- Notevole interesse architettonico e paesaggistico del sito e del contesto
- Grandi spazi suscettibili di usi pubblici diversi legati a iniziative culturali (esposizioni temporanee) e non

- Stretti legami con altre risorse culturali del territorio
- Possibilità di istituire percorsi tematico-territoriali

Punti di debolezza
- Problemi di congestione e accessibilità
- Sedi con forti vincoli edilizi e rigidità delle condizioni d'uso
- Elevati costi di restauro e mantenimento

LUOGHI E PERSONAGGI STORICI (L.3)

Le case-museo possono essere considerate la base alternativa di un *Grand Tour* contemporaneo a partire dall'impronta che i personaggi storici hanno lasciato sui luoghi. Il Mezzogiorno ne offre molti e diffusi in maniera omogenea, sempre profondamente radicati nel territorio, con alcuni casi di punta (Garibaldi a Caprera, *Axel Munthe* ad Anacapri, per esempio) che conservano ancora tutta l'aura degli abitanti di un tempo. Alle case-museo, altri contesti si possono assimilare per il legame indissolubile tra i luoghi e le attività o la presenza di personaggi storici noti, la cui stessa notorietà funge da principale elemento attrattivo.

Punti di forza
- Rilevante interesse storico-simbolico
- Notevole capacità attrattiva legata alla notorietà dei personaggi
- Tematiche legate alla storia del territorio di appartenenza
- Dimensioni ridotte, con problemi relativamente limitati di gestione
- Possibilità di associare esposizioni temporanee alle collezioni permanenti
- Possibilità di creazione di circuiti e itinerari con altre sedi museali, anche straniere

Punti di debolezza
- Problemi di congestione e di accessibilità
- Sedi con forti vincoli edilizi
- Collezioni e allestimenti "chiusi", con scarse possibilità di diversificazione
- Strumenti comunicativi e immagine complessiva dei siti da riqualificare
- Pubblico di nicchia

LUOGHI DEL SACRO (L.4)

Comprendono gli edifici costruiti per il culto e le grandi e piccole sedi delle comunità monastiche. Per loro stessa natura hanno una presenza omogeneamente diffusa sul territorio, con il quale intrattengono tuttora legami fortissimi ed evidenti. I casi di punta coincidono con edifici di notevole interesse architettonico, corredati da opere d'arte e testimonianze storiche di analogo pregio, che ne determinano la capacità attrattiva.

Punti di forza

- Legami con la storia del territorio di appartenenza
- Valori di immagine legati alla storia della chiesa
- Edifici di pregio architettonico e artistico
- Capacità attrattive di pubblico molto rilevanti
- Diffusione territoriale

Punti di debolezza
- Problemi di congestione (in alcuni siti) e di accessibilità
- Sedi con forti vincoli edilizi
- Commistione tra flussi di visita con motivazioni diverse (Religioso/culturale)
- Difficoltà di istaurare sinergie programmatiche con istituzioni locali

LUOGHI E TESTIMONIANZE DELLA STORIA URBANA (L.5)

In stretta integrazione con i contesti urbani storici in cui si inseriscono, il Mezzogiorno possiede luoghi visitabili che spaziano entro un ampio ventaglio di interessi, che va dall'artistico allo storico, dalle tradizioni popolari alla geologia. Ciò che accomuna questi luoghi è il loro rapporto indissolubile con la storia dei luoghi (in alcuni casi gli allestimenti sono espressamente dedicati a tale funzione) e il loro possibile ruolo di "scoperta" e di arricchimento all'interno di un percorso turistico urbano più ampio.

Punti di forza
- Singolarità dei siti
- Tematiche legate alla storia del territorio di appartenenza
- Dimensioni piccole con limitati problemi di gestione
- Possibili sinergie con istituzioni locali e creazione di reti cittadine

Punti di debolezza
- Capacità di attrazione limitata al pubblico già presente sul posto
- Congestionamento
- Fragilità e complessità dei contesti urbani

4.1.3. MUSEI

IL MUSEO PUBBLICO NAZIONALE (M.1)

Comprende sia musei di antica istituzione (XIX o XVIII secolo), con funzione simbolica di raccolta delle antichità degli stati nazionali europei (e, in quanto tale, gode di una notorietà internazionale ormai consolidata), sia musei postunitari istituiti tra il XIX e il XX secolo, nati con funzione di "presidio" culturale pubblico in regioni periferiche.
Sono ospitati generalmente in un edificio di interesse architettonico, o specificamente progettato come museo oppure in un contenitore storico - spesso un complesso conventuale - adattato alle funzioni museali. L'istituzione si riconosce in tale architettura monumentale, spesso con aggiunte di epoche successive, in cui

sono compresenti allestimenti di varie epoche, alcuni storicizzati da conservare, altri da rinnovare. L'edificio dispone generalmente di ampi e importanti depositi, laboratori, sale conferenze, biblioteche pubbliche.

Punti di forza
- Notorietà nazionale e internazionale
- Collezioni con numerosi "pezzi" di notevole importanza e attrattività
- Possibilità di interazione con altre risorse culturali del territorio
- Tessuti urbani e territoriali con notevoli potenzialità culturali
- Presenza di un tessuto di accoglienza e di servizi turistici

Punti di debolezza
- Servizi, accessibilità e strutture edilizie non adeguati a livelli di fruizione elevati e non di qualità
- Necessità di interventi di ristrutturazione/riconversione complessi e onerosi
- Costi di conservazione e gestione consistenti

IL MUSEO ITALIANO D'AUTORE (M.2)

Si tratta di strutture interamente rinnovate nella fase della ricostruzione - secondo dopoguerra – caratterizzate dall'intervento congiunto di un noto progettista e/o di un ordinatore esperto. Queste istituzioni vantano generalmente un allestimento di grande pregio, tale da meritare attività dirette di conservazione e raramente suscettibile di ampliamenti e modifiche, ma tuttavia integrabile nelle funzioni comunicative e illustrative di supporto.
Questi musei godono di notorietà internazionale, ma spesso limitata a un pubblico ristretto e competente (alcuni esempi: Palazzo Bianco a Genova / *Albini*, Gipsoteca di Possagno / *Scarpa*, Padiglione di arte contemporanea a Milano / *Gardella*).

Punti di forza
- Notorietà internazionale
- Immagine fortemente caratterizzata, in qualche modo legata al *made in Italy*
- Dimensioni medie o medio-piccole con limitati problemi di gestione
- Possibilità di rientrare in circuiti tematici

Punti di debolezza
- Pubblico "di nicchia"
- Collezioni e allestimenti "chiusi" con limitate possibilità di sviluppo
- Immagine specialistica del museo
- Carenza di servizi

IL MUSEO "BELLE EPOQUE" (M.3)

Istituito in genere tra la fine del XIX e l'inizio del XX secolo, è un museo di piccole o medie dimensioni legato al mondo delle accademie artistiche o a singoli artisti. Le ambientazioni e gli allestimenti sono generalmente storicizzati e da conservare.

La sua notorietà è legata a un preciso contesto geografico-culturale e/o alla notorietà degli artisti rappresentati. Le caratteristiche peculiari del museo Belle epoque sono insite nella sua stessa origine, per cui le possibilità di modifica e/o intervento sulle collezioni e gli allestimenti sono limitate, tuttavia l'esperienza internazionale dimostra che esisto notevoli potenzialità di intervento in merito al "confezionamento" del museo (esempi*: Kunsthalle Mannheim, Musée Des Beaux-Arts De Nantes, Círculo De Bellas Artes De Madrid*).

Punti di forza
- Notorietà presso un pubblico di appassionati d'arte piuttosto ampio
- Collezioni importanti e accessibili anche al grande pubblico
- Dimensioni medie o medio-piccole con relativi problemi di gestione
- Possibilità di rientrare in circuiti tematici
- Possibilità di associare esposizioni temporanee alle collezioni permanenti
- Relazioni culturali diffuse legate al fenomeno artistico

Punti di debolezza
- Collezioni generalmente "chiuse" con poche possibilità di sviluppo
- Servizi e strumenti di comunicazione antiquati
- Servizi alla visita insufficienti
- Contesti poco conosciuti

IL PICCOLO MUSEO SCIENTIFICO (M.4)

Si tratta generalmente di musei emanazione di istituzioni di ricerca, ospitati in sedi anche prestigiose. L'interesse delle raccolte (spesso di antica formazione) è legato al collezionismo ottocentesco facente capo a comunità scientifiche anche di livello internazionale, più recentemente confluite in un ruolo di supporto didattico e di ricerca a strutture universitarie.

Punti di forza
- Collezioni storiche
- Tematiche non comuni nel panorama dei musei italiani
- Dimensioni piccole con limitati problemi di gestione
- Sinergie con centri di ricerca scientifica
- Possibilità di associare attività didattiche, convegni
- Sedi prestigiose

Punti di debolezza
- Pubblico ristretto
- Sedi difficilmente ampliabili
- Completa assenza di una struttura gestionale avanzata (valorizzazione)

IL PICCOLO MUSEO LOCALE (M.5)

Si tratta generalmente di piccole istituzioni che gestiscono collezioni fortemente legate alla storia e alle tradizioni del territorio. Le stesse vicende di formazione di tali raccolte fanno sì che esse siano talvolta ospitate in sedi di fortuna, con allestimenti poveri e poco accattivanti. Tuttavia la specificità degli argomenti e il

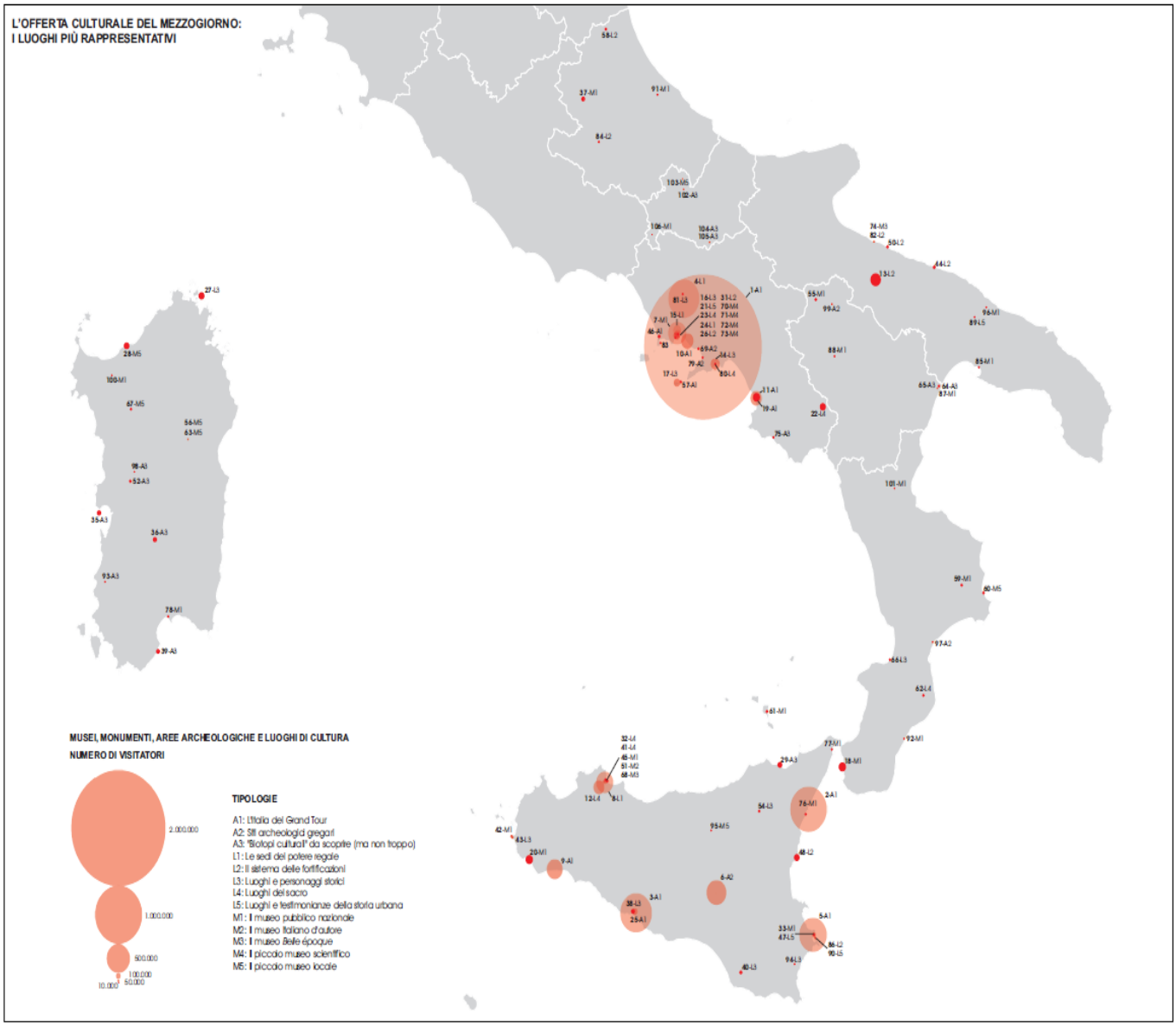
loro coinvolgimento con il contesto culturale rendono questi musei potenzialmente suscettibili di sviluppo e di interventi di valorizzazione.

Punti di forza
- Tematiche legate alla storia del territorio di appartenenza
- Dimensioni piccole con limitati problemi di gestione
- Possibili sinergie con istituzioni locali
- Notevole diffusione territoriale
- Funzioni socio-residenziali e presenza di risorse identitarie

Punti di debolezza
- Capacità di attrazione limitata
- Allestimenti generalmente poco accattivanti e vetusti
- Problematiche di accesso e di spazi interni
- Limitate risorse economiche e umane disponibili
- Carenza di servizi di supporto e di accoglienza

codice	Denominazione musei, monumenti, aree archeologiche e luoghi di cultura	Comune	Provincia	Regione	Totale Visitatori	Tipo
1	Scavi Vecchi e Nuovi di Pompei	Pompei	Napoli	Campania	2.544.097	A1
2	Teatro antico	Taormina	Messina	Sicilia	782.000	A1
3	Parco Aarcheologico e paesaggistico della Valle dei Templi	Agrigento	Agrigento	Sicilia	672.955	A1
4	Circuito Museale Complesso Vanvitelliano - Reggia di Caserta (Palazzo Reale e Parco di Caserta, Giardino all"Inglese, Museo dell"Opera e del Territorio)	Caserta	Caserta	Campania	664.407	L1
5	Area archeologica della Neapolis	Siracusa	Siracusa	Sicilia	588.161	A1
6	Museo archeologico della Villa Imperiale del Casale	Piazza Armerina	Enna	Sicilia	423.168	A2
7	Museo Archeologico Nazionale	Napoli	Napoli	Campania	390.155	M1
8	Complesso monumentale palazzo dei Normanni	Palermo	Palermo	Sicilia	372.633	L1
9	Area archeologica di Selinunte	Castelvetrano	Trapani	Sicilia	338.623	A1
10	Scavi e Teatro Antico di Ercolano	Ercolano	Napoli	Campania	274.457	A1
11	Templi di Paestum	Capaccio	Salerno	Campania	252.078	A1
12	Chiostro di S.Maria La Nuova in Monreale	Monreale	Palermo	Sicilia	238.203	L4
13	Castel del Monte	Andria	Bari	Puglia	201.689	L2
14	Villa Rufolo	Ravello	Salerno	Campania	200.000	L3
15	Museo di Capodimonte	Napoli	Napoli	Campania	174.185	L1
16	Museo Cappella Sansevero	Napoli	Napoli	Campania	141.960	L3
17	Fondazione Axel Munthe Villa San Michele	Anacapri	Napoli	Campania	141.411	L3
18	Museo Archeologico Nazionale	Reggio di Calabria	Reggio di Calabria	Calabria	137.104	M1
19	Museo Archeologico Nazionale di Paestum	Capaccio	Salerno	Campania	136.135	A1
20	Museo del Satiro	Mazara del Vallo	Trapani	Sicilia	135.665	M1
21	Museo di San Martino	Napoli	Napoli	Campania	121.494	L5
22	Certosa di San Lorenzo	Padula	Salerno	Campania	118.823	L4
23	Museo dell'Opera di Santa Chiara	Napoli	Napoli	Campania	118.200	L4
24	Palazzo Reale di Napoli	Napoli	Napoli	Campania	116.738	L1
25	Museo archeologico regionale di Agrigento	Agrigento	Agrigento	Sicilia	116.619	A1
26	Museo civico Castel nuovo	Napoli	Napoli	Campania	107.838	L2
27	Compendio Garibaldino di Caprera	La Maddalena	Olbia-Tempio	Sardegna	107.255	L3
28	Museo dell'intreccio mediterraneo	Castelsardo	Sassari	Sardegna	99.439	M5
29	Area archeologica di Tindari	Patti	Messina	Sicilia	82.152	A3
30	Circuito Archeologico di Paestum "Templi di Paestum - Museo Archeologico Nazionale di Paestum"	Capaccio	Salerno	Campania	80.905	A1
31	Castel Sant'Elmo	Napoli	Napoli	Campania	77.054	L2
32	Chiostro di S.Giovanni degli Eremiti	Palermo	Palermo	Sicilia	76.048	L4
33	Museo archeologico regionale "Paolo Orsi"	Siracusa	Siracusa	Sicilia	75.408	M1
34	Parco Archeologico di Cuma	Pozzuoli	Napoli	Campania	75.203	A1
35	Area archeologica di Tharros	Cabras	Oristano	Sardegna	73.176	A3
36	Area Archeologica "Su Nuraxi"	Barumini	Medio Campidano	Sardegna	69.645	A3
37	Museo Nazionale d'Abruzzo	L'Aquila	L'Aquila	Abruzzo	64.099	M1
38	Casa di Pirandello	Agrigento	Agrigento	Sicilia	63.894	L3
39	Zona archeologica di Nora	Pula	Cagliari	Sardegna	62.602	A3
40	Castello di Donnafugata	Ragusa	Ragusa	Sicilia	59.612	L3
41	Castello della Zisa	Palermo	Palermo	Sicilia	55.898	L5
42	Museo archeologico regionale "Baglio Anselmi"	Marsala	Trapani	Sicilia	55.818	M1
43	Museo Giuseppe Whitaker	Marsala	Trapani	Sicilia	55.000	L3
44	Castello Svevo	Bari	Bari	Puglia	53.220	L2
45	Museo archeologico regionale Antonio Salinas	Palermo	Palermo	Sicilia	53.099	M1
46	Parco Archeologico di Cuma (Visitabile a pagamento solo con il biglietto cumulativo del relativo Circuito. Gli ingressi gratuiti sono riportati nel singolo Istituto)	Bacoli	Napoli	Campania	53.008	A1
47	Catacomba di San Giovanni	Siracusa	Siracusa	Sicilia	52.035	L4
48	Castello normanno - museo civico	Aci Castello	Catania	Sicilia	50.338	L2
49	Circuito Archeologico di Pompei e Ercolano (Scavi di Pompei, Scavi di Ercolano, Scavi di Oplonti, Museo di Boscoreale)	Pompei	Napoli	Campania	48.952	A1
50	Castello Svevo	Trani	Bari	Puglia	46.903	L2
51	Galleria regionale di Palazzo Abatellis	Palermo	Palermo	Sicilia	45.396	M2
52	Complesso nuragico area di Santa Cristina	Paulilatino	Oristano	Sardegna	44.380	A3
53	Complesso Monumentale Archeologico dell'Area Flegrea (S. Cuma, A. A.Baia,M. C.Flegrei,T.Serapide)	Bacoli	Napoli	Campania	44.376	A1
54	Museo storico - Castello Nelson	Bronte	Catania	Sicilia	44.014	L3
55	Museo Archeologico Nazionale del Melfese	Melfi	Potenza	Basilicata	43.831	M1
56	Museo della vita e delle tradizioni popolari sarde	Nuoro	Nuoro	Sardegna	43.640	M5
57	Palazzo di Tiberio e Villa Jovis	Capri	Napoli	Campania	43.225	A1
58	Museo delle armi e delle mappe antiche della fortezza di Civitella del Tronto	Civitella del Tronto	Teramo	Abruzzo	43.111	L2
59	Museo archeologico del territorio	Santa Severina	Crotone	Calabria	42.285	M1
60	Museo provinciale d'arte contemporanea	Crotone	Crotone	Calabria	42.285	M5
61	Museo archeologico regionale eoliano Luigi Bernabò Brea	Lipari	Messina	Sicilia	42.255	M1
62	La Cattolica	Stilo	Reggio di Calabria	Calabria	38.890	L4
63	Museo Man - Museo d'arte della provincia di Nuorc	Nuoro	Nuoro	Sardegna	38.566	M5
64	Area Urbana "Tempio Licio"	Bernalda	Matera	Basilicata	37.634	A3
65	Tempio delle Tavole Palatine	Bernalda	Matera	Basilicata	37.634	A3
66	Museo provinciale Murattiano	Pizzo	Vibo Valentia	Calabria	37.373	L3
67	Museo della valle dei nuraghi del Logudoro - Meilogu	Torralba	Sassari	Sardegna	36.914	M5
68	Civica galleria d'arte moderna "Empedocle Restivo"	Palermo	Palermo	Sicilia	36.884	M3

codice	Denominazione musei, monumenti, aree archeologiche e luoghi di cultura	Comune	Provincia	Regione	Totale Visitatori	Tipo
69	Scavi di Oplonti (Visitabile a pagamento con il biglietto cumulativo del relativo Circuito. Nel singolo Istituto sono riportati gli ingressi gratuiti e quelli con biglietto a pagamento artecard)	Torre Annunizata	Napoli	Campania	36.148	A2
70	Real museo mineralogico	Napoli	Napoli	Campania	35.000	M4
71	Museo zoologico	Napoli	Napoli	Campania	35.000	M4
72	Museo di paleontologia del Centro musei scienze naturali	Napoli	Napoli	Campania	35.000	M4
73	Museo di antropologia	Napoli	Napoli	Campania	35.000	M4
74	Museo pinacoteca De Nittis	Barletta	Bari	Puglia	34.305	M3
75	Area Archeologica di Velia	Ascea	Salerno	Campania	33.938	A3
76	Museo archeologico di Giardini Naxos	Giardini-Naxos	Messina	Sicilia	33.846	M1
77	Museo regionale	Messina	Messina	Sicilia	32.011	M1
78	Museo Archeologico Nazionale	Cagliari	Cagliari	Sardegna	31.401	M1
79	Scavi di Stabia	Castellammare di Stabia	Napoli	Campania	31.371	A2
80	Museo del duomo di Ravello	Ravello	Salerno	Campania	29.500	L4
81	Complesso monumentale Belvedere di San Leucio	Caserta	Caserta	Campania	29.000	L3
82	Museo pinacoteca	Barletta	Bari	Puglia	28.767	L2
83	Museo Archeologico dei Campi Flegrei - (Castello di Baia) -(Visitabile a pagamento solo con il biglietto cumulativo del relativo Circuito. Gli ingressi gratuiti sono riportati nel singolo Istituto)	Bacoli	Napoli	Campania	28.733	A1
84	Museo Arch. e d'Arte Mediev. e Mod. - Castello Piccolomini	Celano	L'Aquila	Abruzzo	27.699	L2
85	Museo Archeologico Nazionale	Taranto	Taranto	Puglia	27.494	M1
86	Castello di Maniace	Siracusa	Siracusa	Sicilia	27.023	L2
87	Museo Archeologico Nazionale di Metaponto	Bernalda	Matera	Basilicata	26.769	M1
88	Museo Archeologico Nazionale della Basilicata "Dinu Adamesteanu"	Potenza	Potenza	Basilicata	25.630	M1
89	Trullo Sovrano	Alberobello	Bari	Puglia	25.000	L5
90	Percorso ipogeo di Piazza del Duomo	Siracusa	Siracusa	Sicilia	24.510	L5
91	Museo Archeologico Nazionale dell'Abruzzo	Chieti	Chieti	Abruzzo	22.949	M1
92	Museo Archeologico Nazionale	Locri	Reggio di Calabria	Calabria	22.609	M1
93	Area archeologica di Antas (Tempio punico romano)	Fluminimaggiore	Carbonia-Iglesias	Sardegna	21.754	A3
94	Palazzo Ducezio	Noto	Siracusa	Sicilia	21.500	L3
95	Museo della civiltà contadina	Sperlinga	Enna	Sicilia	21.350	M5
96	Museo Archeologico Nazionale e Zona Archeologica di Egnazia	Fasano	Brindisi	Puglia	21.310	M1
97	Parco Archeologico di Scolacium	Borgia	Catanzaro	Calabria	21.266	A2
98	Area Archeologica "Nuraghe Losa"	Abbasanta	Oristano	Sardegna	19.504	A3
99	Area Archeologica di Venosa	Venosa	Potenza	Basilicata	18.768	A2
100	Museo Archeologico - Etnografico Nazionale "Giovanni Antonio Sanna"	Sassari	Sassari	Sardegna	18.250	M1
101	Museo Archeologico Nazionale della Sibaritide	Cassano all'Ionio	Cosenza	Calabria	16.006	M1
102	Santuario Italico	Pietrabbondante	Isernia	Molise	12.791	A3
103	Museo storico della Campana Marinelli snc	Agnone	Isernia	Molise	7.100	M5
104	Area Archeologica di Sepino	Sepino	Campobasso	Molise	5.085	A3
105	Museo Archeologico di Sepino	Sepino	Campobasso	Molise	5.064	A3
106	Museo Archeologico di Venafro	Venafro	Isernia	Molise	970	M1


L'OFFERTA CULTURALE DEL MEZZOGIORNO:
I LUOGHI PIÙ RAPPRESENTATIVI
MUSEI, MONUMENTI, AREE ARCHEOLOGICHE E LUOGHI DI CULTURA
NUMERO DI VISITATORI
2.000.000
1.000.000
500.000
100.000
50.000
10.000
TIPOLOGIE
A1: L'Italia del Grand Tour
A2: Siti archeologici gregari
A3: "Biotopi culturali" da scoprire (ma non troppo)
L1: Le sedi del potere regale
L2: Il sistema delle fortificazioni
L3: Luoghi e personaggi storici
L4: Luoghi del sacro
L5: Luoghi e testimonianze della storia urbana
M1: Il museo pubblico nazionale
M2: Il museo italiano d'autore
M3: Il museo Belle époque
M4: Il piccolo museo scientifico
M5: Il piccolo museo locale