

LA CONGIUNTURA DEI SETTORI CULTURALI E L'ANALISI DI OPPORTUNITÀ E SFIDE DEL TURISMO CULTURALE

Questa nota ha una duplice finalità: la prima è quella di analizzare l'andamento congiunturale dei principali settori culturali, per evidenziarne segnali di ripresa e/o criticità; la seconda è quella di approfondire l'analisi su un segmento di domanda particolarmente rilevante, che è quello espresso dal turismo con prevalenti finalità culturali.

Sul primo aspetto, purtroppo, la pubblicazione dei dati ISTAT è molto rallentata. Ad oggi, gli unici dati ufficiali disponibili per i diversi settori (musei, biblioteche, spettacolo) sono fermi al 2022, e non sono stati pubblicati neppure dati nazionali aggregati relativi al comportamento di spesa o di partecipazione degli utenti relativi al 2023.

Pertanto, l'andamento del 2023 può essere al momento ricavato solo dalla pubblicazione di alcuni dati da parte di pochi grandi musei e da alcuni report di settore. Questi primi dati, che richiedono grande cautela interpretativa, contengono primi indizi su una quasi completa ripresa dei livelli di fruizione pre-Covid del patrimonio storico-artistico, chiaramente correlati alla crescita delle presenze turistiche, soprattutto nella componente internazionale.

I dati relativi al 2022 consentono un'articolazione per settore. Essi evidenziano in generale una ripresa rispetto all'anno precedente, anche se non tale da tornare ai livelli prepandemici. Una positiva eccezione è rappresentata dal settore dei concerti di musica leggera, che ha visto una decisa espansione, solo in parte motivata dal recupero delle attività annullate per il Covid e avvenuta nonostante un aumento non troppo lieve del livello dei prezzi. La fase espansiva si è riflessa positivamente anche sull'occupazione, con prevalenza però della componente privata e a collaborazione, per la sua maggiore facilità di adeguamento ai livelli effettivi di domanda.

La seconda parte della nota è dedicata al tema del turismo culturale.

Si tratta del segmento del turismo considerato di maggior pregio, per i ritorni economici maggiori (spesa media per turista più elevata) e i minori impatti negativi (minore stagionalità, maggiore sensibilità ai temi della conservazione e della tutela), anche se il grande successo di alcune città d'arte, tra cui Firenze, ha recentemente aumentato la visibilità degli impatti negativi (effetti inflattivi sui prezzi locali, a cominciare da quelli delle abitazioni, distorsione del tessuto produttivo verso le attività ricettive e il commercio orientato ai turisti, innalzamento dei livelli di microcriminalità, pressione sulle risorse naturali e culturali fragili, ecc.).

Si tratta anche del segmento turistico più rilevante per la Toscana. Ad una classificazione nazionale proposta da ISTAT, infatti, la Toscana risulta tra le regioni più vocate al turismo (tutti i Comuni sono dotati di attrattività turistica) e tra quelle in cui più pesante è la quota del turismo culturale: il 28% dei Comuni è classificato a vocazione turistico-culturale prevalente e un ulteriore 16% a vocazione turistico-culturale parziale, per un totale pari a quasi la metà dei Comuni (44%), per cui l'offerta culturale è rilevante. La grande diffusione territoriale del patrimonio storico-artistico e la possibilità di potenziare l'offerta di attrazioni locali agendo sulla parte di spettacolo e intrattenimento, più facilmente modificabile nel breve periodo, costituiscono pertanto delle buone opportunità per coniugare gli obiettivi di valorizzazione (dei territori meno conosciuti) con quelli della sostenibilità (dei territori soggetti a pressioni eccessive).

La nota si chiude con l'analisi a scala locale della distribuzione sia delle presenze turistiche che dei fruitori del patrimonio storico-artistico e dell'offerta di spettacolo e intrattenimento. Ciò consente di evidenziare i fattori di maggior attrazione della regione (arte, mare, paesaggio), che appaiono diversificati e diffusi, e di confrontare localmente i livelli di ciascuna componente (turisti in genere vs consumatori culturali). Ne emergono varie combinazioni, tra cui le più interessanti sono le due seguenti: i luoghi con un forte attrattore culturale ma poco in grado di trattenere i turisti sul territorio (di solito piccoli comuni decentrati) e quelli con molti turisti ma pochi fruitori culturali (di solito le aree balneari). Seppur inquadrare in modo schematico, queste due tipologie estreme offrono spunti per l'implementazione di politiche di sviluppo mirate e la costruzione di nuovi prodotti turistici. I benefici attesi riguardano la diffusione territoriale e stagionale dei flussi, ma anche ricadute positive per i residenti, non solo in termini di occasioni di lavoro, ma anche in quelli di maggiori opportunità di partecipazione culturale.

1. ANALISI CONGIUNTURALE. PRIME STIME SUL 2023 E DATI DEFINITIVI SUL 2022

1.1 Alcuni primi dati sul 2023. Vicini al ritorno alla normalità

Purtroppo i dati relativi al 2023 sono ancora estremamente limitati. Alcuni primi dati sparsi, provenienti da anticipazioni dai bilanci consuntivi dei musei principali o da alcune organizzazioni di settore, indicano però un risultato 2023 in espansione sull'anno precedente. La stessa dinamica è evidenziata dalle presenze turistiche, in cui la crescita è spinta soprattutto dalla componente straniera, un segmento fondamentale del turismo culturale.

In mancanza di dati sistematici, riportiamo di seguito alcuni primi "indizi" sull'andamento relativo al 2023.

La Tabella 1 riporta l'andamento dal 2019 al 2023 del numero dei visitatori in alcuni principali complessi museali della Toscana. I dati dal 2019 al 2022 sono quelli raccolti dalla rilevazione Istat, mentre per il 2023 è stata fatta una stima a partire dai dati di consuntivo dichiarati dalle Gallerie degli Uffizi e dalla Galleria dell'Accademia, che in media hanno evidenziato un +30% rispetto al risultato del 2022. Confrontando con il 2019, ultimo anno pre-pandemia, i grandi attrattori museali fanno registrare un significativo incremento (ad esempio, +17% per le Gallerie degli Uffizi), mentre sul totale delle strutture museali regionali si stima quasi un ritorno ai livelli di partenza (-1% rispetto al 2019). Occorrerà aspettare la pubblicazione dei dati Istat per avere un esito regionale più affidabile, ma è innegabile che i grandi attrattori sono tornati competitivi.

Tabella 1. TOSCANA. Trend 2019-2023 dei visitatori nei principali complessi museali e stima sul totale regionale. Dati in milioni

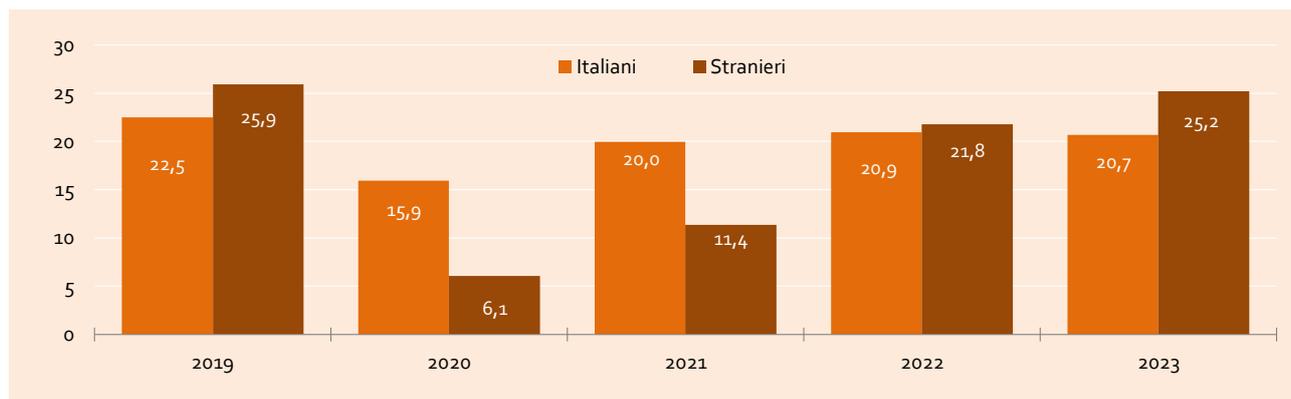
| LUOGO | COMPLESSO MUSEALE | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023* | Var. % 2019-23 |
|----------------|--|-------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------------|
| Firenze | Uffizi - Vasariano - Pitti - Boboli | 4,4 | 1,2 | 1,7 | 4,1 | 5,2 | 17% |
| Firenze | Galleria dell'Accademia | 1,7 | 0,3 | 0,4 | 1,4 | 2,0 | 18% |
| Firenze | Santa Maria del Fiore | 1,2 | 0,3 | 0,5 | 1,1 | 1,5 | 19% |
| Pisa | Cattedrale - Battistero - Torre - Camposanto - Musei | 3,6 | 0,9 | 1,5 | 3,5 | 4,5 | 27% |
| Siena | Cattedrale Metropolitana | 2,4 | 0,9 | 0,9 | 2,1 | 2,7 | 13% |
| TOSCANA | | 24,1 | 7,1 | 8,6 | 18,4 | 24,0 | -1% |

* Il dato 2023 è quello dichiarato dalle Gallerie degli Uffizi e dalla Galleria dell'Accademia, utilizzato per la stima degli altri

Fonte: elaborazioni IRPET su dati ISTAT - Indagine sui musei e le istituzioni similari e stime

Il Grafico 2 evidenzia l'andamento delle presenze turistiche in valori assoluti. Rispetto al 2019, emergono due diversi comportamenti tra la componente estera e quella nazionale. La prima, infatti, ha subito una forte contrazione nell'anno del Covid a causa delle limitazioni sugli spostamenti a lunga distanza, ma è andata poi progressivamente crescendo, tanto da essere quasi tornata a fine 2023 sui livelli pre-pandemia (97% del 2019). La componente nazionale, invece, ha subito una contrazione minore al 2020, ma ha mostrato maggiori difficoltà a tornare ai livelli pre-Covid, con le presenze al 2023 che si sono fermate al 92% di quelle del 2019. Ciò perché il progressivo superamento dei vincoli sanitari è coinciso con la riduzione del reddito disponibile, sia come conseguenza di difficoltà sul mercato del lavoro, che del manifestarsi di spinte inflattive. L'incidenza delle presenze straniere sul totale è andata di conseguenza crescendo fra 2019 e 2023, sia in termini aggregati, che soprattutto per alcune tipologie di destinazione per le quali i flussi dall'estero sono sempre stati rilevanti, come città d'arte e aree collinari (Tabella 3).

Grafico 2 TOSCANA. Presenze turistiche in milioni. 2019-2023



Fonte: elaborazioni IRPET su dati Regione Toscana - Banca dati del Turismo

Tabella 3. **TOSCANA. % presenze turistiche straniere su totale per tipologia di destinazione. 2019 e 2023**

| TIPOLOGIA DI DESTINAZIONE | 2019 | 2023 |
|---------------------------|------------|------------|
| Città d'arte | 66% | 70% |
| Località balneari | 34% | 36% |
| Località termali | 53% | 54% |
| Collina/ Campagna | 68% | 69% |
| Montagna | 40% | 38% |
| TOSCANA | 54% | 55% |

Fonte: elaborazioni IRPET su dati Regione Toscana - Banca dati del Turismo

Infine, come unico indizio dell'andamento del settore spettacolo è disponibile la pubblicazione dei dati CINETEL, relativi al settore cinematografico. Nonostante le difficoltà anche strutturali che hanno coinvolto il comparto, a causa dell'affermazione di nuove modalità di offerta legate alle piattaforme online, il 2023 ha visto un trend nettamente espansivo rispetto all'anno precedente (+59%) dovuto alla buona performance dei mesi estivi, che hanno coinciso con l'uscita di nuove produzioni, nazionali e internazionali, di successo¹. Gli spettatori del 2023 hanno quindi raggiunto il 72% del totale del 2019, dopo il crollo del 2021 (25% del totale 2019). Applicando al dato toscano l'andamento 2023 registrato dal CINETEL per l'Italia, si ottiene un recupero fino al 69% del dato di pubblico del 2019 (Tabella 4).

Tabella 4. **TOSCANA. Evoluzione spettatori del cinema. 2019- 2023**

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023* |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| N. Spettatori | 7.190.664 | 2.156.717 | 1.735.480 | 3.140.110 | 4.980.259 |
| % su 2019 | 100% | 30% | 24% | 44% | 69% |

* Il 2023 è stimato su dati CINETEL

Fonte: elaborazioni IRPET su dati SIAE

1.2 L'andamento settoriale nel 2022 in Toscana: un anno in decisa ripresa

In questo paragrafo si riportano a scala regionale toscana i principali indicatori di settore per musei, biblioteche e spettacolo. I dati disponibili si riferiscono all'anno 2022.

• Musei

Per quanto attiene ai musei, tutti gli indicatori al 2022 mostrano un miglioramento sull'anno precedente. Alcuni si avvicinano molto al dato pre-pandemia, altri addirittura lo superano (Tabella 5).

Tabella 5. **TOSCANA. Strutture, visitatori e addetti nei musei rilevati. 2019-2022**

| | 2019 | 2021 | 2022 | % 2022 SU 2019 |
|-------------------------------------|-------|-------|-------|----------------|
| Totale musei e istituti similari | 580 | 511 | 530 | 91% |
| Di cui statali | 59 | 53 | 54 | 92% |
| Di cui pubblici non statali | 286 | 259 | 270 | 94% |
| Di cui privati | 235 | 199 | 206 | 88% |
| Totale visitatori (mln) | 24,1 | 8,6 | 18,4 | 76% |
| Di cui paganti (mln) | 15,1 | 6,6 | 14,6 | 97% |
| Di cui stranieri (mln) | 12,6 | 2,3 | 7,8 | 62% |
| Addetti retribuiti* | 3.484 | 4.354 | 5.121 | 147% |
| Di cui interni | 2.166 | 2.256 | 2.477 | 114% |
| Di cui esterni | 993 | 1.514 | 1.819 | 183% |
| Di cui tirocini, stage, consulenti | 275 | 492 | 718 | 261% |
| Di cui soggetti del servizio civile | 50 | 92 | 107 | 214% |
| Addetti volontari non retribuiti | 818 | 852 | 1.119 | 137% |

* Tutti i dati sugli addetti sono stimati

Fonte: elaborazioni IRPET su dati ISTAT - Indagine sui musei e le istituzioni similari

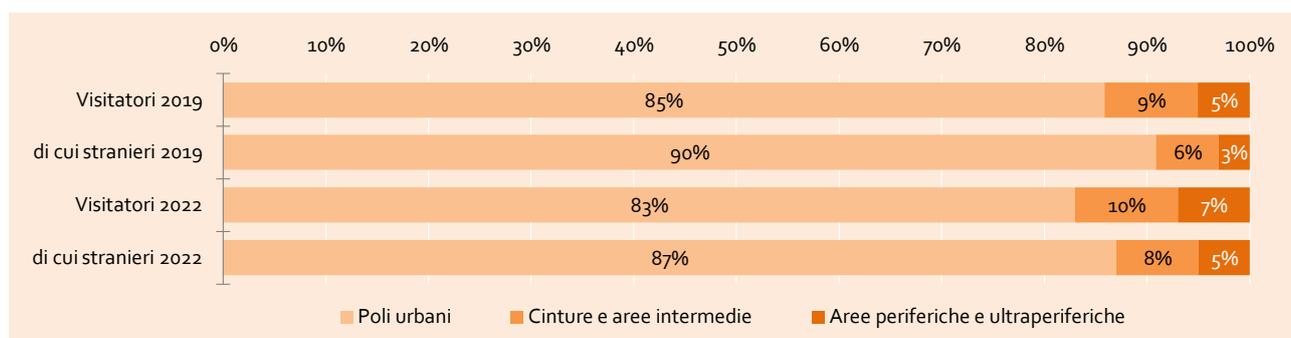
Per quanto riguarda l'offerta, nel 2022 ha risposto all'indagine ISTAT il 91% delle strutture del 2019, con una percentuale di recupero leggermente più alta di quelle pubbliche, ma con una buona riapertura anche di quelle private.

¹ CINETEL (2024), *Il cinema in sala nel 2023. I dati del box office*, Roma, Conferenza Stampa 10 gennaio.

Dal lato della domanda si evidenzia un deciso incremento dei visitatori, in particolare di quelli paganti, che rappresentano rispettivamente il 76% e il 97% dei relativi totali al 2019. È dunque aumentato il peso della componente a pagamento, probabilmente per necessità di risanamento dei bilanci degli operatori. Anche gli stranieri sono in recupero, ma ancora lontani rispetto ai livelli pre-Covid (62%).

Per quanto attiene, infine, al personale occupato, ISTAT non pubblica i dati disaggregati, ma solo un dato medio per struttura (12 addetti complessivi per istituzione) e la loro distribuzione percentuale per tipologia e classe dimensionale. Sulla base di queste poche informazioni, si è provveduto a fare delle stime più disaggregate per poter evidenziare il trend rispetto agli anni precedenti. Pur con le cautele necessarie, i dati stimati mostrano una crescita del personale utilizzato, sia per la componente retribuita (+47% rispetto al 2019) che per quella volontaria (+37%). Nella prima componente, tuttavia, a crescere sono soprattutto i dipendenti di imprese esterne (+83%), i collaboratori a vario titolo (+161%) e gli operatori del servizio civile (+114%). Sembrerebbe dunque che i musei e le istituzioni simili si siano organizzati per accogliere il nuovo afflusso di pubblico, ma ricorrendo a forme di lavoro flessibili, più facilmente adeguabili alle future condizioni di mercato.

Grafico 6. **TOSCANA. Composizione % dei visitatori dei musei per nazionalità e tipologia territoriale. 2019 e 2022**



Fonte: elaborazioni IRPET su dati ISTAT - Indagine sui musei e le istituzioni similari

Dal punto di vista della distribuzione territoriale, i flussi sia dei visitatori complessivi che della componente straniera risultano lievemente meno concentrati nelle principali aree urbane (Grafico 6). Ciò potrebbe essere o semplicemente una reazione temporanea alle precauzioni indotte dalla pandemia o un primo indizio di nuovi comportamenti di visita, più attenti anche a luoghi meno conosciuti e frequentati.

• Biblioteche

Anche per le biblioteche è disponibile il confronto tra i dati relativi al 2019 e al 2022.

Le strutture che hanno risposto sono pressoché totalmente tornate ai livelli del 2019, con un solo lieve ritardo di quelle private (97% del totale al 2019). Il lato dell'offerta sembra dunque essere tornato alla normalità, mentre continua a mancare una buona parte della domanda. Gli utenti che hanno usufruito di almeno un servizio sono cresciuti rispetto al 2021, ma restano meno della metà di quelli del 2019 (45%). Anche gli accessi fisici, cioè in presenza nella sede della biblioteca sono attorno alla metà del dato al 2019 (54%), mentre i prestiti sono tornati a crescere, ma per il momento si sono fermati al 78% dell'ultimo anno pre-pandemia.

Per quanto attiene agli addetti, come per il caso dei musei, ISTAT non pubblica dati disaggregati. A partire dal dato medio per struttura e da alcune distribuzioni per tipologia contrattuale e dimensionamento delle strutture, si effettuano anche qui delle stime, che vanno ovviamente lette con cautela. Secondo questi numeri, tuttavia, gli addetti retribuiti sarebbero cresciuti del 41% rispetto al 2019, grazie soprattutto alla crescita degli esterni, che sono quasi raddoppiati (Tabella 7).

Tabella 7. **TOSCANA. Strutture, utenti, prestiti e addetti nelle biblioteche rilevate. 2019-2022**

| | 2019 | 2021 | 2022 | % 2022 SU 2019 |
|--|-------|-------|-------|----------------|
| Totale strutture | 465 | 454 | 464 | 100% |
| Di cui pubbliche | 316 | 316 | 320 | 101% |
| Di cui private | 149 | 138 | 144 | 97% |
| Utenti di almeno 1 servizio (mgl.) | 896,8 | 337,9 | 400,2 | 45% |
| Accessi fisici registrati (mln.) | 5,4 | 4,7 | 2,9 | 54% |
| Prestiti fisici locali effettuati (mln.) | 2,3 | 1,6 | 1,8 | 78% |
| Addetti retribuiti* | 1.761 | 1.597 | 2.478 | 141% |
| Di cui interni | 1.027 | 977 | 1.023 | 100% |
| Di cui esterni | 734 | 620 | 1.455 | 198% |
| Addetti volontari non retribuiti | n. d. | 613 | 625 | - |

* Tutti i dati sugli addetti sono stimati

Fonte: elaborazioni IRPET su dati ISTAT - Indagine sulle biblioteche pubbliche e private

- **Spettacolo**

Anche per il comparto dello spettacolo e dell'intrattenimento, al momento, i dati ufficiali si fermano al 2022.

Si conferma anche per questo comparto di attività culturali quanto avvenuto negli altri: il 2022 è l'anno della ripresa più decisa dell'offerta, consentita dal progressivo superamento dei vincoli connessi ai problemi sanitari. Molti settori si sono avvicinati alla numerosità degli spettacoli offerti nel 2019 (prosa, concerti classici, mostre); i concerti di musica leggera sono addirittura aumentati rispetto al pre-Covid (+26%), grazie anche alla riprogrammazione di alcuni eventi che erano stati sospesi durante la pandemia, mentre alcuni settori, pur in ripresa, faticano a riposizionarsi sui livelli di offerta del passato (cinema e ballo, la cui offerta al 2022 è pari rispettivamente al 66% e al 70% del 2019)(Tabella 8).

Tabella 8. **TOSCANA. Spettacoli, biglietti e spesa del pubblico per principali generi. 2019-2022**

| | 2019 | | | 2021 | | | 2022 | | | % 2022 su 2019 | | |
|-------------------|-----------------|---------------------------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|-------------------------------|-----------------|-----------------|----------------------|
| | Spetta- coli | Spetta- tori (mgl.) | Spesa d. pubblico (mln) | Spetta- coli | Spetta- tori (mgl.) | Spesa d. pubblico (mln) | Spetta- coli | Spetta- tori (mgl.) | Spesa d. pubblico (mln) | Spetta- coli | Spetta- tori | Spesa d. pubblico |
| Cinema | 222.588 | 7.190,7 | 57,3 | 89.957 | 1.735,5 | 12,7 | 148.020 | 3.140,1 | 23,4 | 66% | 44% | 41% |
| Teatro (Prosa) | 6.598 | 1.072,8 | 17,9 | 3.720 | 329,6 | 4,8 | 6.247 | 786,1 | 12,9 | 95% | 73% | 72% |
| Concerti classici | 1.853 | 268,1 | 5,9 | 1.045 | 109,1 | 3,0 | 1.741 | 231,0 | 5,0 | 94% | 86% | 85% |
| Altri concerti | 1.934 | 1.103,1 | 50,7 | 1.250 | 245,0 | 7,1 | 2.433 | 1.522,5 | 60,2 | 126% | 138% | 119% |
| Mostre | 6.283 | 2.003,9 | 29,6 | 3.612 | 704,4 | 6,6 | 5.745 | 1.318,3 | 11,1 | 91% | 66% | 38% |
| Ballo e musica | 59.324 | 3.689,7 | 80,3 | 15.599 | 283,2 | 20,6 | 41.800 | 3.872,0 | 57,2 | 70% | 105% | 71% |

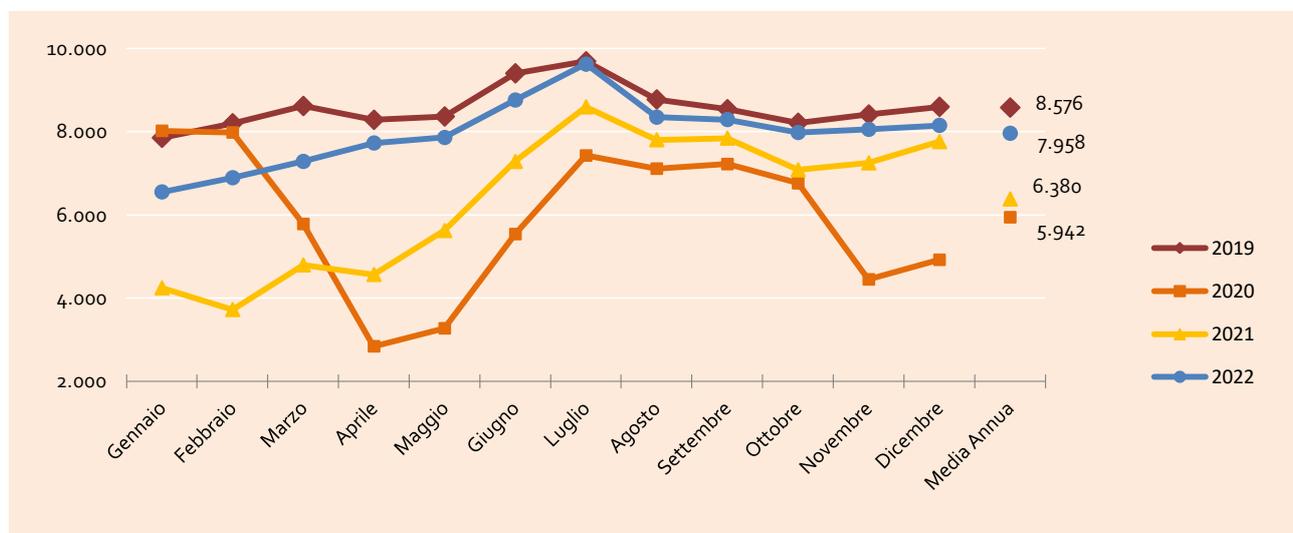
N.B. La spesa del pubblico include la spesa per biglietti e abbonamenti e quella per le prestazioni annesse (prenotazioni, guardaroba, ecc.)

Fonte: elaborazioni IRPET su dati SIAE - Osservatorio dello Spettacolo

I problemi maggiori, anche in questo caso, riguardano la partecipazione del pubblico e di conseguenza la spesa, che incontrano maggiori difficoltà a tornare sui livelli pre-pandemia. Da questo punto di vista, i settori più critici sono il cinema, che risente probabilmente anche della concorrenza delle piattaforme online, le mostre, il teatro, il ballo. Più reattivo il segmento dei concerti classici, un comparto di nicchia, ma che subisce meno i vincoli di spesa del pubblico. Ancora una volta l'eccezione è rappresentata dai concerti di musica leggera, che hanno sperimentato una decisa crescita anche dal lato della domanda, cioè in termini di spettatori (+38% sul 2019) e di spesa (+19% sul 2019). Secondo il Rapporto SIAE, tale crescita è avvenuta nonostante una dinamica dei prezzi sfavorevole e piuttosto vivace².

Utilizzando i dati INPS sui lavoratori dello spettacolo, infine, si evidenzia come decisi segnali di ripresa siano leggibili anche in termini di lavoratori coinvolti (Grafico 9).

Grafico 9. **TOSCANA. Evoluzione del numero dei lavoratori dello spettacolo. Dati mensili e in media annua. 2019-2022**



Fonte: elaborazioni IRPET su dati INPS - Osservatorio dello Spettacolo

I lavoratori dello spettacolo con almeno 1 giorno di attività nel mese sono complessivamente 7.958 nel 2022, pari cioè al 93% del dato registrato al 2019, con un deciso incremento rispetto al 2021 (+25%). Guardando alla distribuzione mensile dei lavoratori attivi, inoltre, il ritorno alla normalità è evidenziato anche dalla riduzione delle oscillazioni

² SIAE (2023), *Spettacolo, intrattenimento e sport*. Rapporto SIAE 2022

stagionali, in particolare dello scarto tra mesi invernali e mesi estivi: il rapporto massimo / minimo era 1,2 nel 2019 (con minimo a gennaio e massimo a luglio), è salito a 2,8 nel 2020, per poi scendere a 2,3 nel 2021 e tornare a 1,5 nel 2022.

L'ultimo dato è relativo all'editoria. Secondo i pochi dati regionali disponibili, il numero delle opere pubblicate nel 2022 è in linea con quello del 2019, le case editrici attive e con produzione sono però pari solo all'83% del dato pre-Covid, con una contrazione che ha riguardato soprattutto i piccoli editori (Fonte Istat). Secondo il più recente report dell'AIE (Associazione Italiana Editori), i primi mesi del 2023 hanno però visto un incremento degli acquisti di copie a scala nazionale (+13% rispetto al 2019, al netto dell'editoria scolastica).

2. APPROFONDIMENTO TEMATICO: IL TURISMO CULTURALE

ISTAT ha pubblicato recentemente un volume di approfondimento dedicato al turismo culturale, considerato il segmento più dinamico e più desiderabile dell'industria turistica moderna, grazie ai maggiori ritorni economici e ai minori impatti negativi³.

Prima di illustrare alcune statistiche su questo specifico segmento del turismo, è utile ricordare alcune definizioni e alcuni trend di lungo periodo.

Tra le molte definizioni elaborate, ISTAT propone di individuare a fini operativi il turismo culturale come quella parte dei flussi turistici che appaiono prevalentemente motivati dalla volontà di fruire del patrimonio artistico, storico, naturalistico e paesaggistico-culturale di un territorio⁴. Tale definizione è utilizzata per classificare, oltre ai flussi turistici, anche i territori di destinazione alla scala comunale.

ISTAT, inoltre, ricostruisce le principali tappe di sviluppo del turismo culturale. La sua nascita è fatta risalire al 1670, anno in cui per la prima volta appare il termine "Grand Tour" in una guida di viaggio, destinata ai giovani delle classi istruite e benestanti e finalizzata al completamento del loro percorso educativo, tramite la fruizione diretta della cultura classica greca e romana. E' evidente che si trattasse di un'esperienza decisamente elitaria.

Lo sviluppo del turismo di massa come lo conosciamo oggi è tipico delle società sviluppate e benestanti ed è stato favorito dai decisi miglioramenti nel campo delle comunicazioni e dei trasporti, oltre che dal progressivo contenimento dei loro costi.

Ancora fino ai primi anni '60 in Italia il turismo era una forma di consumo poco diffusa, solo l'11% della popolazione, infatti, faceva una vacanza. Nel 1975 però tale quota era salita al 35% e nel 1985 al 46% (fonte ISTAT). Al crescere della consistenza dei flussi, era cresciuto ovviamente il peso degli stessi sulle economie dei luoghi di destinazione, come pure l'attenzione alle politiche di valorizzazione e attrazione. Nasce negli anni '80 l'idea che il patrimonio culturale possa essere una leva fondamentale per lo sviluppo di alcuni territori. Dal 1985 al 2020, anno dello shock da pandemia, il turismo ha avuto andamenti sempre crescenti, spinti anche dalle principali novità degli anni '90, cioè la liberalizzazione del trasporto aereo (con conseguente affermazione dei voli *low cost*) e la diffusione delle tecnologie digitali. Queste ultime hanno consentito la nascita delle grandi piattaforme online per l'incontro tra domanda e offerta di alloggi temporanei (Booking, Airbnb), con benefici per i turisti (che si avvantaggiano di un'offerta più varia e a prezzi più accessibili), ma anche per i residenti dei territori più attrattivi, che possono partecipare al valore aggiunto turistico, mettendo a reddito le loro proprietà immobiliari⁵.

Al crescere del successo del turismo, è cresciuta anche la visibilità degli effetti negativi associati (pressione sulle risorse ambientali e culturali, innalzamento del livello dei prezzi a partire da quelli immobiliari, distorsione della composizione del tessuto produttivo, ecc.) e si è dunque sviluppato un vivace dibattito sulla sostenibilità del turismo e sulla necessità di introdurre mix più incisivi di regolamentazione e incentivi/disincentivi. Il turismo culturale è di solito considerato tra i più sostenibili, pur in presenza di alcune criticità molto concentrate in specifici territori (tipicamente i centri storici delle città d'arte di maggiore richiamo, come Firenze, ma anche Venezia e Roma).

Dato il quadro concettuale di riferimento molto sinteticamente richiamato, ISTAT fornisce alcune elaborazioni che possono essere utili per inquadrare le specificità della Toscana.

³ ISTAT (2023), *Il turismo culturale in Italia. Analisi integrata dei dati*, <https://www.istat.it/it/archivio/288842>

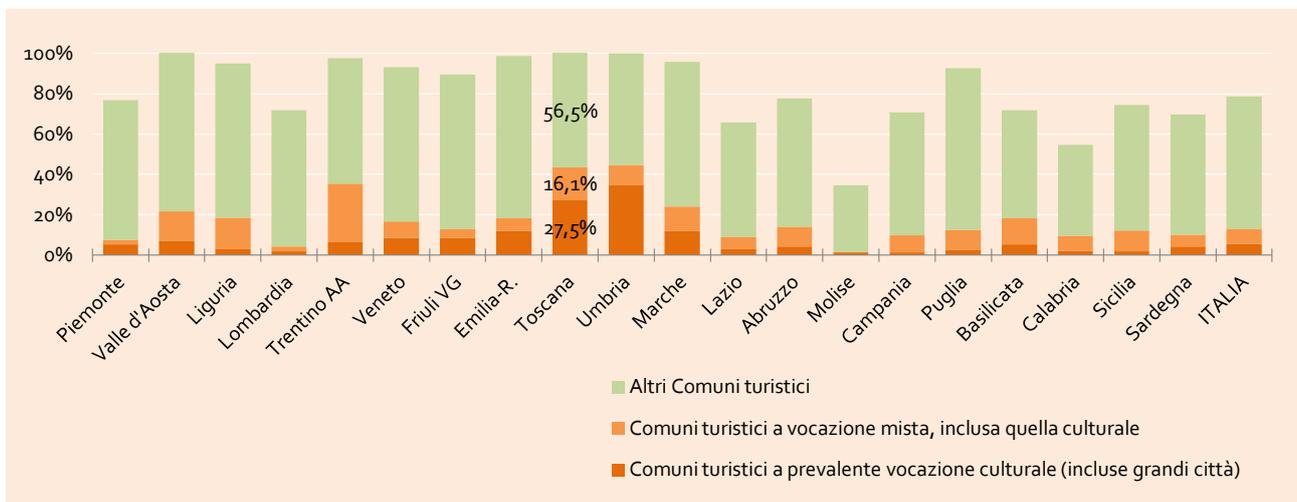
⁴ Si tratta di una motivazione tradizionalmente rilevata con l'indagine "Viaggi e vacanze", oggi inserita come modulo di approfondimento nella rilevazione sulla Spesa delle famiglie. Consente di rilevare informazioni sui movimenti turistici dei residenti in Italia.

⁵ Il dibattito sugli effetti del successo di Airbnb è molto acceso e vi sono aspetti sia positivi che negativi. Sui primi abbiamo già detto, tra i secondi si ricordano la competizione, per certi versi sleale, con il settore dell'hospitality tradizionale maggiormente regolamentato, il minore prelievo fiscale rispetto ad altre attività economiche, l'impatto inflattivo sui prezzi delle abitazioni (compravendite e affitti), il contributo a dinamiche di esclusione urbana, quali i fenomeni di overtourism e gentrification. Sul tema di veda, ad esempio, Tortuga (2023), *Airbnb e il mercato immobiliare italiano*, Tortuga Policy Reports.

2.1 Il peso dei Comuni turistici con specializzazione culturale

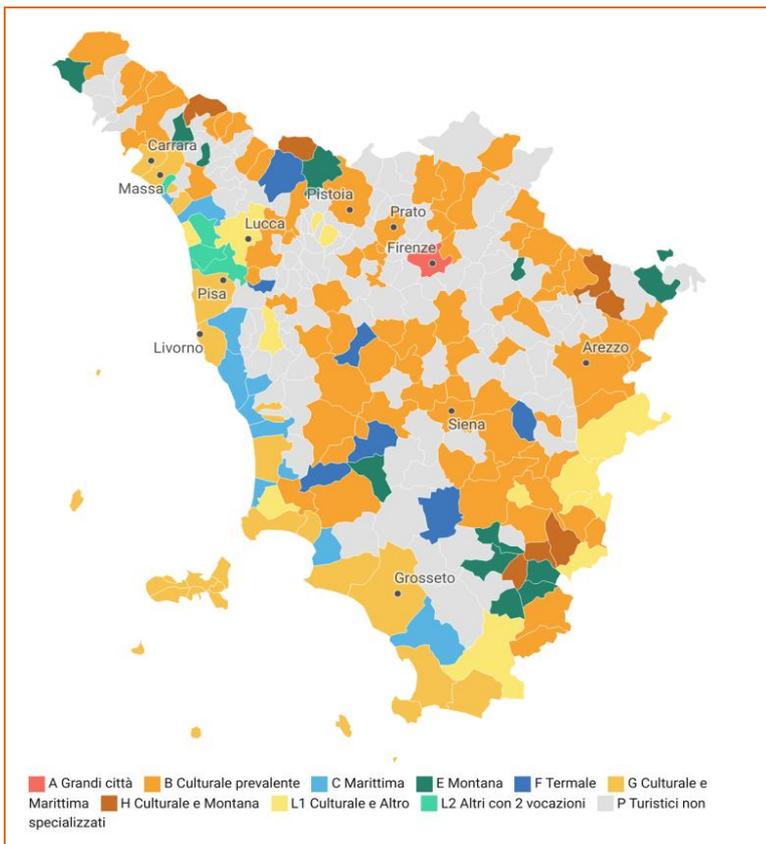
Sulla base della selezione di un elenco di prodotti e attrazioni culturali, tangibili e intangibili, sono stati individuati i Comuni che si distinguono per una maggiore dotazione di patrimonio culturale, storico, artistico e paesaggistico. Nella dotazione culturale sono stati considerati la presenza di un museo o istituzione assimilabile con oltre 10mila visitatori annui e/o di un sito Unesco e/o di un parco nazionale, come pure il riconoscimento di alcune certificazioni (Borghi più belli d'Italia, Comune Bandiera Arancione, Capitale della Cultura). All'indice di dotazione è stato poi affiancato un indice di vocazione turistica, che tiene conto della presenza delle infrastrutture ricettive, della consistenza dei flussi, dell'orientamento del sistema produttivo alle attività turistico-culturali. Il risultato della classificazione descritta è illustrato nel Grafico 10 e nella Carta 11.

Grafico 10. **ITALIA. % di Comuni turistici con vocazione culturale prevalente o mista per regione**



Fonte: elaborazioni IRPET su dati ISTAT - Classificazione turistica dei Comuni italiani

Carta 11. **TOSCANA. Comuni turistici per tipo di vocazione prevalente**



Fonte: elaborazioni IRPET su dati ISTAT - Classificazione turistica dei Comuni italiani

Al confronto con le altre regioni italiane, emerge innanzitutto come la Toscana sia interamente costituita da Comuni con una qualche vocazione turistica, un dato questo condiviso solo con Umbria e Valle d'Aosta. Guardando poi alle specializzazioni nei diversi segmenti dell'attrattività turistica, emerge il peso della componente legata alla dotazione di patrimonio culturale, storico, artistico e paesaggistico: il 28% dei Comuni ha questa come specializzazione prevalente e un ulteriore 16% la detiene insieme ad altre, per un totale pari al 44% dei Comuni in cui la vocazione culturale è rilevante. Anche in questo caso, si tratta di una specificità che la Toscana condivide con poche altre regioni, in particolare con Umbria e Trentino Alto-Adige⁶.

Tramite la carta della Toscana, è possibile visualizzare la distribuzione dei Comuni a vocazione turistica, nel dettaglio delle diverse intensità e combinazioni settoriali. Ne emerge un quadro in cui il patrimonio culturale si conferma come una dotazione molto diffusa nel territorio regionale, quindi una risorsa ben presente e molto distribuita, che potrebbe pertanto facilitare la sfida di coniugare gli obiettivi di valorizzazione (dei territori meno conosciuti) con quelli della sostenibilità.

A questo proposito, c'è un'altra specificità del turismo culturale che deve essere ricordata. I fattori di attrazione della domanda per consumi culturali sono da ricercare sia nella dotazione di un territorio in termini di patrimonio storico, artistico e paesaggistico, che nel breve periodo può essere resa più accessibile ma non accresciuta, sia nella disponibilità di risorse riproducibili, come eventi, mostre, spettacoli, prodotti locali di vario genere. L'offerta del secondo tipo di risorse può essere più facilmente modificata e può contribuire a rendere più attrattive alcune località e/o a ridurre la stagionalità degli arrivi. Il miglioramento dell'offerta culturale per i visitatori esterni avrebbe inoltre ricadute positive anche per i residenti, sia in termini di maggiori opportunità di lavoro che di consumo culturale.

2.2 Le specificità del turista culturale

L'indagine ISTAT su viaggi e vacanze dei residenti in Italia consente di tracciare un profilo dei viaggiatori per motivi culturali. Si tratta di un profilo relativo alla componente italiana, ma come vedremo, per molti aspetti simile a quella internazionale.

Innanzitutto, lo svolgimento di attività culturali è più frequentemente associato ai viaggi all'estero, che si contraddistinguono per due aspetti: per le più lunghe distanze percorse e per la maggiore durata media delle permanenze. Inoltre, il viaggio all'estero presuppone una più ampia distanza culturale tra il contesto di appartenenza e quello della vacanza, che è probabilmente una delle principali motivazioni che spingono alla visita del patrimonio culturale. Come dimostrano i dati Eurostat, ciò vale per gli italiani che vanno in vacanza all'estero, ma anche per gli stranieri che arrivano per turismo in Italia⁷.

I dati per i turisti culturali residenti in Italia sono riportati nelle Tabelle 12 e 13. Come anticipato, per i viaggi aventi come prima motivazione quella culturale l'incidenza delle destinazioni estere è più alta di quella nazionale (28,7% contro 13,5%). La durata della vacanza culturale è minore della media se la destinazione è italiana (2,6 pernottamenti contro 5,4), ma cresce se la destinazione è estera (6,3 pernottamenti).

Tabella 12. **ITALIA. Vacanze di piacere/svago per tipo prevalente di attività svolta*. 2019**

| | Attività culturali | Bellezze naturali | Svago, riposo | Altre attività | Totale |
|--------|--------------------|-------------------|---------------|----------------|--------|
| Italia | 13,5 | 13,3 | 61,1 | 12,1 | 100 |
| Estero | 28,7 | 14,0 | 46,5 | 10,8 | 100 |
| TOTALE | 16,9 | 13,5 | 57,8 | 11,8 | 100 |

* I dati si riferiscono ai turisti per i quali l'attività dichiarata è il motivo principale del viaggio

Fonte: ISTAT - Viaggi e Vacanze

Tabella 13. **ITALIA. Durata media (n. notti) delle vacanze di piacere/svago per tipo*. 2019**

| | Attività culturali | Bellezze naturali | Svago, riposo | Altre attività | Totale |
|--------|--------------------|-------------------|---------------|----------------|--------|
| Italia | 2,6 | 5,8 | 6,3 | 3,7 | 5,4 |
| Estero | 6,3 | 8,3 | 7,2 | 4,8 | 6,8 |
| TOTALE | 4,0 | 6,4 | 6,5 | 3,9 | 5,7 |

* I dati si riferiscono ai turisti per i quali l'attività dichiarata è il motivo principale del viaggio

Fonte: ISTAT - Viaggi e Vacanze

⁶ ISTAT calcola, con dati al 2019, l'incidenza delle presenze turistiche nei Comuni con una qualche vocazione culturale sul totale regionale. Tra le regioni con le quote più alte figurano, in ordine decrescente: Lazio, Umbria, Campania, Toscana, Sicilia, Emilia-Romagna, Marche e Trentino Alto-Adige, con quote che vanno dal 92% a valori comunque superiori al 70%.

⁷ Ciò trova conferma nel dato Eurostat relativo al complesso degli spostamenti dei turisti di 15 anni e più residenti in Unione Europea verso le città, utilizzate come proxy delle visite culturali. Nel 2019, solo il 39% dei flussi diretti verso le città avveniva entro i confini nazionali.

L'aggiornamento del questionario usato nell'indagine ISTAT ha consentito per gli ultimi 3 trimestri del 2019 di indagare i comportamenti anche di coloro che non scelgono di viaggiare per motivi unicamente culturali, ma che una volta in viaggio svolgono anche attività culturali. Ciò consente di cogliere in modo più completo la domanda di attività culturali.

Tra gli effetti più evidenti troviamo una positiva riduzione della stagionalità (Tabella 14). Se le vacanze decise con una motivazione prioritariamente culturale hanno un punto di flesso evidente tra luglio e settembre, quelle più generali (motivate, ad esempio, da finalità di svago) che prevedono comunque lo svolgimento di alcune attività a contenuto culturale appaiono più uniformemente distribuite durante l'anno e rappresentano dunque un modo per ridurre la stagionalità della domanda turistica.

Altra caratteristica positiva è la spesa media giornaliera piuttosto elevata associata ai viaggi per motivi culturali, seconda solo a quella registrata per i viaggi di lavoro (Grafico 15). Ciò rende il turismo culturale un segmento particolarmente appetibile della domanda turistica.

Tabella 14. **ITALIA. Stagionalità delle vacanze di piacere/svago per tipo di attività e trimestre. 2019**

| | Motivo prevalente: attività culturali | Motivo prevalente: bellezze naturali | Motivo prevalente: svago, riposo | Totale | Altri motivi: almeno 1 attività culturale | Altri motivi: almeno 1 attività naturale | Totale |
|------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|------------|---|--|------------|
| Gennaio-Marzo | 25,0 | 18,0 | 29,6 | 100 | n.d. | n.d. | 100 |
| Aprile-Giugno | 19,8 | 19,7 | 47,6 | 100 | 58,8 | 36,2 | 100 |
| Luglio-Settembre | 7,9 | 18,6 | 67,9 | 100 | 59,7 | 51,0 | 100 |
| Ottobre-Dicembre | 32,3 | 15,8 | 32,7 | 100 | 62,0 | 34,8 | 100 |
| TOTALE | 16,3 | 18,4 | 53,0 | 100 | 59,9 | 43,0 | 100 |

Fonte: ISTAT - Viaggi e Vacanze

Grafico 15. **ITALIA. Spesa media giornaliera nelle vacanze di piacere/svago in Italia per tipo di attività. 2019 (Valori in euro)**



Fonte: ISTAT - Viaggi e Vacanze

Tabella 16. **ITALIA. Caratteristiche del turista per tipo di vacanza in Italia. 2019**

| | Vacanze culturali | Vacanze paesaggistiche | Vacanze per altri motivi | Viaggi di lavoro | Viaggi senza attività culturali- paesagg. | Totale |
|-------------------------|-------------------|------------------------|--------------------------|------------------|---|------------|
| GENERE | | | | | | |
| Maschi | 45,4 | 47,9 | 51,2 | 69,4 | 54,5 | 52,2 |
| Femmine | 54,6 | 52,1 | 48,8 | 30,6 | 45,5 | 47,8 |
| Totale | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| CLASSE DI ETA | | | | | | |
| 0-14 anni | 11,1 | 15,0 | 14,1 | - | 11,1 | 12,5 |
| 15-24 anni | 9,4 | 9,7 | 8,7 | 3,4 | 7,2 | 8,1 |
| 25-44 anni | 16,2 | 24,1 | 27,2 | 47,9 | 29,0 | 27,5 |
| 45-64 anni | 42,8 | 37,4 | 34,2 | 45,7 | 34,6 | 35,6 |
| 65 anni e + | 20,5 | 13,9 | 15,9 | 3,0 | 18,2 | 16,3 |
| Totale | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TITOLO DI STUDIO | | | | | | |
| Fino alla licenza media | 26,0 | 35,9 | 36,0 | 15,9 | 39,0 | 35,6 |
| Diploma superiore | 37,5 | 40,2 | 37,6 | 41,3 | 33,0 | 36,5 |
| Laurea e oltre | 36,6 | 23,8 | 26,3 | 42,8 | 28,0 | 27,9 |
| Totale | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Fonte: ISTAT - Viaggi e Vacanze

L'indagine ISTAT consente di tracciare anche un profilo tipico del turista culturale (Tabella 16). E' una categoria di visitatori in cui cresce la quota delle donne (+9,1 punti percentuali in più rispetto ai viaggi privi di consumi culturali), degli adulti fra 45 e 64 anni (+ 8,2 p.p.), ma anche dei giovanissimi (+ 2,2 p.p. tra 15 e 24 anni) e degli anziani (+2,3 p.p. tra 65 anni e oltre) e, soprattutto, dei livelli di istruzione più elevati (+4,5 p.p. per il diploma superiore e +8,6 p.p. per la laurea). Questo profilo spiega anche la maggiore disponibilità a pagare già rilevata.

Tabella 17. **ITALIA. Graduatoria delle attività svolte durante i viaggi con almeno un'attività culturale per motivazione. 2019 (% dei viaggi in cui è stata svolta l'attività)**

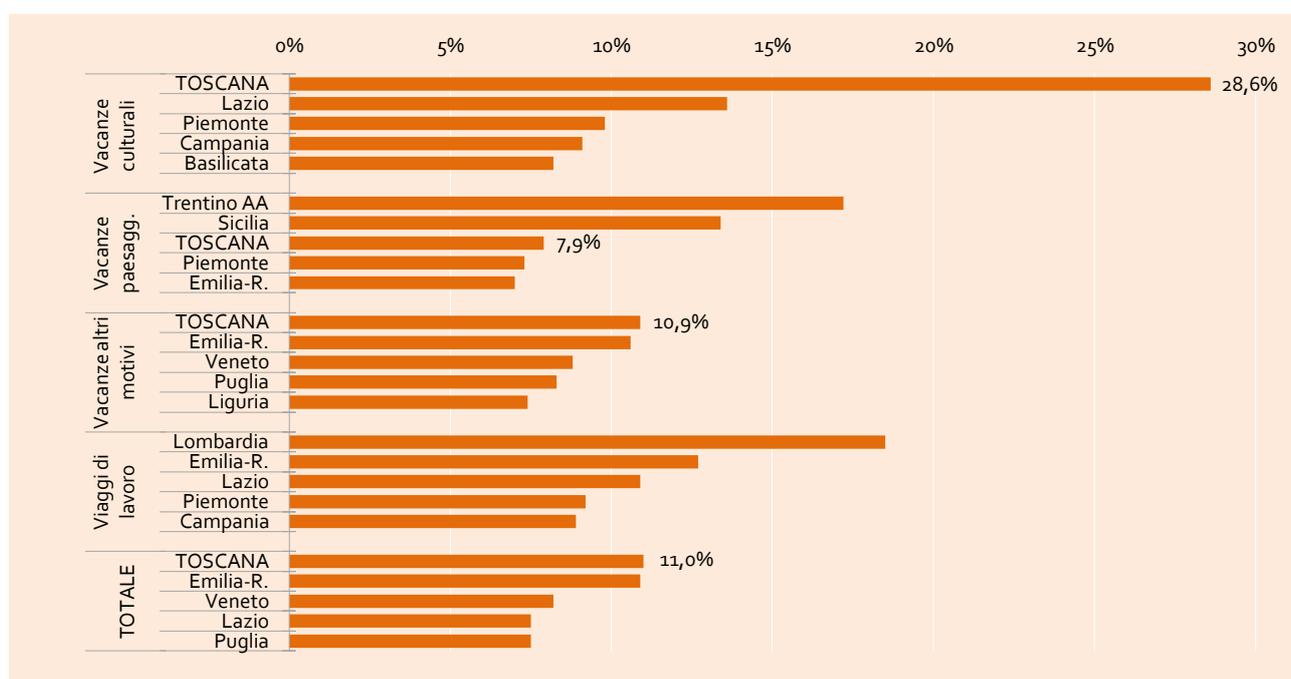
| | Vacanze culturali | Vacanze paesaggistiche | Vacanze per altri motivi | Viaggi di lavoro | Totale |
|---|-------------------|------------------------|--------------------------|------------------|--------|
| Visitare città, paesi o borghi | 75,7 | 85,1 | 73,4 | 68,7 | 74,8 |
| Visitare monumenti, siti storici o archeologici | 84,5 | 51,4 | 37,7 | 40,1 | 44,8 |
| Visitare mercati tipici locali | 31,4 | 32,9 | 27,9 | 26,2 | 28,8 |
| Visitare musei, gallerie, mostre, esposizioni | 64,4 | 30,3 | 21,5 | 18,9 | 27,3 |
| Assistere a spettacoli, eventi culturali, folkloristici o religiosi | 15,1 | 11,5 | 28,2 | 19,6 | 24,2 |
| Tour enogastronomici o degustazioni | 19,2 | 23,6 | 17,4 | 20,5 | 18,5 |
| Visitare fabbriche o altri siti di produzione | 5,7 | 3,9 | 3,8 | 7,5 | 4,3 |
| Altre attività a carattere culturale | 0,1 | - | 1,3 | 5,9 | 1,3 |

Fonte: ISTAT - Viaggi e Vacanze

Interessante è anche l'analisi delle attività a contenuto culturale più frequentemente svolte durante i viaggi (Tabella 17). Complessivamente le attività più frequenti sono le visite del patrimonio architettonico (città, paesi e borghi) (74,8% del totale dei viaggi) e, a distanza, quelle ai monumenti e ai siti storici (44,8%). Buoni livelli di partecipazione si riscontrano, tuttavia, anche per i mercati tipici locali (28,8%), per gli spettacoli ed eventi culturali (24,2%), oltre che per le più tradizionali visite a musei e mostre (27,3%). Un discreto risultato lo ottengono anche i tour enogastronomici (18,5%). Questi dati suggeriscono quindi l'opportunità di arricchire la tradizionale offerta culturale legata alla valorizzazione del patrimonio storico-artistico con eventi e proposte collegate al patrimonio immateriale e ai prodotti tipici, al fine di rendere i territori più attrattivi e sempre allo scopo di ridurre la stagionalità dei flussi.

Distinguendo poi per motivazione principale, emerge come il turista prettamente culturale visita con frequenze decisamente maggiori i monumenti e i siti storici e archeologici, come pure i musei, le gallerie, le mostre e le esposizioni.

Grafico 18. **ITALIA. Prime 5 regioni di destinazione per motivazione del viaggio (% dei viaggi). 2019**



Fonte: ISTAT - Viaggi e Vacanze

Un ultimo dato interessante per la Toscana è quello che attiene alle graduatorie delle regioni italiane più visitate per motivo prevalente del viaggio (Grafico 18). La Toscana è una regione fortemente attrattiva di viaggi per vacanza (meno di viaggi per lavoro), ma lo è soprattutto per quelli a forte motivazione culturale: assorbe il 28,6% del totale dei viaggi con questa motivazione, con un netto distacco dalle altre regioni, anche quelle molto dotate di patrimonio artistico-culturale come Lazio, Campania e Veneto.

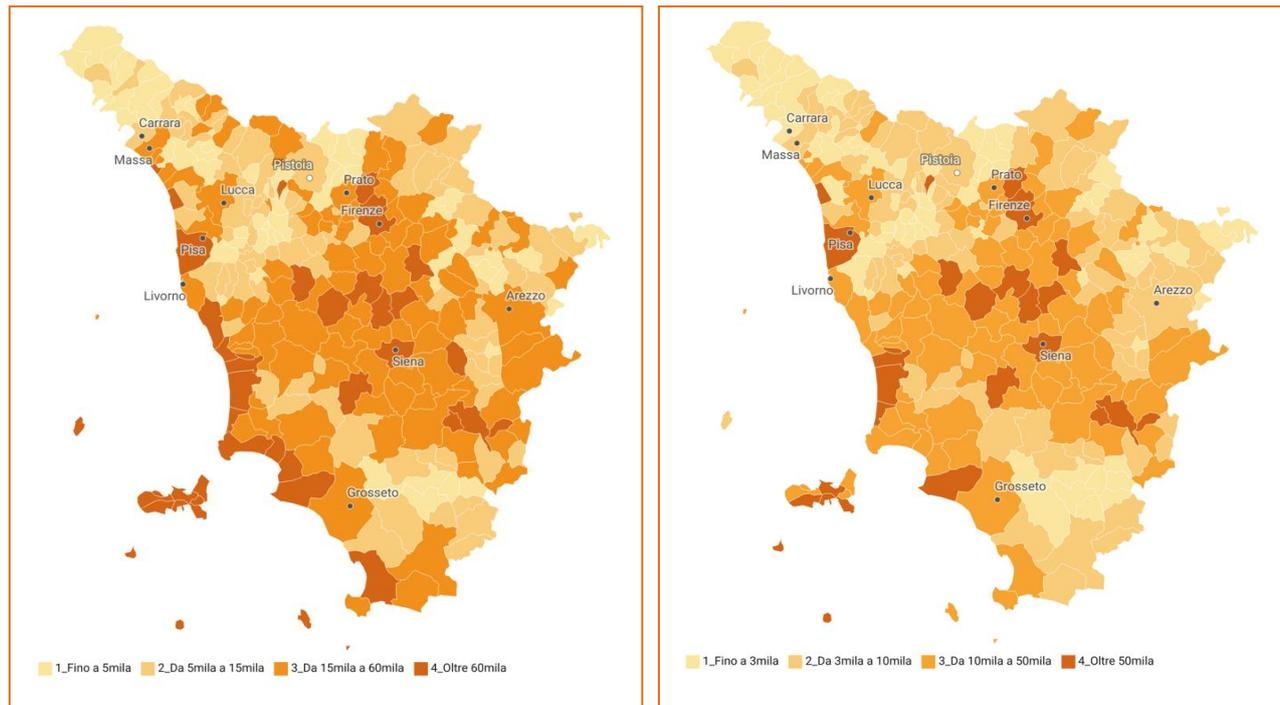
Le graduatorie regionali confermano ancora una volta che un patrimonio fatto di città d'arte, grandi musei statali, siti archeologici, borghi e luoghi della cultura come musei diffusi all'aria aperta e territori di interesse paesaggistico rappresentino una dotazione importante per l'attrazione dei flussi turistici, ma anche per la loro gestione orientata maggiormente a obiettivi di sostenibilità.

2.3 Presenze turistiche, visitatori nei musei e spettatori sui territori (2019)

A completamento dell'analisi delle specificità del turismo culturale, proponiamo di seguito l'analisi della distribuzione territoriale in Toscana sia delle presenze turistiche che della domanda di partecipazione culturale, distinta nelle due principali componenti dei visitatori del patrimonio storico-artistico e degli spettatori dei principali generi di spettacolo. I dati si riferiscono in ogni caso al 2019, per evitare le distorsioni dovute al post-pandemia. Ciò che qui interessa mettere in evidenza sono le caratteristiche strutturali che possono essere utili per l'implementazione di politiche di attrazione e valorizzazione nell'attuale fase di recupero degli abituali livelli di attrattività del territorio regionale e nel tentativo di alleggerire la pressione sui luoghi più conosciuti e diffondere i flussi sulle aree in cui esistono potenzialità ancora non del tutto valorizzate.

Nelle Carte 19 e 20 è mostrata la distribuzione territoriale delle presenze turistiche totali e della sola componente straniera. Al posto del tradizionale indicatore "turisti per abitante", è stata preferita una misura di densità territoriale, prendendo a riferimento però non l'intera superficie comunale, ma la sua parte urbanizzata, che è quella su cui ragionevolmente insiste la pressione turistica. Questo indicatore consente, a parere di chi scrive, una migliore comparabilità tra aree fortemente insediate, come quelle urbane (in cui di solito il rapporto turisti/abitanti tende a indebolirsi nonostante numeri elevati di visitatori) ed aree rurali e montane, di solito con bassi livelli di popolamento (in cui il rapporto turisti/abitanti tende ad assumere valori elevati anche a fronte di numeri contenuti di visitatori).

Carte 19 e 20. Presenze turistiche totali (sx) e solo straniere (dx) per Km² di superficie comunale urbanizzata. 2019



Fonte: elaborazioni IRPET su dati Regione Toscana - Banca dati del Turismo

La distribuzione della totalità delle presenze turistiche (che si ricorda essere solo la parte di turismo che pernotta nelle strutture ricettive ufficiali) mostra come le concentrazioni maggiori della pressione turistica interessino le principali città d'arte (Firenze e a distanza Siena e Pisa), alcuni luoghi iconici del paesaggio rurale toscano (San Quirico d'Orcia, San Gimignano, Pienza, Montañone, Chiusdino, Castellina e Radda in Chianti) e alcune località di

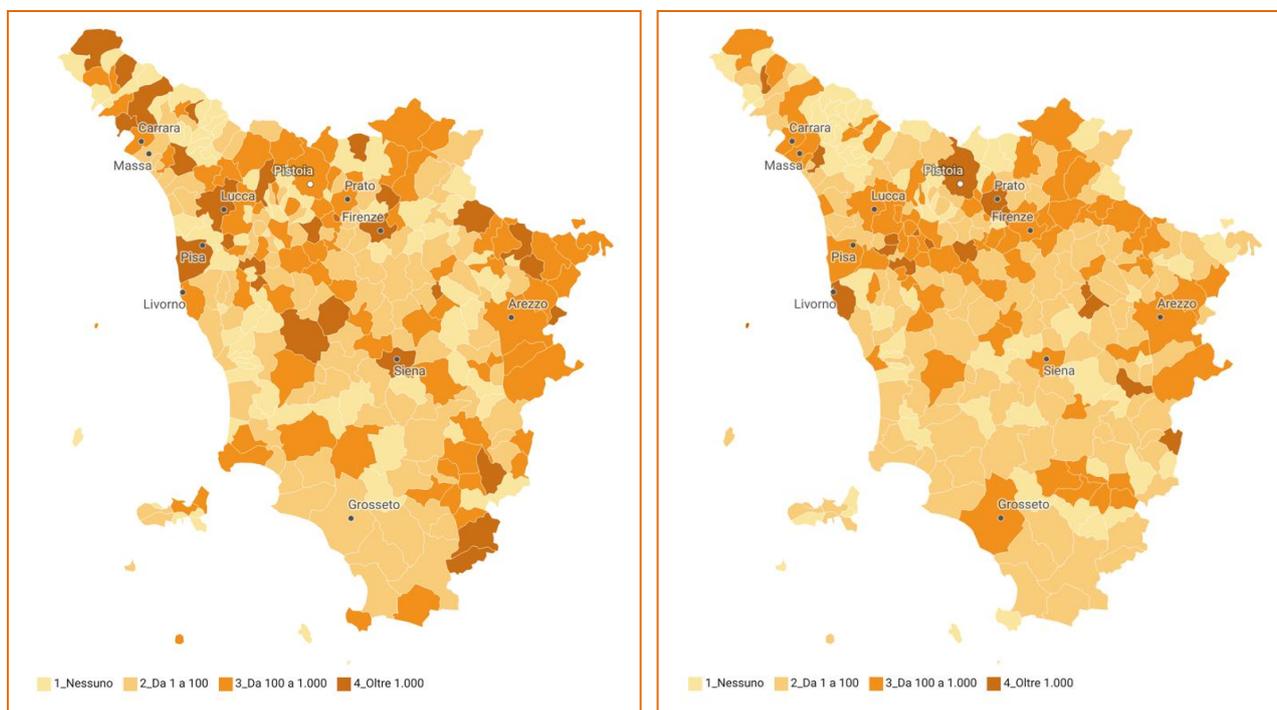
mare (San Vincenzo, Bibbona, Castiglion della Pescaia, Follonica, Piombino, Castagneto Carducci, oltre ai Comuni elbani). Vi figurano anche alcune località termali (Montecatini, Chianciano e Rapolano). Nelle stesse aree risulta più elevata anche la densità dei turisti stranieri.

L'analisi della distribuzione mette in evidenza come, al di là di alcuni punti (e di alcuni mesi dell'anno) di eccessiva concentrazione, l'attrattività regionale è in realtà piuttosto diffusa e può contare su fattori di richiamo diversi (arte, mare, campagna), tutte caratteristiche queste che possono aiutare politiche di maggiore diffusione dei flussi di visitatori, magari a vantaggio di quelle aree (soprattutto appenniniche) che al momento ne beneficiano meno.

Nelle Carte 21 e 22 viene illustrata la distribuzione territoriale di due indicatori che confrontano le presenze turistiche locali con i fruitori del patrimonio storico-artistico e dell'offerta di spettacolo e intrattenimento. I luoghi in cui entrambi gli indicatori raggiungono livelli elevati sono territori caratterizzati da un'offerta culturale attrattiva, ma che non riesce adeguatamente a tradursi in pernottamenti in loco per una serie di motivazioni. Fra le più frequenti ricordiamo l'eventuale mancanza di strutture ricettive adeguate, la competizione con tipologie alternative di alloggio (ad esempio, le seconde case), la vicinanza a luoghi meglio attrezzati o più economici, oppure anche l'esiguità dell'offerta culturale locale (ad esempio, un solo museo o castello o villa, visitabile in giornata). Di contro, i luoghi in cui gli indicatori si collocano su valori bassi indicano località attrattive per motivi diversi da quelli culturali (ad esempio, le aree balneari), ma che potrebbero attenuare alcune loro criticità, come la stagionalità dei flussi, potenziando l'offerta culturale.

L'analisi di questi indicatori, quindi, può fornire spunti utili per l'implementazione di politiche di sviluppo mirate e la costruzione di nuovi prodotti turistici. È bene ricordare, inoltre, che il potenziamento dell'offerta culturale in funzione di accrescimento dell'attrattività turistica porta comunque benefici anche per la popolazione residente.

Carte 21 e 22. **Visitatori musei e assimilabili (sx) e spettatori dei principali generi di offerta* (dx) per 1.000 presenze turistiche. 2019**



* Sono stati considerati cinema, teatro di prosa, lirica, balletto, concerti classici, pop e jazz e mostre

Fonte: elaborazioni IRPET su dati ISTAT - Indagine sui musei e le istituzioni similari e SIAE - Osservatorio dello Spettacolo

Per quanto attiene ai visitatori del patrimonio storico-artistico, essi raggiungono valori molto elevati rispetto ai turisti pernottanti in molte città d'arte di richiamo internazionale (in ordine decrescente, Siena, Pisa, Lucca, Firenze), ma soprattutto in alcuni piccoli Comuni con un forte attrattore: Monterchi (Museo della Madonna del Parto), Stazzema (Museo della Resistenza e Museo della Pietra), San Romano in Garfagnana (Parco dell'Orecchiella) e Calci (Museo di storia naturale e Museo della Certosa monumentale). Su livelli più contenuti, ma comunque importanti, troviamo altri piccoli Comuni decentrati (Caprese Michelangelo, Poggio a Caiano, Pescia, Vernio, Vinci, Chiusi della Verna, Fossdinovo, ecc.) e, in generale, alcune zone montane e pedemontane. Di contro, con livelli molto bassi di visitatori del patrimonio storico-artistico sui turisti pernottanti troviamo alcune aree residenziali e produttive a scarsa o nulla vocazione turistica, alcune zone montane e molti territori costieri del turismo balneare.

La distribuzione territoriale del rapporto tra spettatori e turisti pernottanti presenta caratteristiche diverse, perché, contrariamente a quanto accade per il patrimonio storico-artistico che è molto diffuso sul territorio, l'offerta di

attività di spettacolo e intrattenimento è piuttosto concentrata nelle principali aree urbane. In questo caso, l'indicatore raggiunge livelli elevati (molti spettatori-pochi turisti) in alcune città a minore attrattività turistica, come Livorno, Empoli, Prato e Pistoia. Anche il patrimonio culturale immateriale, specialmente se tradotto in alcuni eventi ben riconoscibili, può diventare elemento di valorizzazione territoriale. Di contro, nei luoghi molto turistici in cui l'offerta di intrattenimento è sottodimensionata, il suo potenziamento può agire in positivo come fattore di diversificazione e destagionalizzazione, come già ampiamente ricordato.

Nelle Tabelle 23 e 24, infine, gli stessi indicatori vengono calcolati per gruppi di Comuni con stessa tipologia di vocazione turistica (classificazione di fonte ISTAT) e per ambiti turistici omogenei (classificazione di fonte Regione Toscana).

Tabella 23. **TOSCANA. Indicatori di turisticità e di partecipazione culturale per vocazione turistica prevalente dei Comuni. 2019**

| | Turisti totali per Km ² urbanizzato (mgl) | Turisti stranieri per Km ² urb. (mgl) | Musei e assimilabili per Km ² urbanizzato | Visitatori di musei e simili per 1.000 turisti | Luoghi di spettacolo* per Km ² urbanizzato | Spettatori dei principali generi** per 1.000 turisti |
|---------------------------------|---|--|--|---|---|---|
| A - Grandi città | 299 | 218 | 2,1 | 1.062 | 7,6 | 341 |
| B - Culturale prevalente | 27 | 17 | 0,9 | 864 | 2,5 | 355 |
| C - Marittima | 101 | 44 | 0,3 | 3 | 1,3 | 40 |
| E - Montana | 10 | 3 | 0,8 | 103 | 0,9 | 59 |
| F - Termale | 21 | 11 | 0,4 | 34 | 2,8 | 51 |
| G - Culturale e Marittima | 91 | 30 | 0,5 | 340 | 2,3 | 159 |
| H - Culturale e Montana | 23 | 3 | 0,8 | 483 | 2,0 | 78 |
| L1 - Culturale e Altro | 64 | 35 | 0,6 | 198 | 2,7 | 207 |
| L2 - Altri con 2 vocazioni | 26 | 8 | 0,1 | 11 | 1,3 | 45 |
| P - Turistici non specializzati | 18 | 12 | 0,4 | 48 | 1,7 | 271 |
| TOSCANA | 51 | 27 | 0,6 | 498 | 2,3 | 234 |

* Sono stati considerati cinema, teatri, biblioteche, musei, auditorium, sale da concerto, arene, chiese, castelli e ville usati come sede di spettacolo

** Sono stati considerati cinema, teatro di prosa, lirica, balletto, concerti classici, pop e jazz e mostre

Fonte: ISTAT - Viaggi e Vacanze

Tabella 24. **TOSCANA. Indicatori di turisticità e di partecipazione culturale per ambito turistico omogeneo (LR24/2018). 2019**

| | Turisti totali per Km ² urbanizzato (mgl) | Turisti stranieri per Km ² urb. (mgl) | Musei e assimilabili per Km ² urbanizzato | Visitatori di musei e simili per 1.000 turisti | Luoghi di spettacolo* per Km ² urbanizzato | Spettatori dei principali generi** per 1.000 turisti |
|----------------------------------|---|--|---|---|--|---|
| Lunigiana | 4 | 2 | 0,5 | 781 | 1,6 | 403 |
| Garfagnana e Media Valle Serchio | 12 | 6 | 0,6 | 145 | 1,5 | 100 |
| Riviera Apuana | 33 | 6 | 0,3 | 29 | 1,9 | 282 |
| Versilia | 61 | 27 | 0,4 | 74 | 1,8 | 167 |
| Piana di Lucca | 16 | 9 | 0,5 | 1.075 | 2,3 | 651 |
| Valdinievole | 66 | 48 | 0,4 | 96 | 1,2 | 101 |
| Pistoia e Montagna Pistoiese | 10 | 3 | 0,7 | 191 | 1,3 | 513 |
| Area Pratese | 18 | 11 | 0,6 | 554 | 3,7 | 1.265 |
| Mugello | 15 | 7 | 0,6 | 108 | 2,8 | 167 |
| Firenze e Area Fiorentina | 132 | 94 | 1,0 | 860 | 4,5 | 339 |
| Empolese Valdelsa e Montalbano | 23 | 16 | 0,5 | 286 | 2,0 | 246 |
| Chianti | 48 | 38 | 0,4 | 67 | 2,2 | 37 |
| Casentino | 11 | 5 | 0,8 | 638 | 2,5 | 302 |
| Valtiberina Toscana | 11 | 4 | 1,2 | 964 | 2,2 | 295 |
| Arezzo | 20 | 9 | 0,4 | 339 | 2,2 | 918 |
| Valdarno Aretino | 18 | 12 | 0,5 | 82 | 2,3 | 448 |
| Val di Chiana Aretina | 13 | 9 | 0,5 | 314 | 1,6 | 87 |
| Terre di Pisa | 31 | 15 | 0,5 | 1.354 | 2,2 | 398 |
| Valdelsa ed Etruria Volterrana | 48 | 32 | 0,9 | 759 | 2,4 | 122 |
| Livorno | 23 | 9 | 0,4 | 219 | 4,2 | 1.532 |
| Costa degli Etruschi | 124 | 53 | 0,5 | 27 | 1,6 | 35 |
| Elba e Isole di Toscana | 152 | 56 | 0,8 | 60 | 0,8 | 11 |
| Terre di Siena | 70 | 41 | 1,7 | 2.019 | 3,0 | 98 |
| Val d'Orcia | 55 | 31 | 0,6 | 156 | 2,1 | 13 |
| Val di Chiana Senese | 48 | 23 | 0,5 | 59 | 2,6 | 219 |
| Maremma Toscana Area Nord | 92 | 33 | 0,5 | 28 | 1,5 | 27 |
| Maremma Toscana Area Sud | 47 | 9 | 0,4 | 104 | 1,5 | 140 |
| Amiata | 11 | 3 | 0,9 | 183 | 1,0 | 175 |
| TOSCANA | 51 | 27 | 0,6 | 498 | 2,3 | 234 |

* Sono stati considerati cinema, teatri, biblioteche, musei, auditorium, sale da concerto, arene, chiese, castelli e ville usati come sede di spettacolo

** Sono stati considerati cinema, teatro di prosa, lirica, balletto, concerti classici, pop e jazz e mostre

Fonte: ISTAT - Viaggi e Vacanze

Nel primo caso, i dati evidenziano che le categorie turistiche di maggior richiamo, totale e internazionale, si confermano le grandi città (per la Toscana, Firenze), quella marittima e la marittima-culturale. L'offerta, sia di patrimonio storico-artistico che di spettacolo e intrattenimento, è decisamente più elevata nella categoria grande città. Dal lato della domanda, tuttavia, in termini di visitatori del patrimonio su turisti pernottanti emergono anche le destinazioni prevalentemente culturali, quelle miste (culturale e marittima, culturale e montana) e quelle montane, a conferma della presenza di un patrimonio diffuso già noto, ma ulteriormente valorizzabile.

L'ultima tabella consente di identificare meglio sul territorio regionale i diversi ambiti con le loro specificità. Le aree maggiormente attrattive di flussi turistici si confermano essere l'area fiorentina, la costa meridionale e l'arcipelago. Picchi di visitatori del patrimonio museale e assimilabile rispetto ai turisti pernottanti si hanno nei casi di Siena, Pisa e Lucca. Picchi di spettatori, sempre rispetto alle presenze turistiche, si riscontrano invece per Livorno, Prato e Arezzo. A partire da queste evidenze è possibile dunque progettare politiche di valorizzazione mirate.

Osservatorio regionale della Cultura

Nota 1/2024



Regione Toscana

Le Note dell'Osservatorio sono a cura di IRPET e REGIONE TOSCANA. Responsabile del progetto: Sabrina Iommi.
L'autrice di questo numero è: Sabrina Iommi (IRPET).