

IL “MARCHIO” UNESCO: MOTORE DI SVILUPPO LOCALE?

Paola BOATI¹, Patrizia LOMBARDI²

SOMMARIO

La Lista del Patrimonio dell’Umanità dell’UNESCO è stata creata per individuare siti unici ed autentici culturalmente o dal punto di vista naturalistico, la cui protezione e conservazione sono ritenute importanti per l’intera comunità mondiale. Il fine principale dell’inserimento di un sito in tale Lista non è semplicemente quello di accrescerne la fama internazionale e il prestigio turistico, ma anche di assicurarne la conservazione per le generazioni future, attraverso azioni di cooperazione internazionale.

Come hanno evidenziato Prud’homme (2008) e Buckley (2010), l’iscrizione può generare sul territorio circostante impatti significativi, positivi e negativi, dal punto di vista ambientale e dello sviluppo socio-economico. Negli ultimi anni ci si sta sempre più rendendo conto di quanto siano importanti i legami e le relazioni che si vengono a creare tra i siti iscritti nella WHL e i territori in cui questi sono inseriti.

Scopo di questo contributo è presentare i primi risultati di uno studio in corso, volto a verificare se effettivamente l’iscrizione di un sito nella Lista del Patrimonio dell’Umanità dell’UNESCO svolga un ruolo importante per lo sviluppo economico, ed in particolar modo turistico, di un territorio, rispetto ad altre destinazioni che non godono di tale riconoscimento internazionale.

¹ Politecnico di Torino, Dipartimento Casa-città, corso Massimo d’Azeglio 42, 10125, Torino, e-mail: paola.boati@polito.it

² Politecnico di Torino, Dipartimento Casa-città, corso Massimo d’Azeglio 42, 10125, Torino, e-mail: patrizia.lombardi@polito.it

1 Introduzione

L'UNESCO –United Nations, Educational, Scientific and Cultural Organisation- fu fondata dalle Nazioni Unite il 16 novembre 1945 a Londra, per incoraggiare la collaborazione tra le nazioni nei settori della scienza, dell'istruzione, della cultura e della comunicazione. Le principali missioni dell'UNESCO riguardano la capacità di contribuire alla costruzione della pace, all'eliminazione della povertà, allo sviluppo sostenibile e al dialogo interculturale attraverso l'istruzione, le scienze, la cultura, la comunicazione e l'informazione.

All'interno della Convenzione del 1972 che riguarda la "Protezione sul piano mondiale del patrimonio culturale e naturale" sono contenute le norme e i parametri di valutazione per i beni candidati all'iscrizione nella Lista del Patrimonio Mondiale (World Heritage List); proprio perché a questi beni infatti viene riconosciuto un "eccezionale valore universale" che li fa appartenere a tutte le popolazioni del mondo, al di là dei territori e delle nazioni ai quali appartengono, viene stabilita come prima condizione imprescindibile, che lo Stato che ha sottoposto la candidatura si impegni a proteggere e valorizzare il sito proposto attraverso finanziamenti, interventi legislativi e piani di gestione. Il patrimonio culturale inserito nella Lista non è solo testimonianza di valore storico, estetico ed identitario, ma le valenze economiche ad esso associate derivano dai processi che questo può innescare per la promozione di azioni di sviluppo locale, sia dal punto di vista economico, sia per quanto riguarda l'incremento dell'attrattività turistica. L'iscrizione nella Lista del Patrimonio Mondiale, infatti, apporta uno dei maggiori contributi alla diffusione dell'immagine e della visibilità del sito a livello internazionale, generando nuovi flussi turistici, che a loro volta creano un effetto a catena sullo sviluppo territoriale dell'intero ambito di appartenenza. E' infatti generalmente riconosciuto che il marchio UNESCO porta notevoli effetti positivi sul contesto circostante (Carta, 1999; Santagata, 2006). Tuttavia, sono anche stati messi in luce gli aspetti negativi del marchio, primo fra tutti un elevato afflusso di visitatori, con il conseguente danneggiamento dell'ambiente e l'esclusione delle popolazioni locali dalle attività e dai guadagni legati al settore turistico (Prud'homme, 2008).

Proprio il marchio UNESCO, quale forma di riconoscimento del valore e di garanzia per i beni culturali, se utilizzato in maniera responsabile e non solo a fini commerciali, può fare la differenza per la creazione di buone pratiche di gestione e di sviluppo locale condivise con le popolazioni residenti, in prospettiva di un miglioramento delle condizioni economiche, occupazionali, sociali e culturali dell'intero contesto (Carta, 1999).

Negli ultimi anni infatti si sta assistendo ad una sempre maggiore "corsa" ad accaparrarsi tale riconoscimento internazionale, con la conseguente presenza di numerosi concorrenti. Da uno studio inerente i potenziali impatti socio economici per i siti UNESCO realizzato nel 2009 dal Lake District World Heritage Project (Scozia), emerge che i costi sostenuti per ottenere

l'iscrizione nella WHL sono aumentati notevolmente negli ultimi dieci anni, proprio a causa dell'aumento del numero di siti che la richiedono. L'aumento dei costi ha così portato numerose agenzie di sviluppo ed enti pubblici a chiedersi se gli investimenti sostenuti siano veramente giustificabili da un effettivo ritorno economico derivante dall'iscrizione del sito nella WHL. Non a caso anche L'UNESCO, introducendo l'obbligatorietà di redigere Piani di Gestione e Rapporti Periodici, ha evidenziato che il vero fattore critico per il successo di un sito risiede nella capacità di trasformare i progetti presentati in fase di candidatura in azioni reali e tangibili per l'intera comunità.

L'obiettivo di questo contributo è verificare se effettivamente l'iscrizione di un sito nella Lista del Patrimonio dell'Umanità dell'UNESCO svolga un ruolo importante per lo sviluppo locale di un territorio; la metodologia di analisi si basa sulla comparazione dei dati inerenti i flussi turistici di alcune città italiane, talune inserite nella Lista del Patrimonio Mondiale e altre non dotate di questo marchio. Il presente contributo è strutturato come segue. Nel successivo paragrafo 2 verranno individuate le principali minacce ed opportunità legate al riconoscimento di un sito come Patrimonio dell'Umanità attraverso l'analisi della più recente letteratura in materia. Nel successivo paragrafo 3 si analizzeranno i principali dati statistici inerenti il settore del turismo culturale in Italia, prendendo in considerazione indagini svolte da istituti di ricerca e piani di sviluppo sugli impatti del turismo nelle città d'arte (Isnart, 2006; ONT, 2009). Nel paragrafo 4 verranno illustrati alcuni casi studio presi come riferimento mentre nel paragrafo 5 verranno espressi i principali risultati e le conclusioni, approfondendo il legame tra identità locale e marchio UNESCO al fine di comprendere come la valorizzazione dei beni culturali e ambientali, e specialmente l'iscrizione di un sito nella WHL, possa rappresentare una leva per lo sviluppo locale.

2 Opportunità e minacce derivanti dall'iscrizione di un sito nella WHL dell'UNESCO

Già a partire dal momento della presentazione della candidatura del sito a entrare a far parte del Patrimonio Mondiale è necessario focalizzare l'attenzione sulle ricadute che il suo l'inserimento nella WHL può generare sugli aspetti socio-economici e sulle possibili influenze che può avere sui fattori di sviluppo.

Sicuramente l'iscrizione nella WHL porta molteplici benefici a favore del patrimonio culturale e della comunità locale: i cittadini residenti prendono coscienza dei beni artistici e culturali locali, sviluppando un senso di appartenenza e coesione sociale. Grazie alla visibilità ed alla diffusione dell'immagine della località a livello internazionale, aumentano le presenze turistiche che vanno ad alimentare in termini di spesa un micro-indotto che si riflette su altri comparti come il commercio locale ed i servizi per i residenti. Inoltre i responsabili delle politiche di conservazione possono utilizzare i maggiori introiti economici anche come strumento per la manutenzione e valorizzazione del patrimonio, diffondendone la conoscenza

e organizzando occasioni di promozione e divulgazione culturale grazie all'alto valore che il patrocinio dell'UNESCO rappresenta.

Poiché l'iscrizione nella WHL è vista come un marchio di fama mondiale, a volte può essere anche percepita come un simbolo da collezionare. Il riconoscimento dell'eccezionale valore universale del sito può provocare un aumento improvviso e sconsiderato del numero di visitatori, e gli impatti derivanti possono intaccare e danneggiare gli stessi valori pregevoli che hanno portato all'ottenimento dell'iscrizione: un primo esempio riguarda il settore immobiliare, con l'incremento dei prezzi degli immobili e dei rischi di speculazioni fondiarie e spostamenti di numerose persone. Un altro effetto sfavorevole può essere la progressiva ma inevitabile scomparsa delle attività economiche non più redditizie in confronto a quelle turistico-ricettive. Una terza problematica, infine, deriva dal grande afflusso di visitatori, che vanno a influire negativamente sulla capacità di carico del sito e possono danneggiarlo in modo irreversibile. Affinché quindi il fenomeno turistico non diventi un fattore di degrado ed erosione dei valori locali, è necessario che questi ultimi siano individuati e tenuti in considerazione già al momento della pianificazione dell'attività turistica.

Sieber Julia-Kim (2010), dell'università tedesca di Darmstadt, si chiede come possano le città storiche ricevere benefici dall'inserimento nella WHL dell'UNESCO e, contemporaneamente, evitare di diventare una "Walt Disney" per i turisti. In molte località, infatti, c'è il timore che il marchio UNESCO possa essere utilizzato principalmente per avviare una campagna di marketing con fini esclusivamente capitalistici. Il requisito di un rapido ritorno sugli investimenti effettuati potrebbe portare proprio ad un processo troppo veloce di sviluppo e al mancato utilizzo di buone pratiche per la sostenibilità. Inoltre questi interventi così rapidi potrebbero danneggiare le popolazioni locali, impedendo loro di partecipare alle fasi di riqualificazione e rigenerazione urbana. Anche le frequenti operazioni di restauro, con la ricostruzione di alcuni importanti edifici, possono portare alla creazione di "scenografie" da far utilizzare ai turisti per le loro fotografie e alla proposizione di ambientazioni artificiali e del tutto estranee al contesto locale in cui sono inserite. "In tutto il mondo c'è il rischio che i siti UNESCO si stiano trasformando in musei a cielo aperto, parchi tematici o attrazioni turistiche che però portano solo pochi introiti per le popolazioni locali e molti cambiamenti sull'ambiente urbano in cui esse vivono".

Secondo Van der Aa (2005) il riconoscimento UNESCO rappresenta un possibile strumento per una migliore conservazione del patrimonio culturale ma non fornisce una garanzia definitiva anche dopo l'iscrizione. Inoltre talvolta può venire meno il sostegno a scala nazionale o internazionale. I siti con minore visibilità e fama devono fare affidamento sulle autorità locali che spesso hanno difficoltà a ottenere importanti finanziamenti. È necessario quindi che l'iscrizione di un sito nella lista del Patrimonio Mondiale porti alla collaborazione tra i vari attori per ottenere sostegno su varie scale e livelli di azione.

Secondo Prud'homme (2008), la maggiore visibilità e fama a livello mondiale dei siti UNESCO ed il conseguente afflusso di turisti possono creare un miglioramento delle condizioni ma anche conseguenze negative. La determinazione degli effetti che si vengono a creare a livello territoriale dall'iscrizione di un sito nella lista del Patrimonio dell'Umanità è una operazione necessaria per poter gestire al meglio le opportunità e mitigare le eventuali debolezze, individuando principalmente gli impatti che derivano dall'incremento delle presenze turistiche e dai finanziamenti erogati per la conservazione del patrimonio culturale. Nel suo studio Prud'homme considera l'incremento delle presenze turistiche come il maggior fattore che influenza l'economia, ma tuttavia esse sono da considerarsi anche in relazione con lo sviluppo, il patrimonio culturale e l'attrattività del luogo. Analizzando nel dettaglio gli studi eseguiti, emerge che "effettivamente gli impatti sullo sviluppo locale derivanti dall'iscrizione di un sito nella WHL sono in gran parte sovrastimati". È interessante notare che questo lavoro non esclude la possibilità di utilizzare il patrimonio culturale come una parte influente sullo sviluppo economico, ma esso ha comunque un ruolo limitato rispetto ad altre variabili. Il professor Prud'homme suggerisce che se ci sono degli impatti positivi, questi avvengono grazie ad un triplice passaggio, per cui: 1) il patrimonio culturale locale consente di ottenere lo status di WHS; 2) l'iscrizione nella lista favorisce il turismo; 3) il turismo promuove lo sviluppo locale. Emerge quindi chiaro che di per sé la nomina di un sito a Patrimonio dell'Umanità non è sufficiente a stimolare processi di trasformazione, ma sono le autorità locali che devono "capitalizzare" l'iscrizione nella WHL per pianificare e investire in maniera accurata nella conservazione dei beni culturali e nella valorizzazione del contesto locale per ottenere effetti positivi e benefici sull'intero territorio. Riassumendo "il legame diretto tra iscrizione nella WHL e sviluppo economico locale è probabilmente abbastanza limitato".

Dai documenti analizzati è emerso che il primo e principale fattore derivante dall'iscrizione di un sito nella WHL dell'UNESCO è l'aumento del numero di visitatori; Van der Aa (2005) afferma che le motivazioni dietro a questo fenomeno possono essere ricondotte a tre fenomeni principali: in primo luogo i siti Patrimonio Mondiale sono maggiormente inseriti nei percorsi turistici rispetto ad altri privi di tale riconoscimento; in secondo luogo, l'iscrizione nella WHL può portare alla realizzazione di pesanti campagne promozionali intensive e infine la fama e la visibilità a livello internazionale del sito possono aumentare attraverso la crescente attenzione che mezzi di comunicazione riservano ai beni Patrimonio dell'Umanità. Le elevate presenze di visitatori devono essere quindi gestite e regolamentate attraverso la redazione di progetti di sviluppo turistico che per essere efficaci, durevoli e sostenibili devono riconoscere al territorio la centralità e il valore identitario che gli sono propri, mediante la creazione di un rapporto equilibrato tra i visitatori e l'insieme delle risorse ambientali, artistiche e culturali della destinazione.

3 Il turismo culturale in Italia

I dati presi come riferimento in questo paragrafo riguardano in particolare il “turismo culturale” (WTO, 1985) e mirano ad identificare le potenzialità di sviluppo e le ricadute economiche che i turisti possono produrre sui luoghi che visitano.

Secondo i rapporti elaborati da Unioncamere e dall’Istituto Nazionale di Ricerche Turistiche nell’aprile 2010, la domanda di turismo verso le città di interesse storico e artistico in Italia, nel 2009, ha riguardato il 27,2% delle presenze stimate nelle strutture ricettive italiane, confermandosi così al secondo posto come prodotto turistico per presenze sul territorio, dopo il turismo balneare. I viaggi verso i centri culturali si caratterizzano per la forte componente straniera, tanto che le presenze dall’estero rappresentano il 41,4% di quelle rilevate in Italia e il loro peso supera il 65% del totale delle presenze rilevate in queste destinazioni.

I turisti, comunque, rappresentano solo una parte dei visitatori che interessano le località culturali. Una consistente componente dei flussi turistici è costituita infatti da escursionisti giornalieri, che visitano la destinazione in giornata per poi far ritorno alla località di partenza la sera. Secondo alcune stime, nelle principali città d’arte l’incidenza media degli escursionisti sui visitatori totali oscilla tra il 20% ed il 35%, mentre in generale in tutte le località culturali tale percentuale si attesta intorno al 37% (Manente, Furlan, 2002).

Superata la crisi del 2002 e, in parte, del 2003, determinata dai tragici avvenimenti delle torri gemelle di New York, le città d’arte hanno visto un grande sviluppo dei flussi turistici e recuperato il loro trend positivo, con tassi di incremento considerevolmente maggiori della media nazionale.

Il turismo culturale e d’arte è la tipologia che più è aumentata nel corso di questi ultimi anni e quella maggiormente scelta dagli stranieri, con un forte trend positivo che ha svolto una funzione di traino per tutto il comparto nazionale, caratterizzato da prodotti in fase di maturità come il turismo balneare o il termale tradizionale. Più in generale, nel conteso negativo dell’economia del periodo 2008-2009 il turismo resta, comunque, il settore produttivo che mostra i minori saggi di riduzione dell’attività, rispetto a quelli manifatturiero e automobilistico, per i quali si stima una diminuzione del fatturato intorno al 20%, mentre il comparto vacanziero oscilla fra una diminuzione intorno al 2% ed una situazione di stazionarietà. (ONT, 2009). Questi dati si riflettono anche a livello internazionale, come dimostra uno studio realizzato dal World Travel and Tourism Council (2011), in cui emerge che il settore turistico contribuisce per circa il 9% alla composizione del P.I.L. totale.

GDP contribution by sector 2011

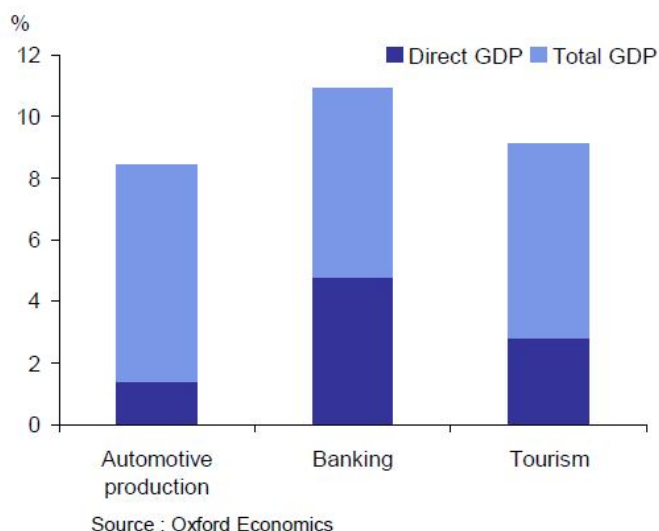


Figura 1 - Il contributo al PIL per il 2011 (Fonte: WTTC, 2011)

A seguito della crisi economico-finanziaria del 2008-2009 si è assistito ad un calo di presenze, ma i dati relativi al primo trimestre del 2011, forniti dall'Osservatorio Nazionale del Turismo, mostrano una sostanziale tenuta per le imprese ricettive italiane sia nelle vendite del I trimestre che nelle prenotazioni per la primavera. La tipologia di clientela del trimestre vede da un lato, il recupero, seppur lieve, del movimento d'affari (18,2% della clientela contro il 17,7% dello scorso anno), e dall'altro, la diminuzione della quota delle famiglie (dal 37,6% del 2010 al 30,2% del 2011) soprattutto nel comparto complementare. In lieve contrazione la quota di stranieri (28,4% contro il 31,4%).

Le prenotazioni per la stagione primaverile sono state positive, soprattutto per il mese di aprile che ha fatto registrare il 34,1% di camere prenotate ad inizio mese, il 4,8% in più rispetto allo scorso anno. Si è notato invece un leggero calo nelle prenotazioni di maggio (25,6% di prenotazioni, pari al -1,7%) ed una lieve crescita per giugno (28,8% di camere prenotate, pari al +0,9% rispetto al 2010).

Per il primo trimestre del 2011, le imprese ricettive nelle città d'arte e nei centri di interesse storico artistico hanno segnalato un'occupazione camere che non è mai scesa al di sotto del 38%, grazie in particolar modo alle buone performance di vendita degli alberghi, che hanno registrato almeno la metà delle camere disponibili. Un'occupazione che, però, dopo gli ottimi risultati raggiunti nell'inverno 2010, ha chiuso il trimestre con il segno negativo rispetto allo scorso anno. Contrazione che non può non tener conto della notevole diminuzione del segmento delle famiglie che nelle strutture in città passa dal 29,8% del I trimestre 2010 al 24,4%.

Sempre nello stesso periodo, rispetto alla media, le strutture in città si sono distinte per una presenza maggiore di clientela business (24,4% contro una media del 18,2%) e di stranieri (31,7% contro il 28,4%).

Da questi rapporti così come da altre ricerche a livello europeo (www.isaac-project.eu) deriva che il turismo legato alla fruizione di luoghi con un ricco patrimonio storico e culturale rappresenta un settore crescente in termini di ricadute economiche sullo sviluppo di una località e negli ultimi anni le destinazioni culturali attraggono sempre più quote di turismo.

Nel successivo paragrafo si intende mettere a confronto tre casi studio italiani, riferiti alle città di Venaria Reale, Verona e Lucca (le prime due iscritte nella WHL dell'UNESCO mentre la terza inserita solo nella Tentative List) che fanno parte di uno studio più ampio in corso di svolgimento

4 Analisi di alcuni casi studio

Passando dai dati nazionali illustrati nel precedente paragrafo ad ambiti più ristretti e limitati, si è scelto di analizzare nel dettaglio e di mettere a confronto i dati relativi ad alcune località turistiche italiane: Venaria Reale in Piemonte, Verona in Veneto e Lucca in Toscana. Queste città sono state scelte poiché presentano un notevole patrimonio storico ed artistico, ma mentre Venaria Reale e Verona fanno parte del circuito UNESCO, Lucca è inserita nella Tentative List ma non ha ancora ottenuto il riconoscimento come Patrimonio dell'Umanità.

4.1 Venaria Reale

Venaria Reale con la reggia e i giardini fa parte del Sito UNESCO Residenze Sabaude, riconosciuto nel 1997, ma solo il 12 ottobre del 2007, dopo circa dieci anni di restauri, il complesso è stato inaugurato e aperto al pubblico.

Il numero di visitatori è costantemente cresciuto negli anni, a partire dall'anno di apertura (2007) fino al 2010. Nei 3 anni complessivi di apertura sono stati 2.576.253 gli ingressi totali, confermandosi così fra i 5 siti culturali più visitati in Italia (Colosseo, scavi archeologici di Pompei, sistema museale fiorentino, sistema museale veneziano). Gli incassi derivati dai biglietti d'ingresso, da attività di affitto location e attività commerciali nel corso del 2010 ammontano a oltre 5 milioni di euro.

Anno	Visitatori
2007	234.772
2008	690.932
2009	703.749
2010	692.976 (dato aggiornato al 12 ottobre 2010)

Tabella 1 - Numero di visitatori nel complesso della Venaria Reale

Sicuramente il restauro e l'apertura al pubblico dei giardini e della reggia hanno creato un incremento per quanto riguarda l'apertura di esercizi commerciali rivolti ai turisti, come locali per la ristorazione e l'accoglienza dei turisti.

I dati sulla nascita di nuove imprese locali per settore tra il 2002 e il 2007 (anni conclusivi delle opere di restauro e recupero del complesso della Venaria Reale) mostrano una tendenza positiva per la città: nel settore del commercio e in quello del turismo si è registrata una crescita rispettivamente del 9,1% (6,3% la media regionale) e del 24,2% (tre punti in più rispetto al 21,3% regionale). L'aumento delle imprese si è rilevato anzitutto nella diffusione delle strutture commerciali e ricettive abitualmente frequentate dai turisti. Infatti, dal 2003 al giugno 2009, i bar e ristoranti aperti a Venaria sono aumentati da 32 a 85. Complessivamente, i nuovi avviamenti di attività che hanno coinvolto i residenti sono passati da 4.000 (nel 2005) a 6.445 (nel 2008) con un significativo incremento nella fascia d'età tra i 26 e i 39 anni (2.051 avviamenti nel 2005, 2.740 nel 2008) e nelle attività commerciali (402 nel 2005, 748 nel 2008). Anche nel 2010 le attività economiche principali hanno riguardato il commercio (con 961 unità), seguito dal settore delle costruzioni (con 459 imprese) e dal manifatturiero che conta 385 attività, mentre il turismo registra 163 unità, con un aumento complessivo di 66 unità rispetto al 2005. Rilevante è stata però anche la crescita dei valori immobiliari che, tra il 2000 e il 2006, negli anni cioè in cui si lavorava all'apertura della Reggia, sono passati da una media di 1.290 euro a 2.400 euro al mq. Nel 2010 tali valori si sono mantenuti costanti ma è importante far presente che questo notevole incremento è dovuto al fatto che negli anni precedenti le quotazioni di Venaria fossero inferiori a quelle presenti negli altri comuni della cintura torinese, e sostanzialmente quindi si è assistito ad una omologazione dei valori.

4.2 Verona

La città di Verona è iscritta nella lista del Patrimonio dell'Umanità dell'UNESCO dal 2000 come "eccezionale esempio di città che si è sviluppata progressivamente e ininterrottamente durante duemila anni, incorporando elementi artistici della più alta qualità da ognuno dei successivi periodi" e con l'ulteriore riferimento al fatto che essa "rappresenta in modo eccezionale il concetto di città fortificata così come si è evoluta in diversi momenti della storia europea".

L'inserimento nella Lista UNESCO ha portato inizialmente ad un sensibile incremento dei flussi turistici: tra il 1999 e il 2001 gli arrivi sono cresciuti del 9,8% e le presenze del 15,7%. Tuttavia nel biennio successivo (2001-2003), periodo nel quale si sarebbero dovuti manifestare maggiormente gli effetti prodotti dalla maggiore visibilità e dalla diffusione del valore del patrimonio storico e culturale della città, si è osservato un calo del 9,7% e del 3,1% rispettivamente negli arrivi e nelle presenze turistiche. Il trend positivo è poi ripreso

nuovamente a partire dal 2003: nel biennio 2003-2005 infatti gli arrivi sono cresciuti del 3,7% (le presenze del 5,6%) mentre tra il 2005 e il 2007 di oltre il 14% (le presenze del 3,9%). Guardando al periodo nel suo complesso, le performance medie sono comunque positive. Tra il 2000 e il 2007 i flussi sono cresciuti in media del +1,7% all'anno, trainati dalla clientela italiana, che è aumentata del +2,5% contro un +1,1% per quella straniera. Di conseguenza, in questo periodo l'incidenza relativa degli arrivi nazionali è passata dal 42% al 45%, a fronte di una corrispondente diminuzione di quella degli stranieri, dal 58% al 55%. Dopo un difficile 2008, che nella seconda parte dell'anno lasciava già intravedere gli effetti della crisi economica internazionale, i dati completi del 2009 hanno confermato il trend negativo, disilludendo le speranze se non di una ripresa, almeno di una tenuta dei flussi, che, invece hanno mostrato una flessione generalizzata di turisti, sia italiani che stranieri (-1,1% negli arrivi e -7,6% nelle presenze). Nonostante Verona 'città UNESCO' goda di un ricco patrimonio museale ed architettonico, nel corso del 2009 i riscontri sul turismo prettamente culturale hanno segnalato una flessione dell'1,3%, in sintonia con la tendenza rilevata nei flussi turistici complessivi, ma che, di fatto nasconde il forte divario esistente tra ingressi e arrivi. Incrociando i dati degli arrivi con quelli dei visitatori entrati a qualsiasi titolo nelle strutture culturali indagate, si riscontra una flessione più contenuta nei primi rispetto a quella dei secondi. Una realtà limitata a qualche frazione di punto percentuale, ma che in numeri assoluti si rivela abbastanza consistente, con -21.404 unità. Un dato che si spiega con il fatto che molti visitatori (rilevati come turisti nell'area della cintura urbana e del lago senza considerare quanti provengono da Venezia o da altre località del Veneto o delle regioni vicine) figurano in città solo come escursionisti, perché pernottano fuori Comune.

La crisi economica intravista nella seconda parte del 2008, si è esplicitata nel 2009 sia a livello di utilizzo delle strutture ricettive che nella fruizione dei luoghi museali: ne è derivata una ricaduta negativa in termini economici anche sull'indotto e sulle strutture pararicettive. I dati relativi 2009 infatti mostrano una contrazione tanto negli arrivi (-3.081) che nelle presenze (-29.600), confermando la tendenza al decremento registrata negli ultimi anni; preoccupante risulta soprattutto la flessione nelle presenze con un -6,7%, anche perché fa seguito a quella già fortemente negativa dell'anno precedente. In assonanza risulta la riduzione della permanenza media che passa da 1,8 a 1,7 giorni.

Per contro nel periodo 2006-2009 si è riscontrato un aumento delle strutture ricettive e dei posti letto

Strutture ricettive	Anno 2006				Anno 2007				Anno 2008				Anno 2009			
	E	C	L	B	E	C	L	B	E	C	L	B	E	C	L	B
Totale Alberghiero	69	2.837	5.480	2.888	69	2.837	5.479	2.890	69	2.837	5.479	2.907	68	2.845	5.502	2.916
Totale Extra Alberghiero	326	1.620	3.976	1.152	401	1.735	4.207	1.247	458	1.928	4.569	1.406	522	1.941	4.343	1.593
Totale Generale	395	4.457	9.456	4.040	470	4.572	9.686	4.137	527	4.765	10.048	4.313	590	4.786	9.845	4.509

Legenda: E = numero di esercizi, C = numero di camere, L = numero di letti, B = numero di bagni

Tabella 2. Strutture ricettive (Fonte: Osservatorio sul Turismo Culturale del Sito UNESCO The City of Verona, 2010)

La capacità ricettiva totale (alberghiero ed extra alberghiero) ammonta a 4.786 stanze, per un totale di poco inferiore ai 10.000 posti letto giornalieri: una disponibilità insufficiente nei periodi di svolgimento delle manifestazioni che attraggono migliaia di visitatori, legati principalmente alle manifestazioni musicali nell'Arena, ma ampiamente sufficiente a coprire il fabbisogno medio annuale.

Provenienza	Variazione percentuale 2006-2007			Variazione assoluta 2006-2007			Variazione percentuale 2007-2008			Variazione assoluta 2007-2008			Variazione percentuale 2008-2009			Variazione assoluta 2008-2009		
	Arrivi	Pres.	Perm. Media	Arrivi	Pres.	Perm. Media	Arrivi	Pres.	Perm. Media	Arrivi	Pres.	Perm. Media	Arrivi	Pres.	Perm. Media	Arrivi	Pres.	Perm. Media
Italia	-0,88	-0,93	-0,06	-2183	-4557	0,00	-0,63	-8,68	-8,11	-1545	-42008	-0,16	-1,26	-6,70	-5,51	-3081	-29600	-0,10
Estero	8,76	6,65	-1,94	24368	39184	-0,04	-4,98	3,58	9,00	-15047	22461	0,19	-1,48	-16,92	-15,67	-4248	-110089	-0,35
Totale	4,21	3,21	-0,96	22185	34627	-0,02	-3,02	-1,76	1,30	-16592	-19547	0,03	-1,38	-12,79	-11,57	-7329	-139689	-0,24

Tabella 3. Variazioni percentuali e assolute negli arrivi, nelle presenze e nella permanenza media dei turisti italiani e stranieri nelle strutture alberghiere a Verona (Fonte: Osservatorio sul Turismo Culturale del Sito UNESCO The City of Verona, 2010)

Nel 2009 Verona ha ospitato poco meno di 600.000 turisti, con una media mensile di circa 50.000 arrivi. I flussi denotano una variabilità mensile abbastanza evidente tra il periodo invernale (gennaio e febbraio), in cui si registrano i valori minimi, ed il periodo estivo in cui si toccano i valori massimi (luglio e agosto). L'evoluzione mensile della domanda mostra un andamento sostanzialmente stabile nel corso del periodo in esame. Sia gli arrivi che le presenze mostrano due picchi, uno ad aprile (in corrispondenza delle vacanze pasquali) e l'altro a luglio-agosto, in concomitanza con il periodo di punta della stagione all'Arena. Il trend dell'ultimo triennio sembra evidenziare una riduzione sia negli arrivi (-3,1 %) che soprattutto nelle presenze (- 7,5 %). Le presenze raggiungono 1.339.162 unità: un valore significativo se considerato in assoluto, ma meno rilevante del previsto qualora si consideri che il numero dei pernottamenti palesa una flessione di 110.850 unità. Tale decremento si è riflesso sull'occupazione media delle strutture ricettive scesa al 37% della capienza. La ricaduta sui costi di gestione data dal ridotto utilizzo delle strutture viene scaricata sui prezzi per persona, prezzi che risultano piuttosto elevati soprattutto se si rapportano a realtà urbane

straniere, pure meta di turismo culturale. Nel corso del 2009 gli arrivi nelle strutture alberghiere di Verona hanno registrato un calo abbastanza consistente, segnando una contrazione pari a 7.292 unità. La flessione prolunga e appesantisce il trend negativo dell'anno precedente. Gli effetti indotti dalla contrazione nel numero di arrivi (- 3.081 unità di italiani e - 4.248 unità di stranieri, più consistente in termini assoluti dove lo scarto è del 25,5%, rispetto a quelli relativi dove la contrazione presenta valori più simili -1.3% per i primi e -1,5% per i secondi) sono stati aggravati dal fatto che la componente straniera (quella che, di norma, per evidenti ragioni di distanza dal luogo di residenza soggiornava più a lungo) ha ridotto marcatamente il numero dei pernottamenti (presenze italiane - 29.600, presenze straniere - 110.089). La permanenza media rimane vicina ai 2 giorni, ma con una flessione continua per la componente italiana e un'inversione di tendenza anche da parte degli stranieri (prima superiore a 2 giorni) dopo il cenno di incremento registrato nel 2008 e negli anni precedenti. Il peso della crisi economica e la riduzione della capacità di spesa risultano evidenti.

I dati totali relativi al 2009 mostrano una contrazione tanto negli arrivi (-3.081) che nelle presenze (-29.600), confermando la tendenza al decremento registrata negli ultimi anni; preoccupante risulta soprattutto la flessione nelle presenze con un -6,7%, anche perché fa seguito a quella già fortemente negativa dell'anno precedente. In assonanza risulta la riduzione della permanenza media che passa da 1,8 a 1,7 giorni.

I flussi dei visitatori al patrimonio storico-artistico di Verona nel 2009 sono stati pari a 1.625.088 unità, un valore piuttosto consistente, trattandosi di una media di 4.452 fruizioni al giorno. Considerato che nel novero complessivo delle visite rientrano tutti gli ingressi effettuati a qualsiasi titolo nelle strutture museali e monumentali della città, indicate in legenda, si evidenziano subito tre elementi:

- il primo è che il numero degli arrivi registrati corrisponde solo al 36,7% delle visite. Ciò significa che gran parte dei turisti rientra nella tipologia dei cosiddetti "transitori", cioè di coloro che possono fruire delle strutture museali e monumentali, ma che non si fermano in città. Tra questi rientrano ovviamente gli studenti in uscita didattica o viaggio di istruzione, e gli escursionisti, ma anche molti turisti che pernottano nelle strutture della cintura urbana o del lago e che si spostano in modo mirato verso le attrattive culturali della città;
- il secondo è che i dati relativi agli ingressi documentano complessivamente una diversa fruizione delle varie strutture museali e monumentali. Ripartendo gli ingressi fra le diverse strutture analizzate si ricava una media di poco inferiore alle 500 unità giorno, considerando tutti gli ingressi, quindi anche le gratuità; e - appurato che l'Arena, da sola, assorbe circa il 40,3% dei flussi - si comprende come alcune strutture abbiano un'affluenza assolutamente ridotta;
- il terzo è che sia nel 2008 che nel 2009 la flessione negli ingressi, globalmente considerata, risulta costante.

4.3 Lucca

Lucca non ha ancora ottenuto il riconoscimento come Patrimonio dell'Umanità dell'UNESCO. Ciò nonostante è una città ricca di patrimonio storico e culturale e meta di numerosi visitatori. Anche il territorio provinciale è di forte richiamo turistico, dato che comprende località termali e tutta la costa della Versilia e presenta quindi al suo interno una pluralità di sistemi turistici, alcuni dei quali, possono avere dimensioni molto ridotte o caratteri fortemente specifici.

Nel 2007 si sono registrati in tutta la provincia oltre 3 milioni e 845 mila presenze complessive, circa il 9,2% del totale regionale: dato che il peso di Lucca in termini di popolazione è di circa il 10,5%, il livello di turisticità della provincia appare, seppur di poco, inferiore a quello medio toscano che, occorre però ricordare, resta uno dei più elevati fra le regioni italiane. Il livello di presenze procapite provinciale, circa 10 presenze annue per residente (11,5 in Toscana), è tuttavia frutto di situazioni locali estremamente diverse: mentre l'incidenza nell'area lucchese e nella Media Valle resta tutto sommato contenuta (4,1 e 5,8 rispettivamente) questa risulta decisamente elevata in Versilia (17,2) che si conferma la principale realtà turistica della provincia.

L'Apt di Lucca con 988 mila presenze, raccoglie il 25,7% dei pernottamenti della provincia. Dal 2001 la crescita è stata del 34,1% (+251 mila unità) e ha caratterizzato soprattutto il segmento estero e il comparto extralberghiero, sebbene i tassi di crescita abbiano contraddistinto buona parte del mercato dell'area.

La tendenza, sempre sostanzialmente positiva degli anni precedenti, nel 2008 si è interrotta. I dati annuali sono risultati negativi sia per gli arrivi (- 2,4% rispetto al 2007) sia, in misura minore, per le presenze (-0,9% rispetto al 2007). La diminuzione registrata per il 2008 è stata maggiore per la componente straniera (-5,4% per gli arrivi e - 1,6% per le presenze) e molto più contenuta per quella italiana (-0,3% per gli arrivi e - 0,4% per le presenze).

	Italiani		Stranieri		Totali	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
2007						
alberghiero	137.897	341.573	114.175	281.438	252.072	623.011
extralberghiero	38.985	150.018	51.215	215.004	90.200	365.022
Totale	176.882	491.591	165.390	496.442	342.272	988.033
Var. % Anno 2007/2001						
alberghiero	-4,3%	13,3%	10,5%	23,6%	1,9%	17,7%
extralberghiero	67,0%	68,5%	82,2%	81,9%	75,3%	76,1%
Totale	5,7%	25,9%	25,8%	43,5%	14,5%	34,1%

Tabella 4. I flussi turistici nell'Apt di Lucca per il periodo 2001-2007

Per il periodo 2009-2010 nella sola città di Lucca si riscontra invece un lieve miglioramento, segno di una cauta ripresa delle presenze turistiche in città, soprattutto per quanto riguarda i visitatori stranieri.

	Italiani		Stranieri		Totale	
2010	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
alberghiero	63.954	132.101	86.387	194.108	150.341	326.209
extralberghiero	26.274	60.988	41.291	109.056	67.565	170.044
totale	90.228	193.089	127.678	303.164	217.906	496.253
2009						
alberghiero	63.117	127.109	77.526	172.000	140.643	299.109
extralberghiero	29.245	64.810	41.586	99.062	70.831	163.872
totale	92.362	191.919	119.112	271.062	211.474	462.981
Var. % Anno 2009/2010						
alberghieri	1,32%	3,92%	11,42%	12,85%	6,89%	9,06%
extralberghieri	10,15%	-5,89%	-0,70%	10,08%	-4,61%	3,76%
Totale	-2,3%	0,61%	7,19%	11,84%	3,04%	6,70%

Tabella 5. I flussi turistici nella città di Lucca per il periodo 2009-2010

Considerando l'insieme dei turisti ufficiali e in seconde case che si rivolgono al sistema turistico dell'area lucchese, si stima che il turista medio per soddisfare l'insieme dei suoi bisogni, dall'alloggio, alla ristorazione, al trasporto, agli acquisti di beni di varia natura (generi alimentari, articoli di vestiario, libri e giornali, tabacchi, ecc), ai servizi alla persona, per attività sportive, ricreative e culturali, spenda giornalmente circa 102 euro di media, confermando l'appartenenza del capoluogo ad un modello di consumo turistico, quello delle città d'arte, in cui il turista, che spesso soggiorna per periodi contenuti, investe in modo sostanziale nella singola giornata di presenza.

SPESA MEDIA GIORNALIERA DEI TURISTI Spesa complessiva		di cui per alloggio	incidenza % spesa alloggio su totale
Area lucchese	102,0		
		45,3	44,4

Tabella 6. Spesa media giornaliera dei turisti nell'area lucchese

Ovviamente le spese per alloggio incidono meno nei campeggi, villaggi e seconde case (tra il 20 e il 30%) rispetto alle strutture tetto (circa 50%) mentre incidono di più le spese per generi alimentari ed altri generi commerciali che pesano per circa il 15-18% nelle case e campeggi contro il 6,6% delle strutture tetto.

Viceversa l'incidenza della spesa media per ristorazione e bar non cambia molto fra strutture tetto, campeggi e seconde case: in valori assoluti però solo la spesa in ristorazione di campeggi e strutture tetto si assomigliano (con valori attorno ai 21 Euro), mentre per i turisti in seconde case (la cui spesa complessiva è minore) non arrivano ai 15 Euro. Tra le altre voci di rilevante entità gli acquisti di abbigliamento, calzature ed accessori che oscillano fra quasi il 10% nelle strutture tetto e oltre il 15% dei campeggi e quelli per attività ricreative che specie nei campeggi arrivano a rappresentare circa tra il 7 e l'8% della spesa complessiva.

	Valori percentuali. Strutture letto	Campeggi, villaggi e residence	Seconde Case	Totale
Ristorazione (ristorante, pizzeria,...)	12,8	14,4	12,7	12,8
Bar, gelateria, caffè, ...	2,5	3,5	4,3	3,7
Trasporto (pubblico e privato) e parcheggio	3,5	4,9	4,4	4,2
Generi alimentari	2,8	10,9	10,0	8,0
Giornali/libri, riviste/guide turistiche	1,4	1,3	1,2	1,2
Servizi turistici (guide turistiche, ...)	1,2	0,6	0,6	0,8
Stabilimento balneare	5,6	6,9	10,0	8,4
Abbigliamento/calzature e accessori	9,8	15,4	14,4	13,2
Altri generi commerciali	4,1	7,3	5,2	5,0
Musei/mostre/attività culturali ...	1,0	0,3	0,3	0,5
Attività ricreative (cinema/teatro/discoteca...)	3,0	7,6	4,5	4,3
Sport (corsi,noleggio impianti...)	0,9	2,2	0,7	0,9
(*) Servizi alla persona ed alla famiglia	1,1	2,6	3,1	2,5
Spese sanitarie	0,6	1,7	0,9	0,9
Spesa per alloggio	49,8	20,5	27,8	33,5
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0
*(comprende parrucchieri, estetisti, baby sitting, assistenza anziani, servizi di pulizie ecc.)				

Tabella 7. Distribuzione della spesa turistica per tipo di beni e servizi acquistati e tipologia di struttura ricettiva di alloggio

Analizzato il modo in cui il valore aggiunto turistico si distribuisce nei diversi settori di attività economica a seconda dei diversi casi, concludiamo con una valutazione dell'importanza, dal punto di vista prettamente economico, del turismo all'interno dei singoli sistemi locali che compongono la provincia.

Le analisi di impatto hanno consentito di valutare compiutamente quale sia l'incidenza del fenomeno turistico nell'area lucchese in termini di contributo del turismo al valore aggiunto complessivo dei suoi sistemi locali.

Spesa turistica, VA attivato, VA totale e peso % del VA turistico sul VA totale

Spesa turistica, VA attivata, VA totale e peso % del VA turistico sul VA totale				
Valori assoluti in milioni di Euro e peso % Spesa turistica		VA Turistico	VA Totale	Peso % VA turistico
Area Lucchese	99,0	59,6	4.213,0	1,4

Tabella 8. Peso economico del turismo nella provincia di Lucca Distribuzione della spesa turistica per tipo di beni e servizi acquistati e tipologia di struttura ricettiva di alloggio

5 Risultati e principali conclusioni del lavoro

Parlare di sviluppo locale significa prendere in considerazione risorse materiali ed immateriali e processi che mirano al miglioramento della qualità della vita e del benessere dei cittadini, rispetto a dinamiche esclusivamente quantitative di crescita degli indicatori economici tradizionali; oltre alle risorse collegate alla crescita economica (il prodotto interno lordo, l'occupazione, il numero delle imprese), bisogna prestare attenzione anche ai beni utili per migliorare il contesto locale (le infrastrutture) e soprattutto le risorse immateriali, rappresentate dal patrimonio locale e dal capitale sociale della comunità (relazioni tra singoli individui e soggetti collettivi pubblici o privati). (Ciapetti, 2010).

Nelle città prese in considerazione, uno dei principali fattori di sviluppo è legato al settore del turismo (spesso amplificato dalla presenza del riconoscimento UNESCO).

La differenza di segno relativa alle presenze turistiche a Venaria Reale, Verona e Lucca dimostra che non sempre lo status di Patrimonio dell'Umanità dell'UNESCO porta ad un incremento di turisti e di visitatori. Inoltre l'aumento di strutture ricettive e posti letto registrati a Verona, non corrisponde sempre ad una effettiva richiesta proveniente dal mercato e anche il maggior numero di locali per turisti aperti a Venaria Reale non risponde ad una effettiva richiesta proveniente dai residenti locali.

Per contro a Lucca si sta assistendo ad un aumento delle presenze turistiche rispetto all'anno passato, nonostante la città non goda di un riconoscimento importante come il marchio UNESCO.

Questi dati quindi dimostrano che non è sempre necessario ottenere la nomina nella Lista del Patrimonio dell'Umanità per incrementare il numero di turisti e le conseguenti positive ricadute economiche sul contesto locale. Inoltre si sente la necessità di una significativa partecipazione della popolazione locale affinché i siti patrimonio dell'UNESCO possano essere in grado di generare uno sviluppo economico reale e di portare benefici sociali per le comunità locali di appartenenza.

Poiché proprio per questi motivi, il contesto locale determina la vera capacità di un territorio di essere competitivo e attrarre visitatori e investimenti, anche il marchio UNESCO e l'iscrizione di un bene nella WHL possono diventare un simbolo di qualità per l'intero territorio, in grado di rendere identificabili valori e specificità locali, per distinguere la destinazione turistica e collocarla al riparo dalla crescente concorrenza nazionale e internazionale (Valentino, 2004) e valorizzando le risorse provenienti dall'esterno per far crescere le competenze e le risorse locali.

6 Bibliografia

- AA.VV (2009). *Venaria e la sua Reggia. Rapporto ai cittadini*, ricerca pubblicata nell'ottobre 2009 nel supplemento del periodico comunale Venaria Oggi.
- Buckley, R., (2010). The Effects of World Heritage Listing on Tourism to Australian National Parks. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 12, No. 1.
- Carta M., (1999). *L'armatura culturale del territorio. Il patrimonio culturale come matrice di identità e strumento di sviluppo*. Milano: F. Angeli
- Ciapetti L., (2010). *Lo sviluppo locale*. Bologna: Il Mulino
- Istituto Regionale Programmazione Economica Toscana (IRPET 2009). *Il ruolo del turismo nell'economia della provincia di Lucca*
- ISNART (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche) - Unioncamere Osservatorio nazionale sul turismo italiano (2006). *L'impatto economico del turismo in Italia*. Da <http://www.isnart.it/>
- Manente M., Furlan M.C., (2002). Per un osservatorio sul turismo culturale: motivazioni e comportamenti nella domanda. Venezia: Ciset.
- ONT (Osservatorio Nazionale sul Turismo) (2009). *Il turismo delle città d'arte: caratteristiche, tendenze e strategie di sviluppo*. Da <http://www.ontit.it/>
- Osservatorio sul Turismo Culturale del Sito UNESCO The City of Verona (2010). *Verona città Unesco - Report 2010*
- Prud'homme R., (2008). Les impacts socio-économiques de l'inscription d'un site sur la Liste du Patrimoine Mondial: trois études, Rapporto per l'UNESCO
- Santagata W., (2006). Cultural Districts and their role in Economic Development, in V. Ginsbourg and D. Throsby (Ed.) *Handbook on the Economics of Art and Culture*, Series "Handbooks in Economics", General Editors K. Arrow and M.D. Intriligator, ElsevierScience, North Holland, Amsterdam

Sieber J-K., (2010). UNESCO=Walt Disney?. In S. Lehmann, H. Al Waer, J. Al-Qawasmi, Sustainable Architecture & urban development, CSAAR - Center for the Study of Architecture in Arab Region.

Valentino P., (2004). Relazione, in MICOLI P., PALOMBI M.R., I siti iscritti nella Lista del Patrimonio Mondiale dell'UNESCO. Esperienze e potenzialità. Atti della prima conferenza nazionale. Villanova Monferrato: Regione Piemonte. 252-254.

Van der Aa B. J.M. (2005). Preserving the Heritage of Humanity? Obtaining World Heritage Status and the Impacts of Listing. Amsterdam: Netherlands Organization for Scientific Research.

World Tourism Organization (1985). The State's Role in Protecting and Promoting Culture as a Factor of Tourism Development. WTO, Madrid.

World Travel and Tourism Council (WTTC, 2011). *The Economic Contribution of Travel & Tourism*

Abstract

The UNESCO World Heritage List was created to identify sites unique and authentic from a cultural or natural point of view, whose protection and conservation are considered important for the entire world community and to which is given an "outstanding universal value" that makes them belong to all peoples of the world, beyond the territories of nations.

As noted by Prud'homme (2008) and Buckley (2010), cultural heritage on the List is not only a testimony of historical, aesthetic and identity values; the inscription can create significant impacts on the surrounding area also from the environmental and socio-economic point of view. In fact, the economic values associated with cultural and environmental heritage derive from these processes that can trigger actions for the promotion of local development, both from economic aspects, both in terms of increasing the attractiveness of tourism.

In recent years it is becoming increasingly aware of how important are the links that are created between the UNESCO sites and the territories in which they belong. Just the UNESCO status makes a major contribution to the spread of the image and visibility of the site at an international level, generating new tourism, which can create a ripple effect on the spatial development of the whole local boundaries. It is generally recognized that the UNESCO brand brings significant positive effects on the surrounding context (Carta, 1999; Santagata, 2006). However, it is also brought to light negative aspects, first and foremost a high influx of visitors, with the consequent damage to the environment and the exclusion of local activities and gains related to the tourism sector (Prud'homme, 2008).

The purpose of this paper is to present the first results of an ongoing study aimed at verifying whether the inclusion of a site on the UNESCO World Heritage List could play an important role in economic development, especially tourism of a territory, compared to other destinations that do not have that international status. The analysis methodology is based on the comparison of data regarding the flow of tourists to some Italian cities, some included in the List and other not equipped with this brand. The data taken as a reference concern "cultural tourism" (WTO, 1985) and aim to identify potential development and economic benefits that tourists can have on places they visit. In order to deeper define and frame the sector of cultural tourism, surveys carried out by research institutes and development plans on the impacts of tourism in artistic cities were considered (Isnart, 2006; ONT, 2009).

From these reports as well as from other research at European level (www.isaac-project.eu) follows that tourism linked to places with wide historical heritage and cultural diversity represents a growing sector in terms of economic impact on the development of a destination. The analytical work done in this study aims to investigate the link between local identity and UNESCO brand in order to understand how the enhancement of cultural and environmental heritage, and especially the inclusion of a site in the WHL, might be a lever for local development.