



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE, AZIENDALI E FINANZIARIE
DOTTORATO IN SCIENZE DEL TURISMO: METODOLOGIE, MODELLI E POLITICHE

DISTRETTI CULTURALI E TURISMO
IL CASO DEI DISTRETTI CULTURALI SICILIANI

SETTORE SCIENTIFICO DISCIPLINARE M-GGR/01

TESI DI
FEDERICA PLACENTI

COORDINATORE DEL DOTTORATO
PROF.SSA ANNA MARIA PARROCO

TUTOR
PROF. GIROLAMO CUSIMANO

CICLO XXIII - ANNO ACCADEMICO 2010/2011

DOTTORATO



Si ringraziano:

il Dott. Maurizio Giannone dell'Osservatorio Turistico della Regione Siciliana

la Dott.ssa Daria Mendola dell'Università degli Studi di Palermo

INDICE

INTRODUZIONE.....	4
1 I DISTRETTI CULTURALI: DEFINIZIONI, INTERPRETAZIONI ED ESPERIENZE.....	6
1.1 ANALISI DEL CONCETTO DI DISTRETTO CULTURALE.....	6
1.1.1 IL DISTRETTO INDUSTRIALE.....	6
1.1.2 DAL DISTRETTO INDUSTRIALE AL DISTRETTO CULTURALE	8
1.1.3 ORIGINE E SVILUPPO DEI DISTRETTI CULTURALI	9
1.1.4 DEFINIZIONI E CLASSIFICAZIONI.....	12
1.1.5 PROBLEMI APERTI.....	22
1.2 ESPERIENZE INTERNAZIONALI.....	24
1.2.1 ST. LOUIS.....	24
1.2.2 DENVER.....	27
1.2.3 LINZ.....	29
1.2.4 VALENCIA.....	33
1.2.5 LA RUHR.....	36
2 I DISTRETTI CULTURALI IN SICILIA	40
2.1 ANALISI DEI DISTRETTI.....	40
2.1.1 NASCITA E SVILUPPO	41
2.1.2 INDIVIDUAZIONE E MAPPATURA.....	43
2.1.3 DISTRETTO DEL SUD EST	47
2.1.4 DISTRETTO TAORMINA ETNA.....	50
2.1.5 DISTRETTO DELLE MADONIE.....	54
2.1.6 DISTRETTO VAL DI MAZARA.....	56
2.1.7 DISTRETTO ALTO BELICE CORLEONESE.....	57
2.1.8 DISTRETTO TERRE FEDERICIANE	61
2.1.9 DISTRETTO DI PALERMO	63
2.1.10 DISTRETTO DI CATANIA.....	64
2.1.11 DISTRETTO DI SELINUNTE	65
2.2 RAPPORTO TRA DISTRETTI CULTURALI E TURISMO.....	68
2.2.1 BENI CULTURALI E TURISMO IN CIFRE.....	68
2.2.2 POLITICHE PER I BENI CULTURALI ED IL TURISMO.....	74
2.2.3 DISTRETTI CULTURALI E DISTRETTI TURISTICI.....	77
2.2.4 INDAGINE SULLA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DEI DISTRETTI	82
2.2.5 RISULTATI DELL'INDAGINE.....	84
CONCLUSIONI	92
BIBLIOGRAFIA	96
ALLEGATO 1 – PRIMO BANDO PROGETTO SVILUPPO SUD. REGIONE SICILIA.....	100
ALLEGATO 2 – SECONDO BANDO PROGETTO SVILUPPO SUD. REGIONE SICILIA	108
ALLEGATO 3 – DECRETO PER IL RICONOSCIMENTO DEI DISTRETTI TURISTICI	113
ALLEGATO 4 – SCHEDA D'INTERVISTA AI REFERENTI DEI DISTRETTI CULTURALI	120
ALLEGATO 5 – QUESTIONARIO AI TOUR OPERATOR E AGENZIE DI VIAGGIO	123

INTRODUZIONE

Un distretto culturale può essere definito come un sistema di offerta territorialmente circoscritto, coincidente con un'area ad alta densità di risorse culturali, caratterizzato da un elevato livello di articolazione, qualità ed integrazione dei servizi turistici e culturali e da un marcato sviluppo delle filiere produttive collegate, che ha l'obiettivo di promuovere azioni di sviluppo economico e sociale del territorio, valorizzando le risorse culturali, materiali ed immateriali, allo scopo di favorire la cultura ed il turismo.

La Sicilia è tra le prime regioni in Italia a muoversi nella direzione dei distretti culturali, producendo studi e ricerche sull'ipotesi di distrettualizzazione culturale dell'intera regione e realizzando iniziative concrete di costituzione di distretti in cui il patrimonio culturale, matrice d'identità e strumento di sviluppo di un territorio, diventa la base su cui poter fondare una politica del turismo culturale (Carta, 2002).

Di fatto occorre, però, trasformare il patrimonio culturale in un'offerta integrata di beni e servizi e mettere in atto adeguate politiche di *marketing* territoriale volte alla promozione ed alla commercializzazione turistica dei distretti, altrimenti la tendenza spontanea dei visitatori finirebbe per andare sempre nella direzione delle località turistiche già consolidate, con il risultato di non riuscire a sfruttare le più ampie potenzialità di gestione e fruizione che i distretti culturali possono offrire.

Partendo da queste premesse, la presente ricerca ha avuto quindi l'obiettivo di realizzare, per la prima volta, un quadro conoscitivo aggiornato sui distretti culturali sorti in questi anni in Sicilia e di analizzare il rapporto esistente tra tali distretti ed il turismo, soffermandosi poi, in particolare, sulle loro azioni di promozione e commercializzazione turistica.

La prima parte del lavoro di ricerca ha riguardato la realizzazione di una rassegna che attraverso l'individuazione dei concetti, delle definizioni, dei temi e delle esperienze ha esplorato l'insieme delle conoscenze sul tema dei distretti culturali e del loro rapporto con il turismo.

Lo studio propone, quindi, anzitutto, una disamina del concetto di 'distretto culturale' attraverso alcuni dei contributi teorici esistenti, per poi passare ad analizzare alcune esperienze internazionali di successo, al fine di comprendere meglio le dimensioni e le potenzialità del fenomeno.

La seconda parte del lavoro di ricerca è proseguita con l'approfondimento del tema dei distretti culturali nella dimensione regionale siciliana dove, da alcuni anni, sono state sviluppate diverse iniziative nella direzione della costituzione di distretti culturali in cui la cultura ed il turismo sono visti come motore per lo sviluppo economico e sociale dei territori.

Lo studio offre, quindi, un'analisi dei distretti culturali siciliani in termini, non solo – e non tanto – di attori, risorse e progetti, ma anche – e soprattutto – di azioni compiute e ancora da compiere, al fine di capire se ad una grande capacità dei territori siciliani nella formulazione e nell'avvio di progetti di distretti culturali è, poi, corrisposta un'uguale capacità nell'effettiva gestione dei successivi processi di attuazione e messa a regime dei servizi e delle attività turistico-culturali, necessari per un loro sviluppo turistico.

Infine, lo studio passa ad analizzare il rapporto esistente tra tali distretti culturali ed il turismo, soffermandosi ad indagare, in particolare, sulle azioni di promozione e commercializzazione turistica finora compiute, allo scopo di verificare se, nati con l'obiettivo di valorizzare le risorse culturali presenti nel territorio a fini turistici, i distretti siciliani dispongono di politiche di *marketing* territoriale attraverso cui farsi conoscere ed attirare l'interesse del mercato turistico, nazionale ed internazionale.

1 I DISTRETTI CULTURALI: DEFINIZIONI, INTERPRETAZIONI ED ESPERIENZE

Il panorama letterario sul tema dei distretti culturali è vario ed articolato, così come è ricco l'insieme delle esperienze che costituiscono un riferimento significativo nello studio di sistemi di sviluppo territoriale finalizzati alla valorizzazione del patrimonio culturale.

Il lavoro di ricerca ha, quindi, riguardato, per prima cosa, la realizzazione di una rassegna, pensata come una raccolta ed una sistematizzazione di alcune delle nozioni, delle posizioni scientifiche e delle esperienze riferibili ai distretti culturali, che attraverso l'individuazione dei concetti, delle definizioni e delle esperienze, ha esplorato l'insieme delle conoscenze sul tema dei distretti culturali e del loro rapporto con il turismo.

1.1 ANALISI DEL CONCETTO DI DISTRETTO CULTURALE

La nozione di distretto culturale è ancora relativamente giovane, ma è già possibile individuare prospettive analitiche e letture del fenomeno riconducibili ad alcuni filoni interpretativi.

Di seguito si propone, dunque, una disamina del concetto di 'distretto culturale' attraverso alcuni dei contributi teorici esistenti, anche al fine di mettere a fuoco differenze e punti di contatto con il ben più classico e conosciuto concetto di 'distretto industriale', a cui tali contributi in buona parte si riallacciano.

1.1.1 IL DISTRETTO INDUSTRIALE

Tematizzata per la prima volta alla fine del XIX secolo dall'economista britannico Alfred Marshall nei suoi studi sull'economia localizzata, la nozione di 'distretto industriale' si riferisce ad un modello produttivo basato su un sistema di imprese appartenenti ad un'unica filiera produttiva, all'interno di un'area territoriale circoscritta.

Nelle sue opere *The economics of Industry* (1879) e *Principles of Economics* (1890) Marshall delinea le caratteristiche fondamentali di tale modello, sostenendo che esso si forma con una localizzazione in uno spazio ristretto di piccole e medie imprese legate l'una a l'altra da

una stretta collaborazione. Il distretto è, quindi, contraddistinto da una cosiddetta *'industrial atmosphere'*, intesa come libera circolazione di informazioni, rapida diffusione di innovazioni tecniche ed organizzative e, più in generale, cooperazione reciproca che diffonde conoscenza e fiducia all'interno del distretto (Marshall, 1972 e 1975).

Gli elementi che combinandosi tra loro portano alla formazione dell'*'industrial atmosphere'* sono la *'popolazione d'impreses'* e, soprattutto, la *'comunità di persone'*, che possono essere considerate le caratteristiche salienti di un distretto industriale. La *popolazione d'impreses* riguarda il concetto di concentrazione in un'area di piccole e medie imprese in relazione l'una con l'altra, mentre con il concetto di *comunità di persone* si intende un insieme condiviso di valori (come il senso di appartenenza e la fiducia reciproca tra i vari soggetti) seguendo i quali si forma una comunità coesa, elemento distintivo essenziale per un distretto.

La rivisitazione delle idee marshalliane sui distretti industriali compiuta da Giacomo Becattini (1987, 1989, 1997, 1998, 2000) ha permesso di focalizzarne appieno l'importanza e l'originalità e di attualizzarne il senso ed i contenuti. Le opere becattiniane, ed il filone di studi a cui ha dato inizio, riprendono i concetti marshalliani di distretto industriale, inteso come sistema locale composto da piccole e medie imprese, concentrate localmente e strettamente riferite alle caratteristiche dell'ambiente e della società locale, e come area produttiva in cui i fattori di *industrial atmosphere* di natura sociale e culturale sono determinanti, per arrivare alla concezione del distretto industriale come di un'entità locale caratterizzata dalla presenza di una comunità socialmente coesa e di un'industria principale, costituita da un numero elevato di piccole imprese indipendenti, specializzate nelle diverse fasi di uno stesso processo produttivo.

In definitiva, sulla base anche della letteratura esaminata, un distretto industriale può essere considerato come una concentrazione di piccole e medie imprese, localizzate in uno spazio ristretto e ben definito geograficamente, opposto al modello della grande impresa di stampo fordista, che collaborano tra loro traendo allo stesso modo vantaggio dalle economie di scala, grazie soprattutto al riferimento ad economie esterne che derivano dall'insieme di conoscenze, valori, persone ed istituzioni caratterizzanti la società ed il territorio all'interno del quale il distretto si colloca.

Apparentemente condannati ad un ruolo marginale dallo sviluppo della grande impresa e della produzione di massa, i distretti industriali cominciano, invece, a suscitare interesse a partire dagli anni Settanta, quando il modello della grande fabbrica fordista comincia ad

entrare in crisi, sotto la spinta di molteplici trasformazioni interne ed esterne alle società capitalistiche avanzate (saturazione dei mercati, domanda di beni meno standardizzati, offerta di manodopera a basso costo da parte dei Paesi emergenti, ecc.). È, infatti, in questo contesto che essi si sviluppano e diventano competitivi in quanto nuove forme di organizzazione dei processi produttivi basate su una rete di piccole e medie imprese, radicate in un territorio circoscritto e strettamente interconnesse, che determinano un modello di sviluppo dal basso.

1.1.2 DAL DISTRETTO INDUSTRIALE AL DISTRETTO CULTURALE

Con l'emergere di teorie economiche che focalizzano la propria analisi sui modelli di sviluppo locale e sul ruolo che in questi può avere la cultura si assiste al passaggio dal concetto di distretto industriale a quello di distretto culturale.

Il distretto culturale non rappresenta, però, una semplice applicazione delle logiche del distretto industriale al campo culturale, anche se alcune caratteristiche del modello distrettuale classico vengono mantenute: il legame tra il prodotto ed il territorio, la qualità dei beni e dei servizi prodotti, lo scambio – anche informale – di saperi e di competenze, una forte presenza pubblica a sostegno della produzione – in questo caso culturale.

Pur ereditandone alcuni tratti fondamentali, il distretto culturale non è, comunque, definibile *tout court* come una forma specifica di distretto industriale, ma anzi, in qualche modo, il distretto industriale precorre ed anticipa alcune delle caratteristiche tipiche del distretto culturale.

L'elemento riconosciuto, infatti, come fondamentale per entrambe le forme di distretto è rappresentato dalla capacità di creare sinergie tra le imprese e tra i singoli individui, che sono fortemente radicati nel proprio territorio, la cui cultura essi riflettono ed in parte contribuiscono a costituire.

Il primo carattere distintivo è, invece, che il distretto industriale si fonda sulla creazione del valore economico, mentre nel distretto culturale il fondamento del processo è la cultura. Il distretto culturale è, infatti, rappresentato da un'area geografica in cui la trama delle relazioni si basa prevalentemente su attività di valorizzazione del patrimonio culturale e, più in generale, della cultura materiale ed immateriale, grazie ad un sistema di interazioni

sia con le infrastrutture che con gli altri settori produttivi che insistono su un territorio (Valentino *et al.*, 1999).

Per quanto riguarda poi la produzione del distretto, quello industriale si può definire mono-prodotto, in quanto fortemente specializzato in un particolare settore, mentre quello culturale pluri-prodotto, in quanto alla produzione culturale si affiancano anche altri settori produttivi. Inoltre, nel modello distrettuale industriale la produzione è rivolta ai mercati di esportazione e si ha, quindi, una netta separazione tra contesto di produzione e mercato, mentre in quello culturale essa è localizzata, e contesto di produzione e mercato coincidono (Sacco e Pedrini, 2003a).

Infine, il distretto industriale è il prodotto di processi spontanei di sviluppo locale endogeno, mentre quello culturale è più spesso il risultato di una specifica azione di *policy* ovvero di una pianificazione ben precisa da parte degli attori politici. Secondo Preite (1998), infatti, mentre il distretto industriale si organizza in modo spontaneo ed è il risultato di iniziative non pianificate da parte di una molteplicità di soggetti, quello culturale è concepibile come costruzione volontaria da parte di soggetti politici che individuano nel patrimonio culturale l'asse strategico di un modello di sviluppo.

1.1.3 ORIGINE E SVILUPPO DEI DISTRETTI CULTURALI

Dal punto di vista storico, la scoperta del settore culturale come un potenziale settore trainante dello sviluppo locale risale agli anni Settanta quando in Inghilterra il **Greater London Council** (l'ente municipale londinese) elabora per la prima volta una vera e propria strategia per lo sviluppo di questo settore, inteso in un'accezione assai ampia che comprende i beni culturali, lo spettacolo dal vivo, le arti visive, la fotografia, il cinema, l'industria multimediale, la moda, il *design* ed altro ancora (Valentino, 2001a; Sacco e Pedrini, 2003b).

Tale strategia mira ad una forte integrazione tra le attività del settore culturale e quelle degli altri settori ad esso connesso – primo fra tutti il turismo – tramite una 'specializzazione territoriale' attraverso la quale parti della città diventano il luogo privilegiato per l'insediamento di musei, di spazi espositivi, di teatri, di studi di artisti, di gallerie d'arte e di sale di concerto (Valentino, 2001a).

La specializzazione territoriale, da un lato, avrebbe facilitato i processi di integrazione intersettoriale in quanto, per effetto della realizzazione di una massa critica nell'offerta dei servizi, si sarebbero create economie esterne che avrebbero potuto favorire l'insediamento di attività secondarie, oltre che di nuove attività culturali; dall'altro, avrebbe favorito il recupero e la rivitalizzazione di aree urbane degradate o in declino, ospitandovi un'alta concentrazione di attività e luoghi per l'arte e lo spettacolo (Valentino, 2001a).

A partire da questa strategia vengono, quindi, sviluppati un insieme di interventi infrastrutturali che, dalla realizzazione del *South Bank Centre* a quella della nuova sede della *Tate Gallery*, fanno sì che la città venga ad articolarsi in ambiti eterogenei, ognuno specializzato in un settore culturale, e si formi quello che è noto in letteratura come il primo caso di *'cultural district'*: un'area urbana nella quale si concentrano attività della filiera produttiva culturale, che stimolano la successiva costruzione di ulteriori spazi dedicati alla cultura.

Il distretto culturale è, quindi, rappresentato da una o più aree della città che divengono luogo privilegiato di insediamento di attività della filiera produttiva culturale, intesa in senso ampio. La strategia del *Greater London Council* fa scuola e sia in Gran Bretagna che in altre città dell'Europa e del Nord America si elaborano e sperimentano specifiche strategie per la nascita di distretti culturali che partono, comunque, tutte dal presupposto che le città costruiscano una loro specializzazione territoriale all'interno di alcuni loro quartieri attraverso la localizzazione di luoghi ed attività culturali.

Tra le prime città ad impostare una strategia di sviluppo urbano basata sulla cultura si ricorda **Glasgow** che all'inizio degli anni Ottanta elabora con successo una strategia per il rilancio dell'economia locale attraverso un'esemplare piano di intervento basato su una forte integrazione tra industria culturale ed industria turistica, creando una serie di organismi i cui fini istituzionali consistono nel miglioramento dell'immagine della città a partire da interventi di valorizzazione culturale (Valentino, 2001a, 2001b).

Su iniziativa del *Glasgow District Council*, il programma, finanziato sia dal settore pubblico che da quello privato, prevede infatti la creazione della *Glasgow Action*, una società mista con lo scopo di dare attuazione ad una strategia che prevede la crescita dell'immagine della città, mediante la riqualificazione ambientale del centro urbano e l'incremento dell'offerta culturale, al fine di uno sviluppo dell'industria turistica (Valentino, 2001a, 2001b).

Glasgow Action inizia, quindi, la sua attività attuando interventi di rivitalizzazione di un'area centrale, la *Merchan City*, a cui seguono altri interventi realizzati in altre parti della città storica, in collaborazione con le istituzioni locali, tra cui il *Greater Glasgow Tourist Board*. Le istituzioni culturali di maggiore prestigio già operanti nella città (la *Scottish Opera, Ballet and Orchestra*, la *BBC Symphony Orchestra* ed il *Citizen's Theatre*) vengono individuate come le risorse culturali su cui basare questo diverso modello di sviluppo che prevede un incremento di tali risorse negli anni successivi con l'apertura di nuovi musei, teatri e gallerie: la *Burrel Collection* nel 1983, lo *Scottish Exhibition and Conference Centre (SECC)* nel 1985, la *Glasgow Royal Concert Hall* nel 1990, la *Gallery of Modern Art (GOMA)* nel 1996 ed il *Glasgow Auditorium* nel 1997 (fonte: <http://www.glasgow.gov.uk>).

A supporto di questa strategia viene lanciata un'intensa campagna di *marketing* urbano basata sulla valorizzazione e sulla promozione del patrimonio e delle attività culturali della città, viene realizzato un centro espositivo e per congressi di rilevanza nazionale e creata una fitta rete di rapporti tra le istituzioni pubbliche e le associazioni di artisti insieme alle quali vengono realizzati *festival* internazionali di musica, danza e teatro per animare culturalmente la città, specialmente nei mesi estivi.

In questo contesto ha un ruolo fondamentale una società *no profit*, creata negli anni Settanta ed attiva su tutto il territorio scozzese, la *Workshop and Artist Studio Provision Scotland (WASPS)*, che contribuisce allo sviluppo di questa centralità urbana offrendo agli artisti *accomodation* (abitazioni e studi a prezzi contenuti e con contratti temporanei) e spazi espositivi, oltre a servizi di supporto come quelli di promozione e commercializzazione.

Grazie a questo insieme coordinato di attività si rivitalizza un'area urbana in declino e si sviluppa un'industria turistica in grado di accrescere in modo significativo l'economia della città. La strategia di intervento elaborata per Glasgow, Città Europea della Cultura nel 1990, costituisce – con le dovute variazioni – il 'modello' di riferimento che viene successivamente applicato ad altre città della Gran Bretagna, come Liverpool, Sheffield o Manchester, e del Nord America, come Toronto, Boston e Baltimora (Valentino, 2001a).

Si sviluppano in questo modo i cosiddetti *cultural district*, la cui accezione è quindi più ampia e più complessa di quella data per i distretti industriali in quanto lo sviluppo avviene considerando la cultura del distretto in tutti i suoi aspetti e la produzione di beni e servizi presenta una prevalenza della componente immateriale su quella materiale.

1.1.4 DEFINIZIONI E CLASSIFICAZIONI

Se è a partire dagli anni Settanta che si inizia a parlare di 'distretto culturale', è soprattutto dagli anni Novanta in poi che tale modello trova sufficienti interpretazioni teoriche, fino ad arrivare al concetto di 'distretto culturale evoluto'. Il dibattito sulla natura e sulle caratteristiche dei distretti culturali è, però, ancora in corso e numerosi sono i modelli proposti e studiati, per cui non è tuttora possibile dare una definizione univoca del concetto di distretto culturale.

Tra i vari contributi teorici a cui è possibile riferirsi vi è il modello generale delineato da **Valentino** secondo cui: "Il distretto culturale è un sistema, territorialmente delimitato, di relazioni che integra il processo di valorizzazione delle dotazioni culturali, sia materiali che immateriali, con le infrastrutture e con gli altri settori produttivi che a quel processo sono connesse. La realizzazione di un distretto culturale ha l'obiettivo, da un lato, di rendere più efficiente ed efficace il processo di produzione di 'cultura' e, dall'altro, di ottimizzare, a scala locale, i suoi impatti economici e sociali." (Valentino *et al* 1999, Valentino 2001c).

Più precisamente, con riferimento al distretto turistico culturale, Valentino (2003) lo definisce: "*Un sistema reticolare, spazialmente delimitato, il cui nodo centrale è costituito dal processo di valorizzazione dell'asset territoriale rappresentato dai beni culturali e gli altri nodi sono rappresentati: dai processi di valorizzazione delle altre risorse del territorio; dalle infrastrutture territoriali; dai servizi di accoglienza e dall'insieme delle imprese la cui attività è direttamente collegata al processo di valorizzazione dei beni culturali.*"

La definizione di distretto culturale fornita da Valentino è, quindi, quella di un 'sistema di relazioni' che da un lato connette tra loro le attività per la valorizzazione delle varie risorse disponibili, attivando un processo integrato di valorizzazione, e dall'altro mette in contatto questo processo di valorizzazione al resto dell'offerta territoriale di infrastrutture, servizi e professionalità che hanno potenziali connessioni con le attività di valorizzazione.

Lo scopo del distretto, il cui modello si organizza attorno alla dotazione culturale (*asset*) di maggior pregio di un territorio e di conseguenza assume una struttura differente a seconda dell'*asset* da valorizzare, è di assicurare un vantaggio competitivo sia al comparto culturale che all'intero territorio su cui esercita degli effetti.

Gli elementi che determinano la 'forza competitiva' del distretto sono:

- la capacità di valorizzazione integrata delle risorse;
- il livello di cooperazione tra istituzioni, imprese e collettività locale;
- la capacità di integrazione con le industrie sussidiarie;
- la capacità di soddisfare domande diversificate;
- la capacità di differenziarsi dalle offerte concorrenti (Valentino, 2003).

Nella definizione di Valentino (2003) il distretto culturale viene anche assimilato ad 'un sistema reticolare' caratterizzato da un insieme di 'nodi' che rappresentano le varie risorse presenti sul territorio e sono connessi gli uni agli altri tramite 'relazioni' che possono assumere varia forma e natura e riguardare lo scambio di informazioni, valori, prodotti, tecnologie, servizi, ecc.. Maggiori sono le interconnessioni, più grande è il successo del distretto culturale, con conseguenti maggiori possibili vantaggi economici per il suo territorio.

Il sistema integrato di nodi e di relazioni alla base di un distretto può poi essere ripartito in quattro sub-sistemi omogenei:

- il *sub-sistema delle risorse territoriali*, caratterizzato dai beni e dalle dotazioni proprie del territorio;
- il *sub-sistema delle risorse umane e sociali*, che comprende sia il 'capitale umano' (disponibilità di una forza lavoro qualificata) sia il 'capitale sociale' (livello di istruzione, presenza di valori identitari, rapporto fiduciario tra collettività, istituzioni e amministrazioni, ecc.);
- il sub-sistema dei servizi di accessibilità, ossia l'offerta di servizi di trasporto (sia a scala territoriale che extraterritoriale);
- il sub-sistema dei servizi di accoglienza, in cui rientrano le strutture ricettive (alberghi, ristoranti, esercizi commerciali, ecc.) e per il tempo libero e lo sport;
- il sub-sistema delle imprese collegate, che riguarda le imprese implicate nel processo di valorizzazione e che appartengono a diversi settori quali il restauro, l'artigianato, il turismo, ecc. (Valentino, 2003).

Questa classificazione mette in luce l'idea di 'processo integrato di valorizzazione', teorizzato da Valentino, secondo il quale il distretto è basato sul concetto di 'filiera' che – con riferimento al settore culturale – riguarda l'insieme dei settori produttivi che contribuiscono al processo di valorizzazione delle risorse culturali del territorio e comprende:

- le imprese che fanno parte dei settori che partecipano alla fornitura di input (specializzate nella ricerca, nella progettazione, nelle costruzioni, ecc.);
- le attività legate alla tutela, gestione e fruizione delle risorse;
- le imprese che fanno parte dei settori che partecipano alla fornitura di output (specializzate nel restauro o nei servizi di guida ai visitatori).

Un altro modello interpretativo di distretto culturale è fornito da **Santagata** che – come Valentino – dà una definizione di settore culturale dai confini allargati, includendo tutti i beni ed i servizi frutto della creatività umana e dell'attività intellettuale. Per Santagata fanno, quindi, parte del settore culturale: l'industria dell'audiovisivo (cinema, televisione, riproduzione sonora, videogiochi), lo spettacolo dal vivo (teatro, opera, concerti di classica e leggera, balletto); le arti visive (pittura, scultura, fotografia, grafica, installazioni); l'industria delle arti figurative (industria del *design*, della moda, del tessile, dei giocattoli, artigianato dell'arte); i beni culturali (patrimonio, musei, paesaggio); l'editoria (libri, giornali, riviste); la pubblicità (grafica e film pubblicitari); l'industria del gusto (enologia, gastronomia) (Santagata, 2001).

Santagata si differenzia, però, da Valentino per la maggiore rilevanza attribuita al 'capitale culturale' (cultura locale, tradizioni, conoscenze, ecc.) di uno specifico luogo. *“La cultura conta, non solo nel rappresentare l'immagine antropologica della vita materiale, spirituale e sociale di un popolo, ma anche come risorsa fondamentale per una crescita economica sostenibile”* (Santagata, 2000). L'obiettivo principale del distretto è, quindi, quello dello sviluppo economico sostenibile di un territorio, producendo beni culturali altamente specializzati e basati proprio sulle conoscenze e sulle tradizioni locali.

Anche il modello distrettuale di Santagata si basa sul concetto di 'filiera'. In particolare, egli ritiene che: *“I mercati dell'arte, le arti figurative, i musei e il patrimonio culturale, così come i beni fondati sul design, possono essere articolati in filiere con esperienze innovative che emergono a tutti i livelli: estetico, giuridico, produttivo, distributivo, tecnologico ed educativo. Inoltre tali attività assumono un nuovo significato economico quando di strutturano e sono governate secondo la logica dei distretti industriali; esse creano un sentiero che conduce alla crescita attraverso lo sviluppo di piccole e medie imprese fortemente integrate all'interno del territorio e nella comunità locale. In tal senso, i distretti industriali italiani, come quelli che producono vetro a Murano e abbigliamento a Biella, costituiscono un modello ideale per la produzione di beni culturali”* (Santagata, 2000).

Nel considerare, dunque, il modello distrettuale quale forma idonea ed ottimale per la valorizzazione delle attività legate alle 'filieri produttive' in ambito culturale, Santagata pone l'accento sulla cultura quale bene 'idiosincratco', e cioè quale patrimonio localizzato, peculiare ed unico nella sua relazione di appartenenza a un dato territorio e nel legame con il contesto sociale (fattori all'origine di ogni vantaggio competitivo).

Secondo la sua visione, però, il distretto culturale, più che essere orientato alle aree tradizionali dell'artigianato artistico evoluto industrialmente, si fonda sulle nuove aree produttive ad alto valore aggiunto e ad alta intensità di capitale umano che contraddistinguono le economie post-industriali e che riguardano i settori del *design*, dell'innovazione tecnologica e della creazione di nuovi prodotti.

Ispirandosi, dunque, al modello di distretto industriale di stampo marshalliano, da cui ritiene derivi direttamente la forma del distretto culturale (i due modelli si differenziano, invece, per la natura dei prodotti), Santagata individua quattro diverse tipologie di distretto culturale, che si basano sulla produzione di beni culturali idiosincratici, universali, caratterizzati da elevata creatività e proprietà intellettuale. I quattro modelli di distretto culturale sono: il '*distretto culturale industriale*', il '*distretto culturale istituzionale*', il '*distretto culturale museale*' ed il '*distretto culturale metropolitano*' (Santagata, 2000).

Il *distretto culturale industriale* ha caratteristiche analoghe a quelle dei distretti industriali classici; anch'esso è, infatti, frutto di una crescita spontanea e di processi di sviluppo locale endogeno. *"Tradotti in campo culturale, i distretti industriali ... possono essere un modello utile per la valorizzazione di quelle realtà (importanti settori delle arti applicate e dell'artigianato che trasformano tradizioni culturali in beni e prodotti fondati sul design) che traducono creatività in cultura del design industriale, dal settore tessile e abbigliamento, alla produzione di una vastissima gamma di oggetti pratici e funzionali per il lavoro, la vita domestica e il tempo libero"* (Santagata, 2000).

Sono, invece, caratteristiche peculiari di questo tipo di distretto il cosiddetto '*effetto atelier*', ovvero una concentrazione nell'area distrettuale di individui che intraprendono l'attività tipica della zona, aprendo laboratori professionali, e la '*differenziazione del prodotto dovuto alla creatività*', che deriva dall'*effetto atelier*'. Inoltre, diversamente dai distretti industriali, nella stessa area, insieme alla produzione di beni culturali locali, nascono servizi (quali musei, negozi e centri di vario tipo) che producono effetti positivi sia sulla cultura che sul turismo locali.

Di questa tipologia di distretto fanno parte casi molto differenti per dimensione ed importanza: da quello dell'industria cinematografica di Hollywood, sorta dalla preesistente industria fordista, a quelli della produzione di ceramica a Caltagirone o di vetri a Murano, basati su numerosi piccoli laboratori a conduzione familiare (Santagata, 2005).

Il *distretto culturale istituzionale* è, invece, il prodotto dell'azione di istituzioni giuridiche, focalizzate prevalentemente sull'obiettivo di valorizzare le risorse culturali di una data area, che attribuiscono diritti di proprietà e marchi di fabbrica ai prodotti tipici dell'area, permettendo di tutelare il capitale culturale della comunità. In questa tipologia di distretto i beni prodotti risultano, quindi, essere strettamente legati alla cultura locale e quanto più vantano un'immagine fortemente connotata da valenze simboliche legate ad una determinata area, tanto più la loro attrattività aumenta agli occhi dei visitatori-consumatori.

Sono esempi di questo modello i casi delle Langhe in Piemonte e del Chianti in Toscana, dove lo sviluppo economico ha preso avvio anche grazie all'assegnazione di diritti di proprietà ai prodotti della tradizione enogastronomica locale, nel caso specifico le 'Denominazione di Origine Controllata' (DOC) (Santagata, 2005).

Secondo Santagata (2000), l'assegnazione di diritti di proprietà collettivi genera stimoli positivi sia nella produzione che nel consumo in quanto:

- dà vita ad un monopolio con conseguente aumento dei prezzi dei prodotti e dei redditi locali;
- stimola i produttori ad investire nelle proprie imprese e a valorizzare i propri prodotti;
- produce un aumento della qualità dei prodotti stessi.

Accanto a ciò, Santagata rileva effetti positivi anche sugli aspetti culturali, tra cui:

- la valorizzazione di fiere e festival legati alla tradizione culturale;
- il recupero del patrimonio storico dei castelli e delle cascine;
- l'uso del paesaggio come risorsa economica;
- la diffusione di eco-musei, centri culturali ed enoteche;
- la creazione di parchi culturali e di percorsi turistico-culturali legati alla tradizione letteraria ed artistica;
- lo sviluppo dell'industria turistico-alberghiera;
- l'istituzione di università e centri di alta formazione.

All'interno di questo tipo di distretto Santagata individua due modelli culturali: 'la cultura delle qualità' e 'la cultura del saper vivere'. Il modello della cultura delle qualità ha l'obiettivo di raggiungere alti *standard* qualitativi, investendo nella tecnologie di grande valore e nella funzionalità e nell'estetica dei prodotti; il modello della cultura del saper vivere mette, invece, in primo piano la comunità presente nel distretto ed in esso diviene fondamentale la dimensione esperienziale del consumo.

Il *distretto culturale museale* è solitamente localizzato all'interno dei centri storici delle città ed è finalizzato alla loro rivitalizzazione ed al recupero del loro patrimonio artistico-culturale. Esso si basa, sostanzialmente, sulla valorizzazione delle sedi museali ed è caratterizzato dalla concentrazione di istituzioni museali, dall'unitarietà di contenuto delle collezioni, dal forte legame con la cultura del territorio e dall'attivazione di politiche unitarie di direzione del distretto (Santagata, 2001).

Questa tipologia di distretto si determina, quindi, tramite una rete di musei concentrati in uno spazio delimitato – solitamente, appunto, il centro storico – ed accresce la sua offerta culturale grazie ai legami con gli altri musei. Le precondizioni necessarie perché si possa creare un distretto culturale museale sono:

- la presenza di collezioni permanenti conservate in istituzioni museali;
- un capitale umano specializzato nella gestione dei musei.

Come la precedente forma di distretto culturale, anche quello museale non è il frutto di un processo economico spontaneo ma il risultato di una precisa decisione politica. Tale modello è, infatti, il prodotto di un programma pianificato dalle autorità cittadine per la valorizzazione del patrimonio artistico-culturale e sorge grazie al contributo pubblico ma, richiedendo ingenti investimenti iniziali, può coinvolgere anche soggetti privati.

Il suo contributo alla ricchezza della città e del territorio interessa vari settori: prima di tutto il turismo culturale ed i relativi servizi di accoglienza e di trasporto, ma anche l'offerta culturale collaterale che può potenziare l'offerta culturale trainante. Tutto ciò contribuisce non solo ad accrescere il livello di attività dell'economia locale ma anche l'immagine della città, che diviene più nota e più attrattiva, non soltanto per i flussi turistici ma anche per quelli degli investimenti e per le scelte localizzative dei professionisti e degli artisti.

Esempi di distretti culturali museali sono Amsterdam, Berlino e Venezia (Santagata, 2005).

Il *distretto culturale metropolitano* è, infine, adoperato per contrastare il declino economico di un'area urbana ridisegnandone l'immagine, ed è definito da Santagata (2000) come "un agglomerato spaziale di edifici dedicati alle arti figurative, musei e

organizzazioni che producono cultura e beni fondati sulla cultura, servizi e strutture correlate". Questo modello, che riguarda esclusivamente le aree metropolitane e consiste nella concentrazione di beni, attività e servizi legati alla cultura, non è anch'esso il risultato di un processo spontaneo ma prende vita, come quello istituzionale e quello museale, da una decisione dell'autorità politica locale.

Secondo Santagata (2000), le caratteristiche istituzionali alla base di un distretto culturale metropolitano sono essenzialmente:

- l'esistenza di un'area in cui i diritti di proprietà non siano troppo dispersi in modo che i processi decisionali non debbano coinvolgere troppi soggetti, pena la paralisi burocratica;
- l'esistenza di un ente che progetti e guidi la sua costruzione e sia anche capace di occuparsi della gestione futura e del *marketing* del distretto.

I distretti culturali metropolitani sono, dunque, aree urbane ben definite caratterizzate dall'istituzione di musei, centri espositivi ed organizzazioni culturali e, più in generale, dalla localizzazione, impostata ad un livello istituzionale, di attività e servizi di tipo culturale, ai quali sono spesso associati anche servizi legati al turismo.

In essi sono, dunque, generalmente presenti tre forme di attività: *"In primo luogo vengono offerte attività artistiche e culturali attraverso musei, biblioteche, teatri, gallerie e auditorium. In secondo luogo producono cultura grazie alle tv locali, gli studi di registrazione, le radio, e gli 'art and crafts workshops'. Infine, offrono servizi di ristorazione e svago essenziali per attrarre i turisti"* (Santagata, 2000).

Il distretto culturale metropolitano deve, infatti, soddisfare due diversi tipi di domande: quella degli acquirenti e quella dei turisti e dei residenti. Per i primi svilupperà la sua vocazione industriale verso il settore audiovisivo e la creazione e produzione di beni di *design*. Quanto ai secondi provvederà a creare nuovi teatri, musei, gallerie, caffetterie, ristoranti e tutto ciò che possa aumentare l'attrattività, la capacità di accoglienza e, più in generale, la qualità della vita nell'area.

Infine, quello che differenzia i distretti culturali metropolitani da quelli museali è il fatto di non godere di un ricco patrimonio storico-artistico. In cambio, però, essi possiedono un'elevata capacità di produrre cultura grazie alla presenza di un gran numero di artisti e di spazi per la creazione e l'esposizione delle opere. Mentre i distretti museali sono, dunque, definibili come esempi classici di 'città d'arte', ricche di monumenti che costituiscono un'attrattiva per i turisti, i distretti culturali metropolitani rappresentano il tipico caso di

‘città di cultura’, non prive di monumenti, ma il cui sviluppo culturale è dato dall’attrazione di personalità e progettualità artistiche.

I distretti culturali metropolitani sono tipici delle città americane, come Boston, Toronto o Baltimora, e delle città inglesi come Glasgow, Manchester o Liverpool (Santagata, 2005).

La tabella che segue illustra la tassonomia dei distretti culturali elaborata da Santagata sulla base di quattro caratteristiche principali: i *‘beni e servizi forniti’*, il *‘modello’*, le *‘esternalità positive’* e la *‘protezione della conoscenza e della reputazione’*. Essa è molto utile per comprendere quali sono ed in quali modi le espressioni della cultura possono assumere la forma di distretti culturali.

Tabella 1 - Distretti culturali per classi e caratteristiche economico-istituzionali

	Distretto culturale industriale	Distretto culturale istituzionale	Distretto culturale museale	Distretto culturale metropolitano
Beni e servizi forniti	Beni di design Audiovisivi Cinematografia Moda	Cultura del <i>‘savoir vivre’</i> Mostre e fiere	Reti di musei	Teatri Cinematografi Gallerie d’arte
Il modello	Storico-evoluzionista	Fondato sulle istituzioni	Politica pubblica	Politica urbana
Esternalità positive	Esternalità di produzione	Esternalità di produzione e di consumo	Esternalità di consumo e di rete	Esternalità di agglomerazione
Protezione della conoscenza e della reputazione	Brevetti, segreti, conoscenza tacita, marchi di fabbrica	Diritti di origine, diritto collettivo di denominazione	Copyright, marchio di fabbrica (logo, insegna)	<i>Copyright</i> , diritti d’autore

Fonte: Santagata (2000)

Infine, negli ultimi anni sono sorte teorie che considerano la cultura in un’accezione ancora più ampia che comprende la libertà degli individui, l’innovazione, la creatività e la qualità della vita. I soli aspetti materiali della cultura non sono, infatti, più sufficienti a fare lo sviluppo del territorio e si prendono, quindi, in considerazione anche gli aspetti immateriali, propri dei Paesi caratterizzati da un’economia di tipo post-industriale. Sono queste le considerazioni che stanno alla base del concetto di *‘distretto culturale evoluto’* teorizzato da **Sacco**.

Sulla base della teoria economica moderna e delle esperienze internazionali di sviluppo di tipo *culture-driven*, egli individua tre aspetti fondamentali dello sviluppo (Sacco e Tavano Blessi, 2006):

- il livello della qualità della vita, riconducibile alle teorie di Florida (2002) sull'attrattività e sulla localizzazione della nuova classe creativa¹;
- il grado di innovazione, legato ai concetti di riconversione del sistema produttivo e di orientamento all'innovazione su cui si basa la teoria di Porter (1998) sul vantaggio competitivo localizzato²;
- la 'capacitazione', riferita alla teoria di Sen (1994) sulla 'capacitazione' sistemica delle comunità locali³.

Per Sacco, al di là delle singole visioni parziali degli autori cui egli si riferisce, in un distretto culturale evoluto questi tre aspetti interagiscono sinergicamente ed il distretto ha come effetti:

- di esercitare attrazione verso l'esterno, in particolare verso i professionisti ed i talenti creativi;
- di produrre innovazione nel sistema culturale e, quindi, anche economico;
- di riorientare ed indirizzare gli individui e la società verso attività ad alto contenuto esperienziale.

In un distretto culturale, caratterizzato perciò da una qualche forma di combinazione dei tre canali di sviluppo, Sacco e Ferilli (2006) individuano dieci azioni di *policy* che intervengono sui capitali (*asset*) del sistema locale. Queste possono essere intese sia come modalità di funzionamento attuale del sistema che come orientamento per le politiche di intervento futuro. Le dieci azioni o politiche di intervento sono:

- la qualità dell'offerta culturale;
- la qualità della *governance* locale;

¹ Secondo Florida lo sviluppo economico si concentra dove sono presenti quelle che lui definisce le tre T: tecnologia, talento e tolleranza.

² Secondo Porter il vantaggio competitivo di un territorio è legato alla sua capacità di produrre beni e servizi innovativi attraverso l'uso di metodi e tecnologie avanzati.

³ Secondo Sen lo sviluppo economico coincide con l'espansione delle libertà reali di cui godono tutti i cittadini. Requisito importante per l'espansione della libertà viene individuato nella partecipazione collettiva. A questo proposito Sen introduce il concetto di capacitazione ovvero l'insieme delle risorse relazionali di cui le persone dispongono unito alle loro possibilità di fruirne.

- la qualità della produzione delle conoscenze;
- lo sviluppo dell'imprenditoria locale;
- lo sviluppo del talento locale;
- l'attrazione di imprese esterne;
- l'attrazione del talento esterno (di artisti e uomini di cultura);
- la gestione delle criticità sociali;
- la capacitazione e la formazione della comunità locale;
- la partecipazione della comunità locale.

Ognuna di queste azioni può a sua volta interagire con una forma diversa di capitale. Sacco e Ferilli (2006) ne identificano cinque, facendo una distinzione tra quelle più propriamente relative all'economia materiale e quelle caratteristiche dell'economia immateriale. Alla prima categoria di capitale appartengono il '*capitale naturale*', inteso come insieme del capitale non prodotto dall'uomo, ed il '*capitale fisico*', inteso come l'insieme del capitale materiale e costruito dall'uomo. Alla seconda categoria di capitale, tipico dell'economia post-industriale, appartengono, invece, il '*capitale umano*', rappresentato dall'insieme delle conoscenze e delle competenze degli individui, il '*capitale sociale*', costituito dall'insieme delle istituzioni, delle norme sociali e delle reti di relazioni che influenzano il comportamento degli individui e costituiscono risorse per la produzione di benessere, ed il '*capitale simbolico*', formato dall'insieme dei modelli di identità, individualmente e socialmente significativi, e legato ai processi di identificazione e di creazione del senso di appartenenza.

Le dieci azioni o politiche di intervento vengono, quindi, ad interfacciarsi con le cinque forme di capitale e da tale interrelazione si giunge all'individuazione delle dimensioni strategiche determinanti per la realizzazione di un distretto culturale evoluto (Sacco *et al.*, 2007).

Dal momento che ogni sistema locale può dar luogo a diverse combinazioni dei tre canali lungo i quali si manifestano gli effetti sistemici del distretto, analizzando i casi di studio internazionali più interessanti ed innovativi, Sacco e Ferilli (2006) rilevano che, in genere, l'attivazione dei possibili fattori di sinergia sociale, economica e culturale si crea con precise scelte strategiche, che nel breve periodo si concentrano sullo sviluppo del canale più rilevante presente sul territorio, in modo da mettere il distretto nelle condizioni di sviluppare le proprie potenzialità, mentre destinano alle politiche di medio e lungo periodo il compito di intervenire sulle carenze strutturali che impediscono forme più complesse ed

evolute di integrazione tra la produzione culturale e gli altri comparti produttivi del territorio.

1.1.5 PROBLEMI APERTI

E' evidente che la cultura entra oggi sempre più massicciamente all'interno dei nuovi processi di creazione del valore economico, ed è altrettanto evidente che i territori e le città che oggi perseguono una strategia di sviluppo economico locale efficace dovrebbero fare della cultura una delle proprie leve di azione privilegiate, costruendo i processi di riqualificazione urbana e territoriale intorno ad interventi culturali pilota, che prevedano la sperimentazione di forme sempre nuove di disseminazione delle attività culturali nel tessuto locale.

Certo la creazione di un mercato culturale non è necessariamente portatrice di sviluppo economico, ma è una preconditione necessaria all'insorgenza di un processo di sviluppo locale *culture-driven* in cui il senso economico della cultura sta nel suo ruolo di catalizzatore di nuove modalità di produzione e di consumo dei beni e dei servizi sempre più legate ad una dimensione immateriale del valore aggiunto. I casi di successo, che purtroppo per il momento sono per lo più stranieri, confermano tutti chiaramente questa tesi (Sacco e Pedrini, 2003b).

In Italia esistono, invece, alcune questioni problematiche legate al ruolo attuale della cultura e del patrimonio culturale. Un elemento critico che vale la pena di sottolineare, in quanto rischia di condurre ad una concezione errata, che ingessa la cultura nel tentativo di renderla turisticamente attraente, è la tendenza errata tipica di un contesto culturalmente poco innovativo, come è spesso quello italiano, di concepire il patrimonio culturale come una sorta di 'giacimento' da sfruttare.

Il risultato è, dunque, quel processo di 'disneyficazione' (Ritzer e Liska, 1997), che nel corso degli anni ha colpito le principali città d'arte italiane, e cioè la trasformazione di contesti, un tempo culturalmente vivi ed innovativi, in parchi tematici per turisti spettatori, con cittadini manutentori e gestori invece che abitanti e produttori di nuova cultura.

Secondo Sacco e Pedrini (2003b) molti fautori delle sorti della valorizzazione del patrimonio culturale italiano sorriderebbero, quindi, nel sentir proporre città come St. Louis o Linz – esaminate nel capitolo successivo – come modelli di distretti culturali di

successo a confronto con città come Venezia o Firenze. Tuttavia, a meno di pochi e spesso isolati segnali in senso contrario, le grandi città d'arte italiane vivono di uno stanco sfruttamento delle loro risorse culturali, più che di una nuova progettualità, ed ancor meno di una politica orientata alla creazione di economie di distretto. Anche in casi come quelli di Genova, Roma o Torino, che manifestano un evidente dinamismo nel campo della creazione di nuove istituzioni culturali, alla vitalità delle iniziative non sembra sempre corrispondere il perseguimento di un disegno unitario e, soprattutto, la capacità di collegare i nuovi interventi ad una reale ridefinizione del modello di sviluppo economico locale in termini di distretto.

1.2 ESPERIENZE INTERNAZIONALI

Quanto teorizzato nel primo capitolo trova delle esperienze significative a livello internazionale dove la creazione di distretti culturali si è dimostrata un'idea vincente, espressione propositiva di un'immagine di qualità basata sulla collaborazione tra città e reti del patrimonio territoriale, e manifestazione di un modello comportamentale fondato sull'integrazione tra processi di valorizzazione delle risorse culturali e di sviluppo economico e sociale.

Negli anni, infatti, molte città o aree territoriali hanno fatto della cultura la leva principale per lo sviluppo locale, considerando le risorse culturali non più semplicemente come qualcosa da salvaguardare ma come un mezzo, o meglio un'opportunità, per innescare lo sviluppo. Tralasciando i primi casi di distretti culturali sorti negli anni Settanta – di cui si è accennato nel capitolo precedente – in tempi più recenti si è assistito ad esperienze internazionali di grande successo, che hanno riguardato anche contesti locali piuttosto poveri dal punto di vista della dotazione culturale iniziale e di certo non paragonabili alle grandi città d'arte italiane.

Si passano, quindi, ad esaminare alcuni casi di successo di particolare interesse, taluni dei quali fanno riferimento ai processi di sviluppo che hanno caratterizzato alcune città degli Stati Uniti negli ultimi vent'anni, ma non mancano anche gli esempi europei, che anzi si stanno moltiplicando in questi anni.

1.2.1 ST. LOUIS

Il primo caso è quello di **St. Louis**, nel Missouri, per molto tempo una città industriale inquinata e poco sicura, tanto che già dagli anni Cinquanta molti abitanti avevano abbandonato il centro urbano per trasferirsi in periferia. Nel 1996, partendo dall'iniziativa di un migliaio di volontari, si avvia un processo di coinvolgimento partecipativo dei cittadini alla definizione degli obiettivi di sviluppo futuro della città. A questo primo segnale di progettualità, che viene dal settore *no-profit* e dalla cittadinanza, si sovrappone l'azione di coordinamento strategico dell'amministrazione pubblica locale.

Nasce così il piano *St. Louis 2004* che dà vita a più di settanta gruppi di lavoro formati da residenti che si occupano della definizione dei contenuti del piano di sviluppo. Il

programma così determinato viene approvato dal consiglio direttivo di *St. Louis 2004* nei primi mesi del 1998 e diventa la base di un nuovo approccio strategico allo sviluppo urbano, fondato su undici punti:

- la lotta al razzismo ed alla discriminazione;
- la lotta alla violenza organizzata giovanile;
- la sicurezza dei bambini;
- la rivitalizzazione del centro urbano;
- la promozione della salute dei cittadini;
- la tolleranza zero per i crimini più gravi;
- la pulizia dell'aria;
- la creazione di posti di lavoro ad alto reddito e lo sviluppo di tecnologie avanzate;
- la vivibilità dei sobborghi;
- l'imprenditorialità femminile e delle minoranze;
- la creazione di un sistema di aree verdi.

La formulazione dei punti fondamentali si traduce immediatamente in un piano d'azione con scadenze, stanziamenti di risorse ed assunzione di responsabilità che coinvolge istituzioni pubbliche, imprese private ed associazioni di cittadini. A partire dall'approvazione del piano, i sei gruppi di lavoro e le ventinove *task force* che compongono la rete di *St. Louis 2004* coinvolgono migliaia di organizzazioni nella realizzazione degli aspetti specifici degli undici obiettivi programmati. Per tutti gli obiettivi vengono fissati parametri misurabili e ciascuno di essi viene inteso come un catalizzatore di ulteriori effetti sul sistema metropolitano che viene sottoposto a costante monitoraggio. Vengono predisposte varie tipologie di incentivi fiscali, finanziati ambiziosi programmi pubblici di investimento e create agevolazioni creditizie per l'impresa privata operante nei settori.

Il risultato è che oggi St. Louis viene inclusa tra le dieci aree metropolitane più sviluppate degli Stati Uniti. In particolare, l'area metropolitana di St. Louis è tra le prime cinque al mondo nelle biotecnologie e nelle scienze della vita, e l'agenzia di sviluppo dell'area, la *Regional Chamber & Growth Association (RCGA)*, progetta sempre nuove opportunità per la localizzazione di nuove imprese e per lo sviluppo della qualità della vita dei lavoratori.

In tutto questo processo la cultura permea tutti gli aspetti dello sviluppo urbano di *St. Louis*: dalla riprogettazione del sistema dei trasporti pubblici con il rivoluzionario programma *Arts in Transit* nel quale sono coinvolti centinaia di artisti e che si arricchisce

ogni anno di nuove realizzazioni (come un rivoluzionario sistema luminoso percepibile dagli utenti della metropolitana lungo il percorso tra una stazione sotterranea e l'altra), all'orientamento professionale dei giovani che vengono coinvolti in programmi formativi (come il *New Art in the Neighborhood* ed il *St. Louis Art Works*), tenuti da artisti locali, ma anche di fama nazionale ed internazionale, il cui scopo è sensibilizzare gli studenti delle scuole medie e superiori nei confronti delle nuove professioni della creatività.

La città è, inoltre, in grado di offrire molte alternative culturali ai suoi abitanti: la *St. Louis Symphony Orchestra*, la seconda orchestra sinfonica più importante del Paese, il *Contemporary Art Museum (CAM)*, uno tra i musei più noti al mondo per l'arte contemporanea, il *Forest Park*, uno dei parchi più belli del Paese (più grande del ben più noto *Central Park* di New York) all'interno del quale si trovano, tra gli altri, il *St. Louis Art Museum*, il *St. Louis Science Center*, il *St. Louis History Museum* e la *St. Louis Municipal Opera*, uno dei primi teatri municipali costruiti in America (risalente al 1919), ed infine il *Laumeier Sculpture Park*, un parco museo con 75 sculture appartenenti ad artisti di fama internazionale, che ospita molti degli eventi culturali che animano l'estate e che attirano ogni anno numerosi spettatori ed artisti da tutto il Paese.

Queste istituzioni fanno della partecipazione della comunità locale un elemento centrale della loro *mission*. La *St. Louis Symphony*, ad esempio, organizza ogni anno centinaia di concerti gratuiti e numerosi *workshop*. Tutti i musicisti si occupano delle attività musicali che coinvolgono la città, come suonare nelle chiese, nelle scuole, negli asili, nei parchi, nell'ambito dei *workshop*. Il *Missouri Botanical Garden* è aperto gratuitamente per la cittadinanza. La *St. Louis Municipal Opera* presenta *musical* provenienti da Broadway durante la stagione estiva a prezzi che partono da 25 *cents*. La *St. Louis Art Fair*, la cui programmazione coinvolge venti strutture culturali collegate, oltre a presentare ogni anno numerose mostre in ambiti diversi, organizza concerti *jazz* e spettacoli per bambini all'interno di aree a loro dedicate.

La cultura partecipa, inoltre, ai processi di trasformazione delle vecchie aree industriali dismesse, in *partnership* che coinvolgono le imprese, le organizzazioni *no-profit* ed i cittadini. La partecipazione a questi progetti di sviluppo dell'area metropolitana, per le imprese, rappresenta una concreta azione di responsabilità sociale, che ha un effetto diretto e concreto sulla loro competitività, mentre per i cittadini costituisce un'importante occasione di rafforzamento dell'appartenenza comunitaria, un fattore intangibile ma sempre più strategico nel determinare il successo di un progetto di sviluppo locale.

La presenza pervasiva della cultura nelle varie dimensioni della vita della città dà una grande visibilità alle istituzioni culturali che coinvolgono l'intera cittadinanza nelle attività creando le condizioni ideali per un'ulteriore crescita delle istituzioni stesse: non è un caso, quindi, se a St. Louis, come in tutti gli Stati Uniti, uno dei principali canali di sostegno finanziario alla cultura è quello dei contributi dei privati cittadini.

1.2.2 DENVER

Un altro esempio riguarda **Denver**, nel Colorado, famosa per gli sport invernali come lo sci e per quelli agonistici come il basket, l'hockey, il baseball o il football. Eppure, grazie ad una precisa politica pubblica e ad una successiva strategia di sviluppo, ciò che attrae di più i turisti oggi non è né la pratica sportiva né la grande partita allo stadio ma la cultura. A partire dalla fine degli anni Ottanta, infatti, la città inizia a sviluppare una nuova strategia di sviluppo locale che, originariamente innescata dalla difficoltà di far fronte ai problemi di bilancio delle maggiori istituzioni culturali locali a causa della mancanza di disponibili di fondi, porta Denver ad essere in grado di reperire ogni anno notevoli risorse economiche per finanziare iniziative culturali. Il progetto strategico di promozione culturale coinvolge istituzioni pubbliche e società private, stabilendo un dialogo stretto con la comunità locale che è parte attiva nella definizione della politica culturale della città.

La misura del fenomeno è data dagli studi sull'attività economica dell'area metropolitana di Denver pubblicati ogni due anni dal *Colorado Business Committee for the Arts (CBCA)*, un'organizzazione *no-profit* di cui sono membri importanti aziende che hanno un impegno filantropico nelle arti, nelle scienze e nella cultura. I dati relativi al 2009 rivelano, infatti, che a fronte di un monte annuale di 7,5 milioni di frequentatori degli impianti sciistici e di 5,3 milioni di spettatori degli eventi sportivi, il pubblico degli eventi culturali è pari a 11,2 milioni (più del doppio della popolazione dello stato del Colorado).

L'attività economica totale relativa al settore culturale dell'intera area metropolitana è di 1,46 miliardi di dollari, di cui 633 milioni di spesa nel settore culturale e 823 milioni di spesa in attività collaterali come alberghi, ristoranti ed altro. L'impatto economico corrispondente è di 387 milioni, di cui ben 283 milioni di dollari relativi al turismo culturale. I contributi totali dati alla cultura sono di 160,4 milioni di dollari. I redditi delle organizzazioni culturali sono dovuti per metà alla vendita diretta di beni e servizi (inclusi i

biglietti di ingresso) e per l'altra metà ai contributi pubblici e privati (di enti governativi, fondazioni, imprese e cittadini). Tali organizzazioni impiegano complessivamente oltre 8 mila e 700 persone, rappresentando così il sesto datore di lavoro non governativo dell'area metropolitana. Il numero dei volontari coinvolti supera, invece, le 42 mila unità per un totale di circa 2 milione di ore di attività. Le presenze totali ad eventi artistici e culturali sono pari a 11,2 milioni di visite, di cui 4 milioni di visite paganti, 2 milioni di visite a tariffa ridotta e 5,1 milioni di visite gratuite. Il numero totale di visite equivale ad una media di quattro per ciascun residente delle sette contee nel 2009 e dimostra che le arti e la cultura continuano ad essere importanti per i cittadini dell'area metropolitana anche durante la recessione. Ed infatti, 760 mila persone, pari a circa il 27% dei residenti dell'intera area metropolitana – e comunque più della popolazione totale di Denver – partecipano ad eventi a carattere culturale mentre oltre 4,17 milioni di studenti delle scuole dell'obbligo prendono parte a programmi ed eventi culturali, il che equivale a nove partecipazioni per studente dell'area metropolitana (fonte: CBCA, 2010).

La scena artistica e culturale di Denver è, dunque, molto fiorente: dal *Denver Center for the Performing Arts* con le sue dieci sale in cui vengono rappresentate opere teatrali classiche e contemporanee, oltre a *musical* di Broadway, al *Denver Art Museum* con le sue straordinarie mostre, compresa la più grande collezione al mondo di arte Western. Tra le altre attrazioni culturali il *Denver Museum of Nature & Science* con il suo schermo 3D, il planetario e migliaia di tesori naturali e, adiacente al museo, lo *Zoo di Denver*, che ospita 4 mila animali, in rappresentanza di più di 750 specie da tutto il mondo, oltre ai *Denver Botanic Gardens*, organizzati in lussureggianti sezioni tematiche di piante e fiori esotici e locali.

Un ruolo assolutamente decisivo nello sviluppo di Denver come distretto culturale è stato svolto dallo *Scientific Cultural Facilities District (SCFD)*, un'agenzia pubblica istituita nel 1988 per offrire un sostegno finanziario alle organizzazioni scientifiche e culturali che provvedono alla crescita intellettuale e all'intrattenimento del pubblico attraverso la conservazione, la produzione, la presentazione e la promozione dell'arte, della musica, del teatro, della danza, della zoologia, della botanica, della storia naturale e della storia culturale.

L'agenzia si fonda su un meccanismo di finanziamento molto interessante che prevede che, per ogni 10 dollari di fatturato prodotto nelle contee che appartengono all'area

metropolitana di Denver, un centesimo è destinato allo SCFD. Nel corso di 20 anni l'agenzia ha potuto, così, disporre di una notevole quantità di fondi (più di 628 milioni di dollari) che ha portato ad uno straordinario sviluppo dell'industria culturale nell'area metropolitana. Nel suo primo anno di attività, il 1989, lo SCFD aveva distribuito fondi per 14 milioni di dollari a 154 organizzazioni mentre nel 2009 ha distribuito fondi per 37 milioni di dollari a 309 organizzazioni. Il livello di impiego nel settore culturale nello stesso periodo di riferimento è aumentato del 188% mentre i volontari sono aumentati del 212%. Il numero di visite ad eventi culturali è aumentato dell'80%. La frequenza a corsi culturali è passata da 30 mila a 1 milione di unità. Lo SCFD spende solo lo 0,75% delle sue risorse per i costi amministrativi e destina il restante 99,25% alle organizzazioni scientifiche e culturali che vengono sottoposte a controlli rigorosissimi e devono documentare con estrema accuratezza l'uso dei fondi ricevuti. Il costo del programma per ciascun contribuente è pari a soli circa 15 dollari (fonte: SCFD, 2009).

1.2.3 LINZ

Tra le esperienze europee una è quella di **Linz**, cittadina dell'Austria situata sul Danubio, un tempo nota soltanto come il polo siderurgico austriaco. "Linz cambia" è lo slogan eloquente di una città che ha risposto alla crisi economica e sociale degli anni Sessanta e Settanta riorientando parte della sua economia intorno a settori produttivi ad alto contenuto di conoscenza e di tecnologia e si connota oggi per un intreccio molto forte tra le nuove tecnologie e l'arte e la cultura. Capitale Europea della Cultura nel 2009, Linz è diventata, dopo Vienna e Salisburgo, il terzo polo culturale dell'Austria ed, in particolare, il più importante centro nazionale – ed uno tra i più importanti al mondo – nel campo della multimedialità e delle nuove tecnologie applicate alla cultura (Sacco *et al.*, 2008).

Il fattore che ha innescato il cambiamento è stato *Ars Electronica*, uno dei più importanti *festival* mondiali dedicati alla multimedialità. La sua prima edizione risale al 1979 e si inseriva all'interno della programmazione del *Festival Bruckneriano* (dedicato alla musica del grande compositore austriaco Anton Bruckner), in occasione della quale si registrava una delle prime applicazioni creative della tecnologia digitale in ambito musicale, con ben 100 mila persone accalate sulle rive del Danubio per assistere all'evento all'aperto.

Già nel 1977 la mostra *Forum Metall*, che esponeva oggetti di metallo e plastica dal *design* innovativo, aveva avuto un notevole impatto sulla percezione del contesto locale circa le potenzialità offerte da un più stretto dialogo tra arte e cultura industriale. L'evento decisivo si era tenuto poi l'anno successivo con una importante *performance* di musica elettronica, che aveva avuto a sua volta un forte impatto sulla scena culturale locale.

Il contesto era, quindi, maturo per la fondazione di *Ars Electronica*, un festival di rilevanza internazionale dalle caratteristiche uniche, che nei primi anni si concentrava soprattutto sulla sperimentazione delle nuove possibilità tecnologiche, assumendo invece una maggiore attenzione per la dimensione contenutistica e per la qualità artistica dei progetti a partire dall'edizione del 1987 in cui nasce il *Prix Ars Electronica*, un riconoscimento di portata internazionale che fa della città di Linz uno dei punti di riferimento più importanti nel campo della *computer art*.

Visto il successo del *festival*, nel 1992 la municipalità decide di dare avvio al progetto di costruzione di un centro stabile per ospitare le attività di *Ars Electronica*, il *Museum of the Future* inaugurato nel 1996. L'*Ars Electronica Center* è un museo interattivo e multimediale all'avanguardia che utilizza i nuovi *media* in modo innovativo. Questo universo tematico dedicato all'interattività esplora i numerosi tipi di giochi delle più avanzate tecnologie e l'arte multimediale interattiva, portando alla ribalta anche quei settori che oggi stanno maturando la più grande ed insieme la più contrastata svolta innovativa: le cosiddette 'scienze della vita' come la robotica, la biotecnologia e le neuroscienze. Oggi il centro è uno degli spazi culturali più visitati dell'Austria ed un punto di riferimento per la vita culturale della città, svolgendo anche un'intensa attività didattica per le scuole di tutto il Paese ed ospitando all'ultimo piano uno spazio polivalente che, anche al di fuori degli orari di apertura del centro, offre eventi culturali e spettacoli fino a tarda notte.

All'interno di *Ars Electronica* si è poi sviluppato il *FutureLab*, un centro di ricerca e produzione, un tempo dedicato esclusivamente alla soluzione di problemi tecnici connessi alle produzioni multimediali del *festival* e del centro, ma oggi sempre più impegnato nella progettazione di ambienti virtuali per committenti esterni. Il *FutureLab* si è, infatti, praticamente trasformato in un laboratorio di ricerca e sviluppo sulla multimedialità, che realizzando progetti in sinergia con l'università e con i centri di ricerca locali, serve l'intero comparto industriale del sistema locale che fa uso di applicazioni, avanzate ed innovative, di tecnologie multimediali.

Nel caso di Linz, dunque, un'iniziativa di eccellenza come *Ars Electronica* ha fatto da catalizzatore del processo di ridefinizione della specializzazione produttiva della città, riuscendo a creare una rete di qualità a livello globale e ad attirare periodicamente in città i più influenti ed innovativi ricercatori ed artisti nel campo delle nuove tecnologie multimediali. La regolarità con cui il *festival* si è svolto negli anni ha poi permesso di realizzare un radicamento nel sistema locale di molti degli esperti contattati, che tornano frequentemente in città e spesso vi passano periodi relativamente lunghi per realizzarvi i propri progetti.

A partire dal 2000, con l'approvazione del Piano di Sviluppo Culturale, la città ridefinisce 'ufficialmente' il proprio modello di specializzazione produttiva e ne fa una priorità assoluta della politica di sviluppo locale. L'identità della città viene, quindi, definita in termini di combinazione tra capacità produttive, tecnologie all'avanguardia e cultura, ed il fattore cruciale per il suo sviluppo viene individuato nella possibilità di sviluppare il potenziale artistico e culturale del sistema locale. Viene, quindi, promossa la costruzione di nuove infrastrutture per la cultura come: il museo d'arte moderna *Lentos*, il teatro musicale *Brucknerhaus* ed il centro d'arte contemporanea *OK Offenes Kulturhaus Oberösterreich*.

Il museo *Lentos*, con circa 8 mila mq di spazio utilizzabile, figura tra i musei d'arte moderna più importanti dell'Austria, con quasi 1.500 opere di pittura, scultura ed oggetti d'arte, circa 10 mila opere su carta e 1.200 esempi di fotografia artistica. Le collezioni comprendono pitture di importanti artisti presentate nella mostra permanente insieme ad opere di altri artisti che si avvicendano nelle mostre temporanee, offrendo un ampio panorama dell'arte moderna dal XIX al XXI secolo. A soli 200 metri dal *Lentos* è situata la *Brucknerhaus*, la più importante sala concerti di Linz che, sede della *Bruckner Orchester*, è usata per concerti, balletti ed altri eventi. Tra il *Lentos* e la *Brucknerhaus*, il *Donaulände*, anche detto 'miglio della cultura', ospita un parco usato principalmente dai giovani per rilassarsi, ed in estate per l'*Ars Electronica Fest* ed il *Linz Fest*.

Il centro d'arte contemporanea *OK Offenes Kulturhaus Oberösterreich* è, invece, un luogo di produzione ed esposizione di arte contemporanea che accompagna i lavori artistici dall'idea, attraverso la realizzazione, fino alla mostra. Il programma della scuola si concentra su progetti individuali e di gruppo di giovani artisti, occupandosi molto spesso di temi relativi alla società attuale. Simposi, presentazioni didattiche e programmi di musica completano la gamma offerta dal centro.

In città operano anche un numero impressionante di istituzioni culturali private, con una forte e comprensibile propensione verso le nuove tecnologie, spesso sostenute da contributi pubblici e da contributi in natura sotto forma di spazi e di attrezzatura di lavoro. I criteri di finanziamento sono connessi esclusivamente a caratteristiche di innovatività, originalità, uguaglianza di opportunità di accesso, sostegno all'iniziativa femminile, creazione di opportunità a lungo termine per lo sviluppo del talento giovanile, protezione della diversità culturale, salvaguardia del patrimonio storico e delle attività tradizionali di alto profilo culturale.

Nella visione del piano di sviluppo l'integrazione e la cooperazione tra il comparto artistico-culturale e quello scientifico-tecnologico e la riconversione a destinazioni d'uso culturali di spazi produttivi dismessi sono le priorità assolute e la premessa per una politica di orientamento all'innovazione dell'intero sistema locale. Questo comporta uno sviluppo sempre maggiore di *Ars Electronica* ed una presenza della sua attività anche in altri spazi e contesti culturali cittadini, ma anche la creazione, all'interno dell'Università di Linz, di un *Istituto per la Media Art e per le Professioni Media* che consente la realizzazione di ulteriori sinergie con il polo produttivo locale della meccatronica e lo svolgimento di una sistematica attività di cooperazione e di coordinamento organizzativo e progettuale tra tutte le principali istituzioni culturali della città.

Un ulteriore aspetto di grande interesse è la trasformazione del *focus* della politica culturale da 'cultura per tutti' a 'cultura di tutti', con una crescente attenzione per la capacità di espressione e di partecipazione ad iniziative culturali altamente qualificate da parte dell'intera comunità locale. I progetti che promuovono questo tipo di dinamiche ricevono un sostegno economico preferenziale, oltre ad essere un tema dominante delle iniziative culturali promosse direttamente dal settore pubblico. Allo stesso tempo si opera una massiccia semplificazione del trattamento fiscale delle organizzazioni e degli eventi culturali nonché delle procedure amministrative legate all'autorizzazione e gestione degli eventi culturali negli spazi pubblici, con particolare attenzione per quelli che coinvolgono la comunità locale in modi insoliti e sperimentali.

1.2.4 VALENCIA

Un altro esempio europeo è quello di Valencia, un tempo una città piuttosto comune e provinciale della Spagna, che ha recentemente subito uno dei processi di rinnovamento urbano più ambiziosi e di ampio respiro a livello europeo, trasformando la città – ed in una certa misura tutta la regione circostante – in un fiorente centro culturale e turistico internazionale, in competizione con la vicina Barcellona. I due grandi progetti su scala urbana che hanno dato avvio a tutto il processo, promuovendo un nuovo sviluppo economico e sociale dell'area e modificando la percezione e l'uso del territorio sia da parte della popolazione che dei turisti, sono stati: il *Plan de Rehabilitacion Integral de Valencia (Plan RIVA)* e la *City of Art and Science* all'interno del nuovo parco urbano dei *Jardins del Turia* (Sacco *et al.*, 2008).

Il centro storico della città, uno dei più importanti d'Europa in termini di dimensione (147 ettari) e di patrimonio culturale, costituisce oggi il 3,67% dell'intera area urbana ma all'inizio del XX secolo ne costituiva ben il 32,21%, rappresentando la parte più popolosa e dinamica della città. Nel 1957, un disastroso allagamento, dovuto al fiume Turia, crea danni strutturali agli edifici ed alle infrastrutture urbane, con un impatto enorme sul tessuto sociale ed economico di tutta la città vecchia. Nell'ultimo quarto del XX secolo, infatti, in conseguenza delle inondazioni del Turia, la popolazione scende da 56 mila abitanti nel 1970 a 24 mila nel 1996 ed il centro della città soffre di un abbandono di massa, della chiusura delle attività economiche e dei conflitti sociali tra i residenti locali e del resto della città.

Nel 1992, quindi, l'amministrazione regionale, la *Generalitat Valenciana*, ed il comune di Valencia promuovono la creazione di un'agenzia speciale, l'*Oficina de Rehabilitacion Urbana*, con l'obiettivo di definire una nuova strategia per il rinnovamento del centro storico della città: il *Plan Riva*. Il piano presenta caratteristiche innovative, non concentrando l'attenzione solo sulle infrastrutture fisiche (il restauro di edifici, la creazione di nuovi impianti, ecc.) ma studiando anche azioni ed approcci innovativi nel campo economico, sociale e culturale. Gli obiettivi generali del piano sono di:

- mantenere la popolazione residente ed attrarre nuovi residenti, mirando ad un ambiente urbano socialmente e culturalmente diverso;
- migliorare la dotazione infrastrutturale del territorio e rivitalizzare l'economia locale;

- favorire la partecipazione diretta al processo di rinnovamento, seguendo un approccio partecipativo incentrato su una stretta consultazione con gli attori locali;
- promuovere partenariati tra pubblico e privato per la sostenibilità delle azioni di rinnovamento urbano.

Il progetto punta l'attenzione su tre quartieri (*barrios*) del centro storico (*Velleuters, Carmen e Mercat*), che presentano sostanziali criticità sociali, con immaginabili ricadute economiche ed ambientali. Il piano è finanziato dalla *Generalitat* e dall'amministrazione comunale e beneficia anche dei fondi europei URBAN 1 e FEDER. I due obiettivi più importanti sono di:

- favorire l'azione politica indiretta finanziando e sostenendo per quanto possibile l'iniziativa privata, piuttosto che monopolizzando gli interventi pubblici,
- creare il contesto per una nuova logica sociale di uso dello spazio attraverso il ripristino e la ristrutturazione delle infrastrutture esistenti e la nuova apertura di spazi sociali e comunitari, di strutture educativo-culturali e di aree di svago.

I risultati del progetto realizzati tra il 1992 ed il 2003 sono impressionanti: 1.825 nuovi progetti privati di ripristino, 7.300 appartamenti recuperati con fondi pubblici, 68 nuovi spazi dedicati ad attività private, 7 nuove strutture culturali ed educative, 125 milioni di euro di investimenti privati sostenuti da 50 milioni di euro di aiuti finanziari istituzionali, 30 mila cittadini coinvolti nei progetti, 118 mila mq di spazio pubblico riurbanizzato; 335 nuovi alloggi pubblici. Oggi la città vecchia è integralmente ripristinata ed è una delle parti più fiorenti ed accattivanti dell'intera area metropolitana (Sacco *et al*, 2008).

Un altro grande progetto, conseguente anch'esso alle inondazioni del fiume Turia del 1957, riguarda la decisione del comune di Valencia di modificare il percorso del letto del fiume, creandone uno nuovo che non attraversa più il centro della città, come in origine. Nel 1986 120 ettari dei vecchi ed ormai asciutti 10 km del letto del fiume vengono, dunque, riprogettati dall'architetto catalano Ricardo Bofill per diventare i *Jardins del Turia*, un parco urbano straordinariamente innovativo che allude al concetto di giardino moresco, facendo così riferimento diretto ad un periodo importante della storia della città. La cintura verde è divisa in dodici sezioni, le prime sei delle quali sono principalmente dedicate ad attività sportive all'aria aperta, mentre le seconde sei sono costellate da importanti strutture culturali.

A partire da questo successo iniziale, nel 1988 la *Generalitat* e l'amministrazione comunale di Valencia lanciano il *General Urban Organization Plan* (GUOP), un piano di ampio respiro strategico per il ridisegno dell'intero *layout* della città, bandendo un concorso internazionale per la costruzione della nuova torre di comunicazione della città, da collocare da qualche parte lungo la nuova cintura verde. Il concorso viene vinto nel 1991 dall'ingegnere-architetto valenziano, ma di fama internazionale, Santiago Calatrava, che viene anche incaricato della progettazione di un nuovo ed estremamente ambizioso complesso di strutture per la cultura ed il tempo libero, la *City of Art and Science*, da situare proprio nel segmento finale dei *Jardins del Turia*, in un'area degradata da decenni a causa della presenza di attività industriali altamente inquinanti e che all'inizio del progetto è, essenzialmente, un deserto urbano.

A partire dal 1998 un numero impressionante di strutture culturali, per un investimento complessivo stimato intorno ai 3 miliardi di euro, vengono aperte una dopo l'altra: l'*Emisfèric*, con il *Planetarium*, il *Laserium* ed un cinema IMAX, oltre ad una sala conferenze universitaria dedicata ai corsi di astrofisica; il *Principe Felipe Science Museum*, un impianto di 40 mila mq, progettato secondo *standard* museali del XXI secolo, in termini di interattività e coinvolgimento del pubblico; l'*Humbracle*, un giardino di sculture impressionanti; l'*Oceanogràfic*, un parco marino con una superficie di 80 mila mq; il *Palau de les Arts*, un complesso multi-auditorium di 43 mila mq che ospita sia concerti che attività didattiche. L'intero centro, diretto da una speciale azienda, la *Ciudad de las Artes y las Ciencia S.A.*, creata dalla *Generalitat* per gestire sia il complesso che le sue attività, è visitato da più di 4 milioni di persone ogni anno.

Parallelamente allo sviluppo del complesso, circa 5 mila nuove residenze vengono costruite nei dintorni, trasformando uno dei punti più critici ed emarginati di tutto il territorio metropolitano in una delle zone residenziali preferite della città, ben collegata al centro attraverso un sistema di trasporto pubblico sotterraneo.

La visione che sta dietro il GUOP è quella di fare di Valencia una città verde ed europea, con un elevato livello di integrazione sociale e di vitalità culturale, ed i suoi tre assi strategici principali sono: lo sviluppo culturale, lo sviluppo scientifico-tecnologico e la sostenibilità ambientale.

Il risultato è che oggi Valencia è una capitale culturale e scientifica, oltre che uno dei luoghi residenziali preferiti a livello internazionale. Allo stesso tempo la città si qualifica come una grande meta turistica ospitando importanti eventi come le Finali dell'*American's Cup* nel

2009 e del 2010 e, a partire dal 2008, le gare di Formula 1, costituendo il secondo circuito urbano dopo Montecarlo.

1.2.5 LA RUHR

Infine, tra le altre esperienze europee, una molto significativa ed originale è quella dell'*Emscher Landscape Park*, nella regione della **Ruhr** in Germania, che consiste nella riconversione di un'area di oltre 300 kmq, distribuita lungo il territorio fluviale dell'Emscher, da area industriale in abbandono a centro turistico e di promozione culturale. Il distretto minerario e siderurgico della Ruhr rappresentava il cuore industriale dell'Europa del secolo scorso. Tra il 1960 ed il 1980, però, una profonda crisi economica dovuta all'innovazione nei modi della produzione industriale ed alla progressiva dismissione degli impianti minerari stava provocando il declino della popolazione. La condizione sociale, storicamente segnata dai conflitti di classe e dall'immigrazione, era appesantita dai livelli di disoccupazione più alti della Germania occidentale.

Nel 1989 il *Land*, il governo regionale della North Rhine-Westphalia, decide di dare vita ad una radicale trasformazione dell'area dell'Emscher con l'obiettivo principale di realizzare un parco naturalistico e paesaggistico in un ambiente caratterizzato da enormi fabbriche e miniere dismesse, colline di scorie industriali, grandi arterie ferroviarie e stradali, fiumi trasformati in canali fognari a cielo aperto, elevati livelli di inquinamento atmosferico e sviluppo urbanistico disordinato. Il *Land* approva, quindi, il programma decennale dell'*IBA Emscher Park* e ne stabilisce gli obiettivi generali che riguardano sviluppo urbano e misure sociali, culturali ed ecologiche come basi per la trasformazione economica della vecchia regione industriale della Ruhr.

La regia dell'intervento complessivo è affidata alla *IBA Emscher Park*, una società consociata a responsabilità limitata di proprietà della Regione North Rhine-Westphalia, che viene incaricata della ricostruzione del paesaggio dell'Emscher. L'*IBA Emscher Park* ha uno staff di trenta persone ed è affiancata da un comitato scientifico di diciotto membri per le consulenze di settore e la supervisione del lavoro di pianificazione dell'esposizione internazionale di architettura. Il Parco dell'Emscher diviene, infatti, il tema di un'esposizione internazionale di opere di architettura, l'*Internationale Bauausstellung*

Emscher Park, a cui i consigli delle diciassette comunità locali della regione aderiscono fin dall'inizio, essendo un meccanismo che ha una grande tradizione in Germania.

L'IBA non ha potere giuridico-legale né costituisce un'autorità per la pianificazione, ma si configura, piuttosto, come un'agenzia di consulenza con lo scopo di realizzare una progettazione concertata e partecipata con i numerosi gruppi sociali, ambientalisti ed imprenditoriali presenti nell'area. In questo processo di cambiamento strutturale l'IBA coopera, quindi, su larga base con diversi soggetti come autorità di governo locale, industrie, associazioni, gruppi sociali, professionisti e gente comune. In questo quadro complesso la società svolge il ruolo di moderatore e spesso di incubatore dei progetti ma la responsabilità dei singoli interventi resta in ogni caso ai 'titolari' dei contratti, spesso le autorità locali ma anche le imprese ed i soggetti privati.

Per realizzare gli interventi per l'IBA *Emscher Park* non vengono utilizzate fonti di finanziamento straordinarie. Le azioni di pianificazione sono, invece, finanziate da programmi di aiuto alla North Rhine-Westphalia già esistenti, combinati a fondi strutturali statali e comunitari. Gli interventi ricevono sostegno finanziario da un totale di trentasei programmi statali di aiuti economici che includono i programmi ordinari per il rinnovo urbano, gli aiuti alle imprese ed alla residenza, ma anche quelli per la formazione, l'ambiente ed i campi minerari. Durante la fase IBA vengono investiti nella regione 5 miliardi di marchi, di cui circa due terzi provengono da fonti di finanziamento pubblico ed un terzo da investimenti privati.

Il programma di riqualificazione del paesaggio della Ruhr promosso dall'IBA dal 1989 al 1999 si fonda su sette obiettivi specifici:

- la ricostruzione del paesaggio dell'Emscher;
- il riassetto idrogeologico del sistema fluviale dell'Emscher;
- il recupero del Rhei-Herne-Kanal come spazio ricreativo;
- il recupero dell'archeologia industriale come testimonianza storica;
- nuovi posti di lavoro nel parco;
- nuovi spazi abitativi e forme innovative dell'abitare;
- la promozione di attività sociali, culturali e sportive.

Le procedure di selezione degli interventi nell'*Emscher Park* sono basate su un sistema concorsuale che valuta, essenzialmente, la qualità estetica, ecologica ed ambientale e la fattibilità concreta dei progetti presentati. Nei dieci anni di fase IBA vengono, così, realizzati oltre 120 progetti ecologici (fonte: <http://www.iba.nrw.de/main.htm>).

Gli interventi riguardano la creazione di un sistema di parchi di varie tipologie (culturali, naturali, paesaggistici, ricreativi, ecc.) collegati da una rete ciclopedonale ad altre aree con attrezzature per lo sport e per il tempo libero. La natura è, comunque, la vera protagonista con diversi tipi di piante ed animali che popolano le aree del parco. Uno di questi parchi è, ad esempio, il *Duisburg Park*, che sorge su un'area di 2 milioni di mq delle ex acciaierie Meiderich della società Thyssen. Qui il vecchio stabilimento, illuminato di sera da luci colorate, viene trasformato in uno scenario di forte suggestione, utilizzato come palcoscenico da studi televisivi e fotografici, gruppi musicali e teatrali. Il riuso delle acciaierie è estremamente originale, con itinerari panoramici che consentono di accedere agli altiforni (85 m di altezza), alcune pareti degli impianti che sono trasformate in palestre per *free-climbing* ed i gasometri che diventano piscine per scuole di *sub*.

Il programma prevede anche un censimento dei complessi industriali, al fine di inserirli in un piano di restauro conservativo e di nuove destinazioni d'uso. Abatterli avrebbe, infatti, comportato un consistente onere finanziario ed una perdita di identità culturale del paesaggio, per cui altiforni, sale macchine e depositi per lo stoccaggio dei minerali grezzi vengono censiti ed avviati ad un recupero parziale o totale. La loro intrinseca monumentalità è, quindi, valorizzata da progetti che creano moderne cattedrali post-industriali, adatte ad ospitare eventi artistici e culturali, oltre che nuove attività economiche e produttive. È il caso del *Gasometro di Oberhausen*, uno dei simboli monumentali dell'archeologia industriale della Ruhr. Questo imponente edificio di 117 m di altezza per 68 m di diametro dispone di un ascensore che permette di raggiungerne la sommità dalla quale si gode di un panorama molto suggestivo del bacino fluviale dell'Emscher. La gestione è a carico del centro commerciale adiacente, che in base ad una convenzione, dal 1994 organizza iniziative culturali aperte al pubblico, come esposizioni e spettacoli.

Tra gli interventi c'è anche il recupero di antichi complessi di abitazioni popolari e la realizzazione di nuovi quartieri residenziali. I nuovi insediamenti comprendono alcuni ottimi esempi di bioarchitettura e di progettazione partecipata con gli abitanti. Un caso esemplare è dato dal *quartiere residenziale di Gelsenkirchen*, realizzato sull'area degli ex stabilimenti Kupperbusch. L'insediamento, il cui progetto è frutto di un concorso che ha coinvolto gli abitanti, si caratterizza per l'ottima qualità architettonica, urbanistica ed ambientale: bassa densità edilizia, forte presenza di verde diffuso, separazione tra percorsi

pedonali ed automobilistici, applicazione di sistemi tecnologici innovativi per il risparmio energetico e per la salvaguardia dell'ambiente.

L'innovazione dell'*Emscher Landscape Park* consiste, quindi, non nell'attivazione di politiche economiche *ad hoc*, ma nella creazione delle condizioni territoriali favorevoli per nuovi investimenti mediante la costruzione di un ambiente capace di competere sui mercati degli investitori con la qualità dello spazio, degli edifici, delle funzioni e dell'offerta culturale, tesa alla valorizzazione degli elementi di pregio che hanno fatto la storia della regione. Terminata la fase di rivitalizzazione territoriale, che ha portato ad avere un ambiente di qualità ma anche una nuova immagine della Ruhr da 'vendere' all'esterno, l'obiettivo è quello di realizzare un processo di rivitalizzazione economica mettendo circa 800 mila ettari a disposizione degli investitori.

Nel frattempo, non si può certo dire che l'*Emscher Park* non sia un successo con la Ruhr trasformata da caposaldo dell'industria pesante a Capitale Europea della Cultura nel 2010. Oggi, infatti, la regione presenta 3 mila e 500 monumenti industriali, 200 musei, 120 teatri, 100 centri culturali, 100 sale da concerto e due teatri musicali che ogni anno attirano da tutta la Germania e dal resto dell'Europa milioni di visitatori che vogliono conoscere i progetti IBA e partecipare ai numerosissimi eventi in programma (fonte: <http://www.ruhr-tourismus.de>).

2 I DISTRETTI CULTURALI IN SICILIA

La Sicilia è tra le prime regioni in Italia a muoversi nella direzione dei distretti culturali, producendo studi e ricerche sull'ipotesi di distrettualizzazione culturale dell'intera regione (v. Carta, 2003) e realizzando iniziative concrete di costituzione di distretti culturali, mediante anche la partecipazione al "Progetto Sviluppo Sud per la realizzazione di distretti culturali", un progetto delle fondazioni di origine bancaria per il sostegno di iniziative culturali nel Mezzogiorno.

Il lavoro di ricerca è, dunque, proseguito con l'approfondimento del tema dei distretti culturali nella dimensione regionale siciliana dove, da alcuni anni, sono state sviluppate diverse iniziative nella direzione della costituzione di distretti culturali in cui la cultura ed il turismo sono visti come motore per lo sviluppo economico e sociale dei territori.

2.1 ANALISI DEI DISTRETTI

In Sicilia i distretti culturali possono rappresentare contenitori di patrimoni, tradizioni e competenze, spesso dimenticati, ma in realtà capaci di fare da volano per lo sviluppo locale, purché facciano evolvere gli attrattori culturali dei loro territori in un sistema di offerta integrato fra le risorse culturali, le infrastrutture che ne garantiscono la fruibilità e gli enti e le organizzazioni che erogano i servizi turistici e culturali, in modo da attrarre e trattenere la domanda turistica.

Di seguito si offre, quindi, un'analisi dei distretti culturali siciliani, in termini, non solo – e non tanto – di attori, risorse e progetti, ma anche – e soprattutto – di azioni compiute e ancora da compiere. L'analisi è stata effettuata attraverso la raccolta e l'esame di informazioni e dati, reperiti tramite fonti istituzionali, fonti bibliografiche, stampa locale, *internet* e contatti con i conoscitori delle singole realtà distrettuali. Il risultato è stato la realizzazione, per la prima volta, di un quadro conoscitivo aggiornato sui distretti culturali sorti in questi anni in Sicilia.

2.1.1 NASCITA E SVILUPPO

Alla fine del 2003 l'Associazione delle Casse di Risparmio Italiane (ACRI) dà avvio alla prima edizione del "Progetto Sviluppo Sud", finalizzato a favorire il riequilibrio della destinazione delle risorse erogate dalle fondazioni bancarie sul territorio nazionale, pubblicando dei bandi per la creazione ed il finanziamento di distretti culturali nelle regioni del meridione d'Italia che mirano a promuovere processi di distrettualizzazione culturale, finanziando quegli interventi, sia di soggetti pubblici che privati, che intendono attuare interventi coerenti con la formazione di distretti culturali.

All'inizio del 2005, mentre i progetti finanziati con la prima edizione di Sviluppo Sud entrano nella loro fase di realizzazione, l'ACRI dà avvio alla seconda edizione del progetto a cui aderiscono ben 51 Fondazioni, per un totale di 26,5 milioni di euro. Gli ambiti territoriali di destinazione dei bandi sono, come nella precedente edizione, le regioni meridionali. Per quanto riguarda i settori di intervento, l'individuazione è demandata alle Fondazioni delle singole regioni che possono riprendere la tematica dei distretti culturali, scelta nella prima edizione del progetto, sviluppandone localmente anche profili che favoriscano ricadute su altri settori di intervento, oppure individuare un nuovo settore di intervento, che meglio risponda ai fabbisogni del territorio regionale.

All'interno del più generale Progetto Sviluppo Sud realizzato dall'ACRI a livello nazionale, la Sicilia gode quindi di due bandi di concorso per la creazione di distretti culturali: uno nell'ottobre del 2003 (Allegato 1) e l'altro nell'ottobre del 2005 (Allegato 2). Le risorse disponibili sono rispettivamente di 4 milioni e 145 mila euro e di 3 milioni e 500 mila euro ed i fondi sono assicurati dalla Fondazione Cariplo e dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Genova e Imperia, che finanziano i progetti con l'obiettivo di creare le condizioni per uno sviluppo economico-territoriale, basato sulla valorizzazione del patrimonio culturale in connessione con le altre filiere produttive. I finanziamenti sono, quindi, destinati a sostenere iniziative progettuali, presentate da organismi *no-profit* pubblici e privati, finalizzate alla creazione ed alla promozione di distretti culturali per lo sviluppo economico dei territori siciliani mediante la valorizzazione del loro patrimonio artistico, culturale ed ambientale.

Per conto della Fondazione Cariplo⁴, il Consorzio Civita⁵, attivo nel corso di questi anni nel campo della progettazione integrata del territorio e della valorizzazione dei relativi *capital asset*, elabora alcuni dei progetti per la costituzione di distretti culturali in Sicilia, forte dell'esperienza acquisita con la realizzazione di diversi progetti innovativi incentrati sulla valorizzazione del patrimonio culturale ed ambientale per lo sviluppo economico locale.

Dopo il distretto culturale del "Sud-Est" nella Val di Noto, primo esempio di distretto culturale in Sicilia, grazie alla Fondazione Cariplo ed al Consorzio Civita vengono, quindi, finanziati, nel 2003, la prima parte del distretto dell'"Alto Belice Corleonese" (1 milione e 200 mila euro) e, nel 2005, i distretti di "Taormina Etna" (640 mila euro), delle "Madonie" (200 mila euro), del "Val di Mazara" (400 mila euro), dell'"Alto Belice Corleonese" (750 mila euro), delle "Terre Federiciane" (600 mila euro), di "Palermo" (500 mila euro), di "Catania" (270 mila euro) e di "Cefalù". (140 mila euro), che però ha poi respinto il finanziamento abbandonando il progetto (fonte: ACRI e Cariplo).

Diverso è il caso del distretto socio-culturale di "Selinunte", il più giovane dei distretti siciliani che, nato nel 2009, sta prendendo forma autonomamente su iniziativa di comuni ed associazioni, che sentendo l'esigenza di creare una diversa matrice di organizzazione territoriale basata sulla valorizzazione dei *milieu* locali, da tre anni stanno portando avanti un progetto di distrettualizzazione culturale.

⁴ La Fondazione Cariplo sostiene le organizzazioni supportando iniziative volte alla promozione del tessuto sociale, culturale ed economico del Paese mediante l'assegnazione di contributi a progetti inerenti quattro settori: ambiente, arte e cultura, ricerca scientifica e trasferimento tecnologico, servizi alla persona.

⁵ Il Consorzio Civita, costituito nel 1990 e fondato da un gruppo di economisti italiani, riunisce enti di ricerca (come il CNR, l'ENEA, e l'Università) ed imprese ad alta tecnologia (come l'Enel e l'IBM) per la promozione di interventi innovativi in campo culturale ed ambientale. Nel tempo ha acquisito una vasta esperienza nell'ambito della progettazione di servizi per la cultura, il turismo e lo sviluppo sostenibile del territorio.

2.1.2 INDIVIDUAZIONE E MAPPATURA

Nelle tabelle che seguono vengono riportati i distretti culturali sorti in Sicilia. Per ogni distretto, oltre alla denominazione, sono stati indicati: i comuni appartenenti e la relativa provincia in cui ricadono, nonché la popolazione (fonte: ISTAT, 2009a), la superficie territoriale (in kmq) e la densità territoriale (in ab/kmq), per ciascun comune e complessiva (cfr. Tabelle 2-10).

Tabella 2 - Distretto culturale del Sud-Est

COMUNI	PROV	POPOLAZIONE	SUPERFICIE	DENSITA'
CALTAGIRONE	CT	39.504	383	103
CATANIA	CT	296.469	181	1.639
MILITELLO IN VAL DI CATANIA	CT	7.965	62	128
MODICA	RG	54.721	291	188
NOTO	SR	23.766	551	43
PALAZZOLO ACREIDE	SR	9.084	86	105
RAGUSA	RG	72.755	442	164
SCICLI	RG	26.202	138	191
SIRACUSA	SR	124.083	204	608
TOTALE		654.549	2.338	352

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati ISTAT (2008)

Tabella 3 - Distretto culturale Taormina Etna

COMUNI	PROV	POPOLAZIONE	SUPERFICIE	DENSITA'
ACI CATENA	CT	28.695	8	3.396
ALI'	ME	860	17	52
ALI' TERME	ME	2.598	6	422
ANTILLO	ME	984	43	23
BELPASSO	CT	24.258	164	147
BRONTE	CT	19.371	250	77
CALATABIANO	CT	5.470	26	208
CASALVECCHIO SICULO	ME	1.000	33	30
CASTELMOLA	ME	1.071	16	65
CASTIGLIONE DI SICILIA	CT	3.425	120	28
CESARO'	ME	2.609	216	12
FIUMEDINISI	ME	1.582	36	44
FIUMEFREDDO DI SICILIA	CT	9.732	12	808
FONDACHELLI-FANTINA	ME	1.143	42	27
FORZA D'AGRO'	ME	885	11	79
FRANCAVILLA DI SICILIA	ME	4.161	82	51
FURCI SICULO	ME	3.350	18	188
GAGGI	ME	3.017	7	411

GALLODORO	ME	384	7	56
GIARDINI-NAXOS	ME	9.559	5	1.757
GIARRE	CT	27.336	27	995
GRANITI	ME	1.542	10	155
ITALA	ME	1.678	11	157
LETOJANNI	ME	2.752	7	406
LIMINA	ME	916	10	93
LINGUAGLOSSA	CT	5.507	58	94
MALETTO	CT	4.060	41	99
MALVAGNA	ME	838	7	121
MANDANICI	ME	652	12	56
MANIACE	CT	3.663	36	102
MASCALI	CT	13.344	38	354
MASCALUCIA	CT	27.987	16	1.723
MILO	CT	1.061	18	58
MOIO ALCANTARA	ME	767	8	91
MONGIUFFI MELIA	ME	699	24	29
MOTTA CAMASTRA	ME	904	25	36
NICOLOSI	CT	7.062	42	166
NIZZA DI SICILIA	ME	3.685	13	280
NOVARA DI SICILIA	ME	1.512	49	31
PAGLIARA	ME	1.250	15	86
PEDARA	CT	12.582	19	656
PIEDIMONTE ETNEO	CT	4.015	26	152
RANDAZZO	CT	11.212	205	55
RIPOSTO	CT	15.090	13	1.172
ROCCAFIORITA	ME	243	1	213
ROCCALUMERA	ME	4.289	9	489
ROCCELLA VALDEMONE	ME	730	41	18
SAN TEODORO	ME	1.459	14	105
SANTA DOMENICA VITTORIA	ME	1.095	20	55
SANTA TERESA DI RIVA	ME	9.166	8	1.127
SANTA VENERINA	CT	8.315	19	443
SANT'ALESSIO SICULO	ME	1.478	6	240
SANT'ALFIO	CT	1.697	24	72
SAVOCA	ME	1.752	9	199
SCALETTA ZANCLEA	ME	2.450	5	485
TAORMINA	ME	11.096	13	843
TRECASTAGNI	CT	10.068	19	531
VALVERDE	CT	7.613	6	1.384
VIAGRANDE	CT	7.819	10	778
ZAFFERANA ETNEA	CT	9.187	76	121
TOTALE		352.725	2.129	369

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati ISTAT (2008)

Tabella 4 - Distretto culturale delle Madonie

COMUNI	PROV	POPOLAZIONE	SUPERFICIE	DENSITA'
CALTAVUTURO	PA	4.318	97	44
COLLESANO	PA	4.137	108	38
GERACI SICULO	PA	1.956	113	17
PETRALIA SOPRANA	PA	3.516	57	62
PETRALIA SOTTANA	PA	3.087	178	17
POLIZZI GENEROSA	PA	3.756	134	28
TOTALE		20.770	687	34

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati ISTAT (2008)

Tabella 5 - Distretto culturale Val di Mazara

COMUNI	PROV	POPOLAZIONE	SUPERFICIE	DENSITA'
ALCAMO	TP	45.915	131	351
CALATAFIMI	TP	7.144	155	46
CAMPOBELLO DI MAZARA	TP	10.800	66	164
CASTELVETRANO	TP	30.516	207	147
GIBELLINA	TP	4.385	45	97
MAZARA DEL VALLO	TP	51.385	276	186
PARTANNA	TP	11.247	82	136
POGGIOREALE	TP	1.602	38	43
SALAPARUTA	TP	1.777	42	43
SALEMI	TP	11.163	182	61
SANTA NINFA	TP	5.178	64	81
TOTALE		181.112	1.288	123

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati ISTAT (2008)

Tabella 6 - Distretto culturale Alto Belice Corleonese

COMUNI	PROV	POPOLAZIONE	SUPERFICIE	DENSITA'
BELMONTE MEZZAGNO	PA	10.872	29	372
BISACQUINO	PA	4.979	65	77
CHIUSA SCLAFANI	PA	3.046	57	53
CORLEONE	PA	11.373	229	50
MARINEO	PA	6.847	33	205
MONREALE	PA	36.895	529	70
TOTALE		74.012	943	138

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati ISTAT (2008)

Tabella 7 - Distretto culturale Terre Federiciane

COMUNI	PROV	POPOLAZIONE	SUPERFICIE	DENSITA'
CASTROREALE	ME	2.697	55	49
MONTALBANO ELICONA	ME	2.581	67	38
TRIPOLI	ME	961	54	18
TOTALE		6.239	176	35

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati ISTAT (2008)

Tabella 8 - Distretto culturale di Selinunte

COMUNI	PROV	POPOLAZIONE	SUPERFICIE	DENSITA'
CAMPOBELLO DI MAZARA	TP	10.800	66	164
GIBELLINA	TP	4.385	45	97
MENFI	AG	12.912	113	115
MONTEVAGO	AG	3.028	33	93
PARTANNA	TP	11.247	82	136
POGGIOREALE	TP	1.602	38	43
SALAPARUTA	TP	1.777	42	43
SAMBUCA DI SICILIA	AG	6.307	95	66
SANTA MARGHERITA DI BELICE	AG	6.678	66	101
SANTA NINFA	TP	5.178	64	81
TOTALE		63.914	644	94

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati ISTAT (2008)

Tabella 9 - Distretto culturale di Palermo

COMUNI	PROV	POPOLAZIONE	SUPERFICIE	DENSITA'
PALERMO	PA	659.433	159	4.151
TOTALE		659.433	159	4.151

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati ISTAT (2008)

Tabella 10 - Distretto culturale di Catania

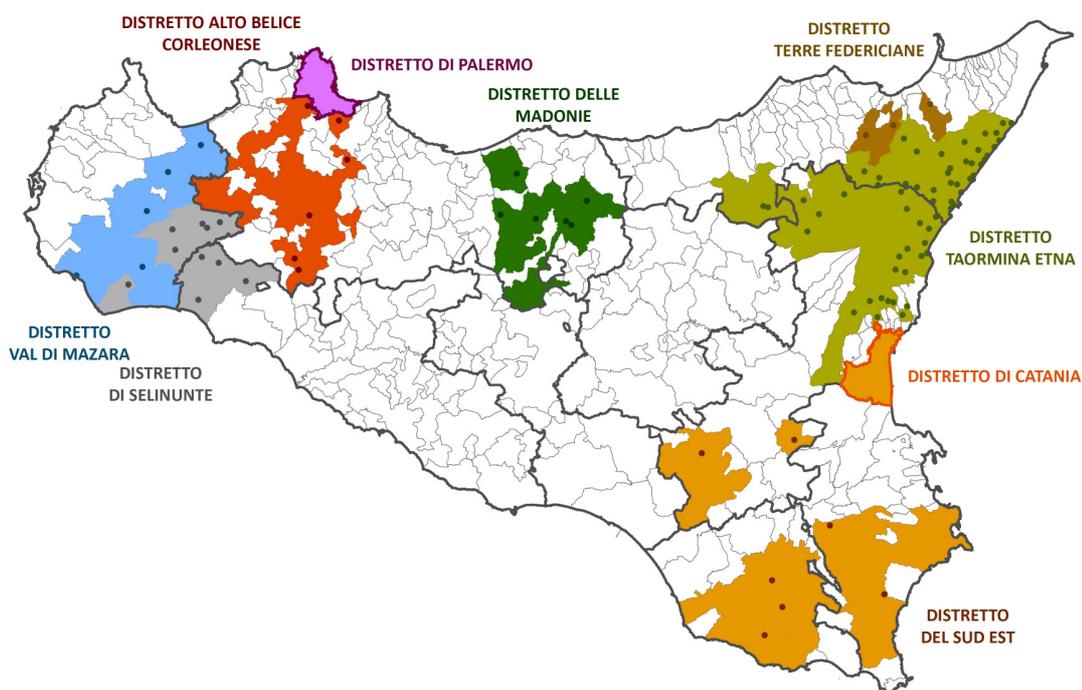
COMUNI	PROV	POPOLAZIONE	SUPERFICIE	DENSITA'
CATANIA	CT	296.469	181	1.639
TOTALE		296.469	181	1.639

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati ISTAT (2008)

I distretti culturali hanno, quindi, numero di comuni, popolazione e superficie assai varie, oltre che complessità gestionali fortemente diversificate; inoltre, presentano una dotazione distinta dal punto di vista storico, artistico, archeologico, ambientale e paesaggistico, appartengono a circuiti turistici differenti e movimentano flussi di domanda, stagionali o permanenti, diversi.

La carta seguente permette di leggere i perimetri dei distretti culturali siciliani, anche rispetto ai confini provinciali, dato che in alcuni casi i distretti sono costituiti da aggregazioni di comuni appartenenti a province differenti (Figura 1).

Figura 1 - I distretti culturali in Sicilia



Fonte: Elaborazione dell'autrice

2.1.3 DISTRETTO DEL SUD EST

Il distretto culturale del Sud Est insiste su di un territorio compreso tra le tre diverse province di Catania, Ragusa e Siracusa, conosciuto con il nome di “Val di Noto”, le cui città presentano evidenti caratteri di omogeneità in quanto in esse si concentra un grande numero di opere architettoniche tardo-barocche, costruite in buona parte dopo il devastante terremoto che nel 1693 aveva colpito la Sicilia sud-orientale danneggiando più di quaranta città, alcune delle quali erano state completamente distrutte.

Figura 2 – Il distretto culturale del Sud Est



Fonte: Elaborazione dell'autrice

Il distretto culturale del Sud Est, primo esempio di distretto culturale in Sicilia ed uno dei primi in Italia, nasce nel 2002 su impulso della Regione Siciliana, facendo seguito ad un primo accordo di programma stipulato nel 2001 fra l'Assessorato Regionale ai Beni Culturali ed Ambientali, le tre Soprintendenze di Catania, Ragusa e Siracusa e gli otto comuni di Caltagirone, Catania, Militello in Val di Catania, Modica, Noto, Palazzolo Acreide, Ragusa e Scicli, ed ha come obiettivo la valorizzazione e la fruizione delle città tardo-barocche iscritte nella Lista Mondiale del Patrimonio dell'Umanità dell'UNESCO.

Con la denominazione "Sud Est" si vogliono evidenziare le notevoli potenzialità di sviluppo economico dell'area, evocando l'immagine di un altro territorio, interessato da uno straordinario processo di crescita economica, quello del "Nord Est" d'Italia, dove da anni si sperimenta con successo un modello di organizzazione industriale basato su reti di piccole

e medie imprese. Alla cultura viene, quindi, attribuito un valore, oltre che sociale, anche economico, ed intorno alla valorizzazione turistica del patrimonio culturale della Val di Noto si costruisce il progetto di sviluppo dell'intero territorio (Cusimano e Giannone, 2011).

Dopo una prima indagine che evidenzia le potenzialità del distretto, l'attività si concentra sulla definizione di un piano di gestione dei siti proposti per l'iscrizione nella lista dell'UNESCO. Il piano del Val di Noto, primo caso italiano di piano di gestione predisposto per un sito UNESCO, ha lo scopo di individuare le strategie da mettere in atto per dare soluzione alle problematiche riguardanti la conservazione e la tutela del patrimonio dell'area, definendo al tempo stesso soluzioni innovative per la sua valorizzazione, anche economica. Il documento di programmazione vede due stesure: la prima nel 2002, realizzata ad opera di un gruppo di studiosi coordinati dal Consorzio Civita, e la seconda nel 2005, risultato del lavoro di ricerca ed analisi condotto da un gruppo di esperti coordinato dall'Associazione Mecenati '90.

Si definiscono, così, le soluzioni a breve e a lungo termine relative ai possibili strumenti di gestione da introdurre per assicurare il necessario livello d'integrazione settoriale e territoriale: un'agenzia per la promozione del distretto, con lo scopo di elaborare un piano di *marketing* e coordinare i programmi ed i piani d'intervento per la promozione del territorio, ed una fondazione per la gestione degli spazi e delle attività culturali, con lo scopo di definire una strategia integrata di valorizzazione delle risorse, di realizzare offerte integrate ed innovative di beni e servizi e di offrire supporto ai progetti di enti locali e territoriali.

Nel 2005, al termine di un percorso di concertazione, gli enti *partner* del distretto costituiscono l'"Associazione Distretto Culturale Sud Est" che ha il compito di programmare e coordinare interventi di valorizzazione e promozione integrata del territorio, in grado di comunicare un'immagine unitaria dell'area nel mercato turistico. Tra le realizzazioni più significative in questa direzione si ha la partecipazione del distretto culturale del Sud Est alla BIT di Milano del 2005, presente con un proprio *desk* all'interno dello *stend* della Regione Siciliana.

Tra i progetti principali contenuti, invece, nel piano di gestione ci sono: la valorizzazione del Duomo di Noto, gravemente danneggiato da un nuovo terremoto nel 1996, ed il recupero ed il riutilizzo di alcuni immobili all'interno dell'itinerario turistico di maggior rilevanza della città, che va dall'ex Convento dei Cappuccini alla Chiesa del SS. Crocifisso; il recupero e la

rifunzionalizzazione dell'Ospedale Trigona, uno dei più interessanti palazzi barocchi di Noto, con la realizzazione dell'"Hotel della Cultura", accanto al quale progettare un museo virtuale ed una scuola di musica; l'avvio dell'iniziativa del "Treno Barocco", un treno, composto da una locomotiva e tre carrozze storiche, che permette di andare alla scoperta dei comuni dell'area godendo di panorami e punti di osservazione del territorio insoliti e affascinanti mediante l'utilizzo di un 'pezzo di storia locale' del trasporto ferroviario.

Per quanto riguarda la programmazione di eventi culturali, si realizza il "Festival del Val di Noto" che ha la sua prima edizione nel 2004 ed apre la strada alla programmazione congiunta di eventi ed iniziative di richiamo turistico, esperienza che si ripete a partire dalla stagione successiva con la creazione di un calendario unico degli eventi condiviso da tutti i comuni. Nell'ambito del Festival del Val di Noto vede anche la luce l'"Orchestra Sinfonica del Sud Est", che associa ad elementi di grande esperienze una forte componente giovanile e che vede anche la presenza di numerosi strumentisti provenienti da prestigiose orchestre straniere.

Oggi il distretto del Sud Est, che comprende ormai sedici comuni⁶, tre province ed oltre venti soci privati – ed ha recentemente presentato un piano di sviluppo turistico per il riconoscimento di distretto turistico da parte della Regione – è un sistema integrato di sviluppo territoriale finalizzato alla valorizzazione ed alla fruizione delle città riconosciute nella lista dell'UNESCO, che promuove progetti ed iniziative finalizzate alla promozione turistica del territorio, come dimostra la recentissima assegnazione da parte dello Stato e della Regione di un finanziamento di 1,5 milioni di euro – il più alto finanziamento assegnato in Italia ad un distretto culturale – per la realizzazione, a breve, di un progetto di turismo scolastico.

2.1.4 DISTRETTO TAORMINA ETNA

Il distretto culturale Taormina Etna si colloca geograficamente tra le città di Messina e di Catania e racchiude due dei più importanti simboli della Sicilia: Taormina, che con il suo comprensorio rappresenta il maggior polo turistico dell'Isola, e l'Etna, il vulcano attivo più alto d'Europa. Questa vasta area è, inoltre, caratterizzata da una lunga fascia costiera e da

⁶ Acireale, Caltagirone, Cassaro, Catania, Ferla, Ispica, Mazzarino, Militello Val di Catania, Modica, Noto, Palazzolo Acreide, Piazza Armerina, Ragusa, Scicli, Siracusa e Sortino.

tre parchi e quattro riserve naturali. In tale contesto ambientale e paesaggistico spiccano, infine, numerosi piccoli centri urbani ricchi di storia e cultura, tradizioni popolari e religiose di straordinario interesse.

Figura 3 – Il distretto culturale Taormina Etna



Fonte: Elaborazione dell'autrice

Sorto in occasione della partecipazione al bando del Progetto Sviluppo Sud del 2005, inizialmente il distretto culturale Taormina Etna è un partenariato, con capofila il Comune

di Bronte, che ha tra le sue fila: sessanta amministrazioni comunali⁷, ripartite tra le province di Catania e Messina; due agenzie di sviluppo, che gestiscono gli strumenti della programmazione negoziata sul territorio (la Sviluppo Taormina Etna S.p.a e la Società Consortile Taormina Etna a r.l.); le Università degli Studi di Catania e di Messina; la Soprintendenza Regionale per i Beni Culturali ed Ambientali.

Il distretto nasce dall'esigenza di attuare una svolta nelle politiche di gestione e valorizzazione delle risorse culturali, naturali, agroalimentari ed enogastronomiche del territorio, e mira ad attivare dinamiche di rete e a perseguire obiettivi di sviluppo sostenibile delle risorse in un'ottica di sistema, fungendo da motore propulsivo per la conservazione, la valorizzazione e la fruizione del patrimonio culturale materiale e immateriale dell'area e favorendo le condizioni affinché questo si inserisca nel settore turistico.

Tale obiettivo si concretizza, in fase di *start-up*, attraverso alcune azioni fondamentali quali: la configurazione di una "Rete integrata dei musei", la creazione di un "Calendario Unico delle Feste e degli Eventi" e la redazione di una "Guida alla lettura delle Confraternite Religiose".

Oggi il distretto Taormina Etna è un sistema di sviluppo territoriale che, tramite la predisposizione e la presentazione di specifici progetti a valere su bandi regionali, nazionali e comunitari, ha lo scopo di aiutare il proprio territorio di riferimento – ed in esso gli enti locali e le aziende private – a promuovere lo sviluppo socio-economico mediante la valorizzazione delle risorse culturali, naturalistiche, enogastronomiche e produttive del territorio, secondo la logica del partenariato.

Per raggiungere il suo obiettivo vengono presentate unitariamente: l'Etna e Taormina, tre parchi, quattro riserve naturali, un fiume, tre laghi, centinaia di chiese, musei, castelli e fortificazioni, oltre a 38 km di spiagge ed un mare più volte insignito della bandiera blu, due stazioni sciistiche, uno dei due campi da golf presenti in Sicilia e due porti turistici.

⁷ Aci Catena, Ali, Ali Terme, Antillo, Belpasso, Bronte, Calatabiano, Casalvecchio Siculo, Castelmola, Castiglione di Sicilia, Cesarò, Fiumedinisi, Fiumefreddo di Sicilia, Fondachelli Fantina, Forza d'Agrò, Francavilla di Sicilia, Furci Siculo, Gaggi, Gallodoro, Giardini Naxos, Giarre, Graniti, Itala, Letojanni, Limina, Linguaglossa, Maletto, Malvagna, Mandanici, Maniace, Mascali, Mascalucia, Milo, Mojo Alcantara, Mongiuffi Melia, Motta Camastra, Nicolosi, Nizza di Sicilia, Novara di Sicilia, Pagliara, Pedara, Piedimonte Etneo, Randazzo, Riposto, Roccafiorita, Roccalumera, Roccella Valdemone, San Teodoro, Sant'Alessio Siculo, Sant'Alfio, Santa Domenica Vittoria, Santa Teresa di Riva, Santa Venerina, Savoca, Scaletta Zanclea, Taormina, Trecastagni, Valverde, Viagrande e Zafferana Etnea.

Gestito dalla società Sviluppo Taormina-Etna, nata nel 2007 dalla fusione di due società realizzate nel 2001 per promuovere lo sviluppo locale (la Jonio-Alcantara e la Jonico-Etna), il distretto conta numerosi organismi di natura pubblica e privata: i sessanta comuni; le province di Catania e Messina; le Università di Catania, Messina ed Enna; l'Ente Parco dell'Alcantara, dell'Etna e dei Nebrodi; la Camera di Commercio di Catania e di Messina; la Società Aeroporto di Catania (SAC); la Ferrovia CircumEtna (FCE); 270 fra aziende, associazioni, banche ed operatori privati di vario genere e 277 strutture ricettive tra hotel, b&b, agriturismi ed altre.

La società Sviluppo Taormina Etna realizza ben quattro patti territoriali, attivando investimenti per oltre 150 milioni di euro, di cui il 59% a carico degli enti pubblici, mentre la restante parte a spese dei privati. A questo si aggiunge il finanziamento di diciassette iniziative infrastrutturali pubbliche per un investimento di circa 16 milioni di euro. Tramite tali finanziamenti vengono potenziate le reti viarie e le infrastrutture turistiche, ma si favorisce anche la nascita di aziende agricole, agroalimentari, vitivinicole e turistico-ricettive.

Realizzati i progetti infrastrutturali ed imprenditoriali, da circa tre anni il distretto mira alla promozione di due dei maggiori settori economici dell'area: il turismo e l'agroalimentare. Per tale scopo vengono convenzionate 277 strutture ricettive (120 hotel, 47 tra agriturismi e turismo rurale, 82 B&B, 4 campeggi e 24 tra case appartamento, case vacanza, affittacamere e residence, per un totale di 18 mila e 300 posti letto) e 51 aziende agroalimentari.

Le migliori produzioni del settore agroalimentare (come formaggi, vini, oli, pistacchio, miele, fragole, pesche e tanti altri prodotti tipici, per un totale di 11 DOC, 8 IGT, 11 BIO, 5 DOP) vengono poi raggruppate sotto un unico marchio "Distretto Taormina Etna" e vendute nei punti vendita "Distretto Taormina Etna *Franchising*", il primo dei quali viene inaugurato nella città di Messina nel corso del 2009.

L'apertura di questo punto vendita rappresenta il passo iniziale verso la creazione di un vero e proprio circuito distributivo e promozionale sotto l'insegna del marchio "Distretto Taormina Etna". I negozi "Distretto Taormina Etna", infatti, promuoveranno il territorio non solo attraverso la vendita dei prodotti locali, ma anche attraverso la promozione turistica in senso stretto in quanto ciascun negozio sarà fornito di un *info-point*, collegato al sito www.taorminaetna.it, che permetterà di conoscere le offerte turistiche del distretto.

2.1.5 DISTRETTO DELLE MADONIE

Il distretto culturale delle Madonie rientra nei confini dell'omonimo parco naturale che, istituito nel 1989, si estende per 40 mila ettari nell'estrema parte orientale della provincia di Palermo, ed interessa sei dei quindici comuni che si trovano all'interno del parco: Caltavuturo, Collesano, Geraci Siculo, Petralia Soprana, Petralia Sottana e Polizzi Generosa.

Figura 4 – Il distretto culturale delle Madonie



Fonte: Elaborazione dell'autrice

Il distretto culturale, il cui progetto è finanziato dalla Fondazione Cariplo nell'ambito dell'iniziativa del Progetto Sviluppo Sud per la realizzazione di distretti culturali, con il bando del 2005, vede la Fondazione Borgese quale soggetto capofila di una rete partenariale composta dall'Ente Parco delle Madonie, dall'Azienda Autonoma Incremento Turistico della Provincia di Palermo, dalla So.Svi.Ma. S.p.a (l'Agenzia di Sviluppo Locale delle Madonie) e dai sei comuni.

Il Distretto Culturale delle Madonie *“Il paesaggio dei miti e delle narrazioni. Itinerari del patrimonio culturale immateriale del Mediterraneo”* vuole essere una proposta ed un invito a conoscere ciò che costituisce l’anima del territorio, attraverso la bellezza dei paesaggi nelle diverse forme espressive, sia naturali che culturali.

L’idea di base consiste nella valorizzazione del paesaggio madonita attraverso l’articolazione di undici diversi itinerari paesaggistici caratteristici del territorio delle Madonie, che danno una possibilità concreta di fruizione del territorio: *“Il paesaggio della biodiversità del Geopark”*, *“Il paesaggio della civiltà pastorale”*, *“Il paesaggio dei castelli e dei borghi medievali”*, *“Il paesaggio dei borghi marinari”*, *“Il paesaggio agrario e dei feudi”*, *“Il paesaggio dell’acqua e dei mulini”*, *“Il paesaggio della manna”*, *“Il paesaggio della ceramica”*, *“Il paesaggio della Targa Florio”*, *“Il paesaggio del sacro”* ed *“Il paesaggio della scrittura e delle narrazioni”*.

Attraverso i diversi itinerari proposti il distretto intende rafforzare la tutela del paesaggio madonita come bene culturale collettivo, valorizzare il patrimonio naturale e culturale in esso contenuto, proporre modalità d’uso compatibili di tale patrimonio e realizzare più adeguate possibilità di fruizione.

Il distretto culturale attua, quindi, la messa in rete dei musei presenti nel territorio realizzando *“La rete museale Madonita”* composta da un insieme eterogeneo, e nel complesso molto giovane, di quattordici musei, dislocati in dieci dei ventuno centri abitati che rientrano nel comprensorio territoriale delle Madonie.

I centri di educazione culturale, realizzati in ognuno dei sei comuni *partner* del progetto, il centro culturale multimediale dei paesaggi e della cultura immateriale, realizzato a Polizzi Generosa presso la sede della Fondazione Borgese ed il *call center* per l’offerta integrata dei servizi turistico-culturali, con numero verde dedicato, realizzato a Petralia Sottana presso l’Ufficio informazioni turistiche rappresentano, invece, i nodi centrali del distretto che si interfaccia, inoltre, con l’Ente Parco delle Madonie e con gli sportelli informativi che questo ha presso i singoli comuni. Attraverso tutti questi centri informativi è possibile avere le informazioni necessarie per realizzare una visita o un soggiorno nel territorio del distretto.

Le finalità del distretto culturale delle Madonie sono, infatti, anche quelle di potenziare e qualificare l’offerta turistica integrata del territorio madonita, in particolare nel segmento del turismo culturale, offrendo servizi culturali, non altrimenti fruibili, alle scuole e ai visitatori in genere.

2.1.6 DISTRETTO VAL DI MAZARA

Il distretto culturale Val di Mazara vede la luce in seguito alla partecipazione al secondo bando del Progetto Sviluppo Sud e riguarda il territorio di undici comuni della Provincia di Trapani, anticamente appartenenti al “Val di Mazara”: Alcamo, Calatafimi-Segesta, Campobello di Mazara, Castelvetro-Selinunte, Gibellina, Mazara del Vallo, Partanna, Poggioreale, Salaparuta, Salemi e Santa Ninfa.

Figura 5 – Il distretto culturale Val di Mazara



Fonte: Elaborazione dell'autrice

Ente capofila del progetto è l'ANFE Sicilia che lo promuove insieme ad una serie di soggetti pubblici e privati: il comune di Mazara del Vallo; il CNR-IAMC di Mazara; l'Ufficio diocesano per i beni culturali, ecclesiastici e l'edilizia di culto, sempre di Mazara; la Sicily House, società proprietaria del Kempinski Hotel Giardino di Costanza di Mazara; la Munus S.p.a; l'Associazione parco interculturale Al-Idrisi.

Il progetto, che partecipa al bando del 2005 del Progetto Sviluppo Sud, intende far conoscere il territorio di Mazara del Vallo e dei comuni limitrofi, rendendo accessibile e fruibile, attraverso una rete unificata di risorse e servizi, il particolare patrimonio materiale ed immateriale che questo territorio ha ereditato dalla storia, ed in particolare dall'epoca araba-normanna, al fine di incrementare il turismo nel territorio, sia sotto il profilo di una diversificazione dei segmenti turistici, che sotto quello della destagionalizzazione e della durata della permanenza sul territorio.

Lo sfondo storico-culturale dell'idea progettuale è, dunque, costituito dal Libro di Ruggero II, scritto da Al-Idrisi intorno al 1150 alla corte normanna di Ruggero a Palermo, che fornisce una dettagliata descrizione del mondo esplorato nel XII secolo, offrendo al distretto le coordinate storico-culturali di partenza per il progetto.

Le azioni attraverso le quali il distretto culturale Val di Mazara dà corpo agli investimenti, pari a 600 mila euro (400 mila messi a disposizione dalla Fondazione Cariplo e 200 mila a carico dei soggetti pubblici e privati partecipanti), sono: la realizzazione del sito internet www.idrisi.it "In viaggio con Idrisi nel Val di Mazara" in cui è possibile accedere virtualmente al territorio del distretto e all'insieme delle risorse in esso censite, nonché la creazione di un *info-point* nel comune di Mazara del Vallo; l'organizzazione di itinerari turistico-culturali arabo-normanni nell'antico "Val di Mazara"; la pubblicazione di una carta dei servizi "In viaggio con Al-Idrisi" per musei, ristoranti, hotel, enoteche e cantine. Tali azioni sono accompagnate dal varo di un'apposita campagna informativa e promozionale, rivolta sia al territorio siciliano che al pubblico nazionale ed europeo.

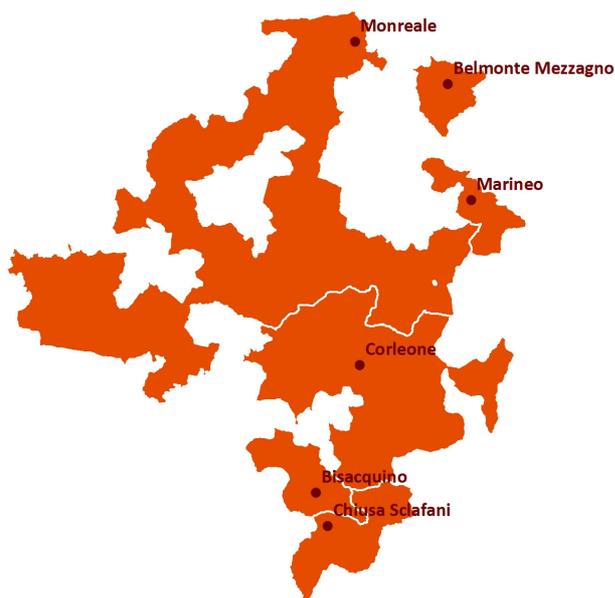
Il distretto culturale Val di Mazara punta, dunque, alla realizzazione di una rete territoriale basata sulla collaborazione tra soggetti pubblici e privati, avendo come obiettivi strategici l'articolazione, la qualità e l'integrazione dei servizi culturali, e lo sviluppo delle filiere produttive collegate, per una crescita economica del sistema turistico-culturale del suo territorio.

2.1.7 DISTRETTO ALTO BELICE CORLEONESE

Il distretto culturale Alto Belice Corleonese comprende i comuni di Bisacquino, Chiusa Sclafani, Corleone e Monreale della Diocesi di Monreale ed i comuni di Belmonte

Mezzagno e Marineo della Diocesi di Palermo, tutti nel territorio dell'Alto Belice Corleonese.

Figura 6 – Il distretto culturale Alto Belice Corleonese



Fonte: Elaborazione dell'autrice

Nel 2003, su invito dell'Arcidiocesi di Monreale, proprietaria della quasi totalità del patrimonio artistico dell'area, il Patto Territoriale Alto Belice Corleonese aderisce al bando del Progetto Sviluppo Sud per la realizzazione di distretti culturali con un progetto che, nella sua versione iniziale, avrebbe dovuto prevedere un'esposizione limitata ai soli beni culturali di Monreale, ma che successivamente viene opportunamente esteso a vantaggio di tutto il territorio, con l'ideazione di un "Museo diffuso dell'Alto Belice Corleonese".

Partendo dalla considerazione che i beni culturali possono rappresentare uno strumento per il rilancio, anche economico, di un'area ricca di storia, cultura e tradizioni, come è quella dell'Alto Belice Corleonese, il Patto Territoriale intuisce che nel territorio del distretto – come all'interno di un museo – possono essere organizzati itinerari di visita

opportunamente attrezzati in modo da creare un vero e proprio 'museo diffuso' nel quale valorizzare beni culturali isolati, che singolarmente non hanno grande richiamo turistico. Questa idea si realizza con il progetto "Mirabile Artificio" che attraverso la collaborazione tra enti locali ed enti ecclesiastici ha come scopo lo sviluppo integrato del territorio da attuarsi attraverso il restauro e la valorizzazione dei beni artistici e monumentali dell'Alto Belice Corleonese che possono rappresentare motivo di interesse per i turisti ed occasione per il rafforzamento dell'identità culturale della popolazione.

Il progetto si articola in due parti: la prima, realizzata tra il 2005 ed il 2006, è denominata "Mirabile Artificio I – Percorsi d'arte figurativa dal XV al XIX secolo" mentre la seconda, realizzata tra il 2007 ed il 2009, è chiamata "Mirabile Artificio II – Lungo le vie del legno, del marmo e dello stucco. Scultori e modellatori dal XV al XVIII secolo".

La prima parte, relativa alle arti figurative, viene finanziata dalla Fondazione Cariplo con il primo bando del Progetto Sviluppo Sud e dal Ministero dello Sviluppo Economico con il Programma Aggiuntivo dei Patti Territoriali e vede la collaborazione tra le Arcidiocesi di Palermo e di Monreale, l'Abbazia di San Martino delle Scale ed il Patto territoriale Alto Belice Corleonese. Il costo del progetto è di 1 milione e 370 mila euro ed è finanziato per 1 milione e 200 mila euro dalla Fondazione Cariplo e per la rimanente somma, pari a 160 mila euro, dal Patto territoriale e dagli altri *partner*.

Il progetto prevede interventi di restauro di dipinti dell'Arcidiocesi di Monreale e dell'Abbazia di San Martino e di valorizzazione ai fini della fruizione di opere presenti presso alcune chiese del territorio. L'Alto Belice Corleonese realizza gli interventi di valorizzazione nelle chiese del circuito museale e le attività promozionali mentre ciascuno degli altri enti cura il restauro e l'allestimento museale relativi ai propri beni.

I risultati del progetto sono rappresentati dal restauro di oltre quaranta importanti dipinti e dalla realizzazione di nuovi spazi espositivi a Monreale, San Martino delle Scale e Corleone, ma soprattutto dalla realizzazione di itinerari di fruizione del patrimonio artistico-culturale di proprietà ecclesiale, che comprende oltre cento dipinti, attraverso 'stazioni' espositive ubicate in chiese e musei del territorio (a Bisacchino, Chiusa Sclafani, Corleone, Monreale, Belmonte Mezzagno e Marineo).

L'importanza di questo primo progetto sta, infatti, nel collegamento creato tra la grande offerta artistica, culturale e monumentale della città di Monreale – che non è costituita solo dal celebre Duomo – ed il suo territorio, che si estende fino a Corleone, avviando così

forme stabili di collaborazione tra i comuni e gli enti ecclesiastici per la valorizzazione delle risorse culturali a fini turistici.

Poiché il distretto prevede anche un suo collegamento con la città di Palermo e con le sue istituzioni artistiche e culturali, il museo diffuso viene presentato e promosso con un allestimento espositivo a Palermo in modo da contribuire a collegare il distretto con questa città, ricca d'arte e di storia e meta di un consistente turismo culturale che, però, interessa in modo significativo solo Monreale ed il suo Duomo, e non l'entroterra.

La seconda parte del progetto "Mirabile Artificio", relativa invece alla scultura e alle arti plastiche, viene anch'essa finanziata dalla Fondazione Cariplo con il secondo bando del Progetto Sviluppo Sud e dal Ministero dello Sviluppo Economico con il Programma Aggiuntivo dei Patti Territoriali.

Il soggetto promotore è nuovamente il Patto Territoriale Alto Belice Corleonese, in partenariato con le Arcidiocesi di Palermo e di Monreale, il Monastero dei Padri benedettini di San Martino delle Scale e l'Eparchia di Piana degli Albanesi. Il costo complessivo del progetto ammonta a 1 milione e 132 mila euro: la Fondazione Cariplo concede un contributo di 750 mila euro, il cofinanziamento da parte degli enti ecclesiastici è di 277 mila euro mentre il Patto Territoriale interviene con 105 mila euro.

Il progetto prevede, anche in questo secondo caso, interventi di restauro e di valorizzazione del patrimonio scultoreo e l'allestimento di spazi espositivi per la fruizione, così da ampliare il sistema espositivo dell'Alto Belice Corleonese, sempre nella logica del museo diffuso.

I risultati consistono nel restauro di stucchi e sculture in marmo e legno conservati nelle chiese di otto comuni del comprensorio (Bisacquino, Corleone, Chiusa Sclafani, Giuliana, Mezzoiuso, Monreale, Palazzo Adriano, Piana degli Albanesi e Prizzi), nel restauro della Fontana di San Benedetto presso l'Abbazia di San Martino delle Scale, nell'allestimento di uno spazio espositivo nella restaurata chiesa degli Agonizzanti di Monreale, ed infine in ulteriori azioni di promozione del museo diffuso.

Questo secondo progetto si caratterizza per il rafforzamento dell'idea che il museo diffuso, in presenza di opere omogenee sparse in molte località vicine, sia lo strumento più idoneo per rappresentare la realtà culturale del distretto dell'Alto Belice Corleonese e per valorizzarla a fini turistici.

2.1.8 DISTRETTO TERRE FEDERICIANE

Il distretto culturale Terre Federiciane, di cui fanno parte i comuni di Montalbano Elicona, Tripi e Castoreale, in provincia di Messina, si trova in un'area straordinariamente integra dal punto di vista ambientale e caratterizzata da piccoli borghi che costellano le pendici dei monti Nebrodi. In questo territorio connotato da una forte matrice storico-culturale individuata nella figura di Federico II, molti sono i manufatti storici di rilievo ancora ben conservati (come palazzi, chiese e castelli) a cui si aggiungono numerosi riti e feste locali. A conferma dell'importanza di tale patrimonio, dal 2004, il comune di Montalbano Elicona è inserito all'interno del *club* di prodotto denominato "I Borghi più belli d'Italia", che comprende solo cento comuni in tutto il Paese.

Figura 7 – Il distretto culturale Terre Federiciane



Fonte: Elaborazione dell'autrice

Il distretto nasce in seguito alla partecipazione al bando Sviluppo Sud della Fondazione Cariplo del 2005 quando, preso atto che la politica di sviluppo dei propri territori necessita di strumenti concordati e di un programma di pianificazione, all'interno del quale elementi cruciali diventano le risorse culturali, naturalistiche e paesaggistiche, i comuni di Montalbano Elicona, Castoreale e Tripi sottoscrivono un protocollo di intesa, finalizzato alla formalizzazione di un accordo preliminare, che costituisce l'atto iniziale per la successiva stipulazione di un accordo di programma per la realizzazione del distretto culturale *"Terre Federiciane. Un viaggio fra preistoria e contemporaneità"*.

Il distretto, quale strumento di azione coordinata ed integrata per attivare un sistema di offerta di beni ed attività culturali, coinvolge, oltre alle tre amministrazioni comunali,

anche una serie di soggetti sia pubblici che privati quali: la Coldiretti di Messina, la Confesercenti, la Camera di Commercio della Provincia di Messina, l'Ente Forestale del Parco delle Nebrodi, la Camera di Commercio Industria, Artigianato e Agricoltura di Messina, l'Assessorato Provinciale alle Politiche per lo Sviluppo economico, la Confederazione Italiana degli Esercenti Commercianti di Messina e la *Slow Food* Valdemone.

Gli obiettivi del distretto sono: potenziare le capacità attrattive del territorio, mettendo in rete il patrimonio artistico e culturale; contribuire allo sviluppo economico del territorio ed alla crescita occupazionale, attraverso il recupero e la valorizzazione dei beni artistici e culturali; potenziare le attività di animazione culturale che aumentino l'*appeal* dell'intera area e, dunque, la permanenza media dei visitatori; accrescere le attività mirate alla formazione ed all'impiego dei giovani residenti nei comuni aderenti al distretto, nelle attività di gestione e promozione dei beni culturali ed, infine, contribuire alla valorizzazione delle tipicità del territorio e al consolidamento e sviluppo delle imprese locali ad esse collegate.

Sono anche previsti sei interventi mirati: il restauro delle facciate della Chiesa della Candelora e della Chiesa di Santa Maria degli Angeli di Castoreale; la ricostruzione dell'organo a canne da collocarsi nella cassa d'organo del 1612 della Chiesa Matrice S. Maria Assunta di Castoreale; un *festival* organistico di musica sacra sempre presso la Chiesa Matrice di Castoreale; la realizzazione di un *info-point* e di centro multimediale nel museo denominato "Santi Furnari" nel centro storico di Tripi; l'adeguamento, a fini espositivi, di alcuni ambienti interni del restaurato castello di Montalbano Elicona; iniziative per il lancio promozionale e la valorizzazione del castello ed, infine, una mostra collettiva di pittura.

Le azioni compiute finora riguardano l'avvio delle attività espositive del castello di Montalbano Elicona, con una mostra dedicata ad un grande maestro ungherese della fotografia, André Kertées, ed il restauro dell'organo del duomo di Castoreale, con l'inaugurazione di una stagione di musica sacra. È, invece, ancora in corso di realizzazione il museo archeologico di Tripi che ospiterà le testimonianze provenienti dal vicino sito archeologico.

In fase di *start-up*, quale organo di indirizzo del distretto, viene costituita una conferenza dei sindaci di cui fanno parte i sindaci dei tre comuni, mentre a livello esecutivo viene istituito un ufficio di coordinamento di cui fanno parte gli assessori al turismo delle tre

amministrazioni. Tale struttura, pensata per i primi mesi di attività, avrebbe poi dovuto essere modificata con la costituzione di un'associazione culturale oppure di una fondazione, ma così non è stato.

2.1.9 DISTRETTO DI PALERMO

Il distretto culturale di Palermo è il modello organizzativo che il comune di Palermo ha adottato per consolidare il processo di valorizzazione del patrimonio culturale avviato con la riqualificazione del centro storico e con il rinnovamento delle istituzioni culturali della città.

Compito del distretto è quello di promuovere la cultura come elemento qualificante dello sviluppo socio economico locale. Per questo motivo al centro delle sue attività, rivolte sia ai turisti che ai residenti, il progetto prevede: la fruizione innovativa dei beni culturali, la creazione di un efficiente sistema dei servizi, la qualità delle iniziative culturali e lo sviluppo armonico di tutte le attività economiche collegate.

Il distretto culturale di Palermo nasce come un partenariato tra l'Assessorato alla Cultura e l'Associazione Civita che, facendo uso dei finanziamenti della Fondazione Cariplo, nel 2007 realizzano un progetto che prevede la costruzione di un sistema di relazioni e di messa in rete del patrimonio culturale intorno alla nuova Galleria d'Arte Moderna di Palermo, coinvolgendo in particolar modo il circuito dei Tesori della Loggia.

Il progetto ha come obiettivi: di strutturare il distretto come punto nodale tra i beni culturali e le attività del territorio, di dotare il nuovo polo museale di servizi moderni, che permettano visite prolungate e per pubblici diversificati e, più in generale, di mostrare un'immagine unica della nuova offerta culturale della città di Palermo.

Il distretto culturale sorge intorno al nuovo allestimento della Galleria d'Arte Moderna di Palermo, nel complesso monumentale di Sant'Anna alla Misericordia, fiore all'occhiello degli spazi espositivi della città ed emblema di recupero dei beni architettonici spesso abbandonati al degrado, e coinvolge al suo interno numerosi musei, archivi, biblioteche, chiese, palazzi e giardini, scuole ed accademie, istituzioni musicali ed associazioni culturali dagli *standard* qualitativi elevati, dai servizi efficienti e dalle informazioni sempre aggiornate.

Tra le attività compiute dal distretto c'è: l'allestimento di un centro servizi e di un punto informativo presso la Galleria d'Arte Moderna; la realizzazione del sito www.palermocultura.it con tutte le informazioni sulle istituzioni, gli eventi, le attività, le notizie ed i servizi del distretto; la pubblicazione di una guida cartacea, tradotta in più lingue, sui siti ed i percorsi di visita del distretto; la strutturazione di itinerari tematici e di servizi di supporto, come le visite guidate e le audioguide.

Il distretto culturale, i cui siti ed istituzioni culturali hanno un unico sistema di biglietterie e di servizi al pubblico, gestisce un'ampia offerta di itinerari di visita e di attività per le scuole. Gli itinerari proposti sono: "I Tesori del Quartiere della Loggia", "La città dell'Ottocento. Sistema Urbano e verde pubblico - La Marina", "La città dell'Ottocento: sistema urbano e verde pubblico - I luoghi della borghesia", "I luoghi di Goethe a Palermo", "L'Albergheria si racconta: quattro itinerari per riscoprire un quartiere", "La Guilla e il Seralcadio. Un paradiso di accoglienza" e "Arte e Architettura Liberty a Palermo". Le visite guidate e le attività didattiche riguardano, invece, la Galleria d'Arte Moderna, Santa Maria dello Spasimo, Palazzo delle Aquile, l'Archivio Storico Comunale, la Biblioteca Comunale di Casa Professa ed i Tesori della Loggia.

2.1.10 DISTRETTO DI CATANIA

Il distretto culturale di Catania viene promosso dall'Arcidiocesi di Catania in collaborazione con la Fondazione Diocesana per i Beni Culturali, ed alla sua realizzazione contribuisce la Fondazione Cariplo con i fondi del secondo bando del Progetto Sviluppo Sud.

Il distretto culturale di Catania si propone di fare scoprire le meraviglie del barocco catanese così come le diverse manifestazioni del culto di Sant'Agata, che permea tutti gli aspetti della città, ricostruita dopo il grande terremoto della fine del '600 come un grande palcoscenico per i festeggiamenti legati al culto della Santa.

L'idea è, dunque, quella di mettere a sistema la dotazione culturale della città attorno a due delle sue attrazioni principali – il barocco catanese ed il culto di Sant'Agata – connettendo gli aspetti storico-artistici del barocco con la religiosità popolare, ma anche con l'ambiente, l'artigianato e le tradizioni gastronomiche locali, al fine di presentare alla città e ai suoi visitatori un'offerta coerente con il territorio e capace di far emergere e di valorizzare i diversi volti dell'identità culturale cittadina.

Il risultato è un'offerta multiforme, diretta a valorizzare le espressioni più importanti e autentiche della cultura locale e che si articola intorno ad alcuni grandi temi, ognuno dei quali ne approfondisce un aspetto fondamentale.

Il distretto culturale propone, quindi, diversi percorsi in cui la straordinaria ricchezza del barocco si lega e sottolinea momenti cruciali della vita e del culto di Sant'Agata, a testimoniare una devozione sempre vivissima che ogni anno richiama a Catania migliaia di pellegrini e visitatori. L'offerta del distretto si arricchisce con proposte di visita legate all'Etna ed ai comuni etnei, dove le componenti naturalistiche si intrecciano sempre con le vicende miracolose legate alla Santa.

Il distretto presenta anche il "Progetto Scuola", un sistema di offerta culturale, variegato e di qualità, pensato per il *target* scolastico, che si articola intorno a cinque ambiti conoscitivi: arte e culto, storia, artigianato, gastronomia ed ambiente. A ciascun ambito si ricollegano proposte di visita, incontri ed esperienze capaci di raggiungere gli obiettivi formativi e, nello stesso tempo, coinvolgere e divertire gli studenti.

L'offerta per le scuole ha una struttura modulare per cui, in base ai propri ambiti di interesse, ogni istituto ha la possibilità di prenotare una o più iniziative culturali, creando in autonomia il proprio pacchetto di visita. Tra le proposte: "Il Gi'OCA al Museo", "Terme Achilleane. Breve bagno nella città sotterranea", "Il Distretto culturale di Catania: il museo e il barocco catanese", "L'ARCA Museo", "Il Libro racconta", "Il Museo Diocesano e l'arte contemporanea di Palazzo Valle", "Percorsi di lettura animata" e "Gioca in Cattedrale".

Infine vengono pubblicati: una guida per la visita dei principali monumenti del centro storico catanese e dei comuni etnei legati al culto di Sant'Agata, con una parte introduttiva, disponibile anche in inglese e francese, che ripercorre la storia del culto agatino dalle origini ad oggi, ed un CD, dai contenuti in italiano e in inglese, che consente un viaggio virtuale nel barocco catanese, alla scoperta dei luoghi più suggestivi legati al culto della Santa.

2.1.11 DISTRETTO DI SELINUNTE

Il distretto culturale di Selinunte si colloca geograficamente tra le province di Trapani ed Agrigento, nel territorio della Valle del Belice, e comprende i comuni di: Campobello di

Mazara, Gibellina, Menfi, Montevago, Partanna, Poggioreale, Salaparuta, Sambuca di Sicilia, Santa Margherita di Belice e Santa Ninfa.

Figura 8 – Il distretto culturale di Selinunte



Fonte: Elaborazione dell'autrice

Il distretto di Selinunte, il più giovane dei distretti siciliani, nasce nel 2009 su iniziativa di comuni ed associazioni che sentono l'esigenza di creare una diversa matrice di organizzazione territoriale basata sulla valorizzazione dei *milieu* locali, dando di recente vita alla cosiddetta "Provincia culturale di Selinunte".

L'idea che distingue il distretto di Selinunte da tutti gli altri distretti culturali siciliani, è quella di puntare, non tanto sulla fruizione culturale, quanto piuttosto sulla produzione culturale, con l'obiettivo di generare cultura per migliorare la qualità della vita delle comunità locali coinvolte nel progetto di distrettualizzazione culturale.

Le risorse da valorizzare nel processo di sviluppo territoriale del distretto sono, quindi, i riti, le feste, le manifestazioni popolari, gli eventi culturali e gli spettacoli dal vivo, l'artigianato locale ed i prodotti tipici, ma anche la produzione artistica, editoriale e multimediale, radio-televisiva, cinematografica e musicale, oltre alle infrastrutture di accoglienza e di ristoro e a quelle per lo svago ed il tempo libero.

Il distretto ha sede a Menfi e conta tra i suoi soci, oltre ai dieci comuni delle province di Trapani ed Agrigento: la Confindustria di Trapani, il Coni Sicilia, il Consorzio Turistico

Trapanese, la Cooperativa Liberal Service, il consorzio Connecting People, il Centro Internazionale di Cultura Filosofica “G. Gentile”, l’Officina Studi Medievali, l’Associazione Ambientalista Nimpha Onlus, il Coordinamento Imprenditoria Femminile - Sezione di Trapani, la Feel Plus s.r.l. ed il Centro Studi Ce.Fo.Pro di Gibellina.

A questi si aggiungono *partner* esterni, con cui si sottoscrivono di volta in volta protocolli d’intesa, e che sono: il Dipartimento dei Beni Culturali Storico-Archeologici, Socio-Antropologici e Geografici della Facoltà di Lettere di Palermo, *partner* tecnico-scientifico del distretto; l’Università degli Studi di Palermo; la Libera Università della Politica; l’Associazione per la conservazione delle tradizioni popolari - Museo Internazionale delle Marionette Antonio Pasqualino di Palermo; il Centro Sperimentale di Cinematografia - Scuola Nazionale di Cinema (sede Sicilia); la Fondazione Federico II.

Le prime attività avviate dal distretto culturale di Selinunte riguardano: a) la realizzazione di un censimento partecipato delle risorse culturali del distretto con l’obiettivo di stimare la consistenza della produzione culturale locale e di valutare le sinergie progettuali esistenti o potenzialmente attivabili tra pubblico e privato e b) la successiva – e conseguente – creazione di un calendario unico delle iniziative culturali allo scopo di innalzare il livello qualitativo degli eventi, evitando, tra l’altro, la sovrapposizione delle manifestazioni e la dispersione degli investimenti.

Nel frattempo il distretto culturale lancia un concorso di idee per l’ideazione del logotipo e dell’immagine coordinata utilizzata poi come *brand* distintivo del distretto.

I risultati del censimento partecipato delle risorse culturali del territorio del distretto, che vede la collaborazione tra il Dipartimento dei Beni Culturali Storico-Archeologici, Socio-Antropologici e Geografici dell’Università degli Studi di Palermo ed i cittadini dei comuni del distretto, vengono presentati all’interno del programma di “UniverCittà Outdoor”, organizzato dall’Università degli Studi di Palermo in collaborazione con il distretto culturale di Selinunte che coordina gli eventi *outdoor*, svoltisi tutti nei comuni del distretto tra luglio ed ottobre 2011.

2.2 RAPPORTO TRA DISTRETTI CULTURALI E TURISMO

La ricchezza culturale dei distretti siciliani, ed in particolare quella di alcuni di essi i cui territori non hanno subito grandi fenomeni di trasformazione dell'identità locale, costituisce un'opportunità sulla quale può essere fondata un'attività turistica che serva da complemento delle attività produttive tradizionali.

Il turismo permetterebbe, infatti, di 'rivitalizzare' le attività economiche e di valorizzare le specificità culturali locali; tuttavia è pure vero che esso non rappresenta la soluzione a tutti i problemi di sviluppo locale e che non tutti i territori ne sono capaci. Come afferma, infatti, Carta (2003) "si tratta di reinserire il patrimonio culturale nell'economia locale attraverso la sua valorizzazione come materiale di base per una rinnovata fruizione."

Si passa, quindi, ad analizzare il rapporto esistente tra i distretti culturali siciliani ed il turismo, soffermandosi, in particolare, sulle loro attività di promozione e commercializzazione turistica, indagate attraverso un'intervista telefonica strutturata ai referenti dei distretti ed un questionario *online* ad un numero selezionato di *tour operator* ed agenzie di viaggio stranieri.

2.2.1 BENI CULTURALI E TURISMO IN CIFRE

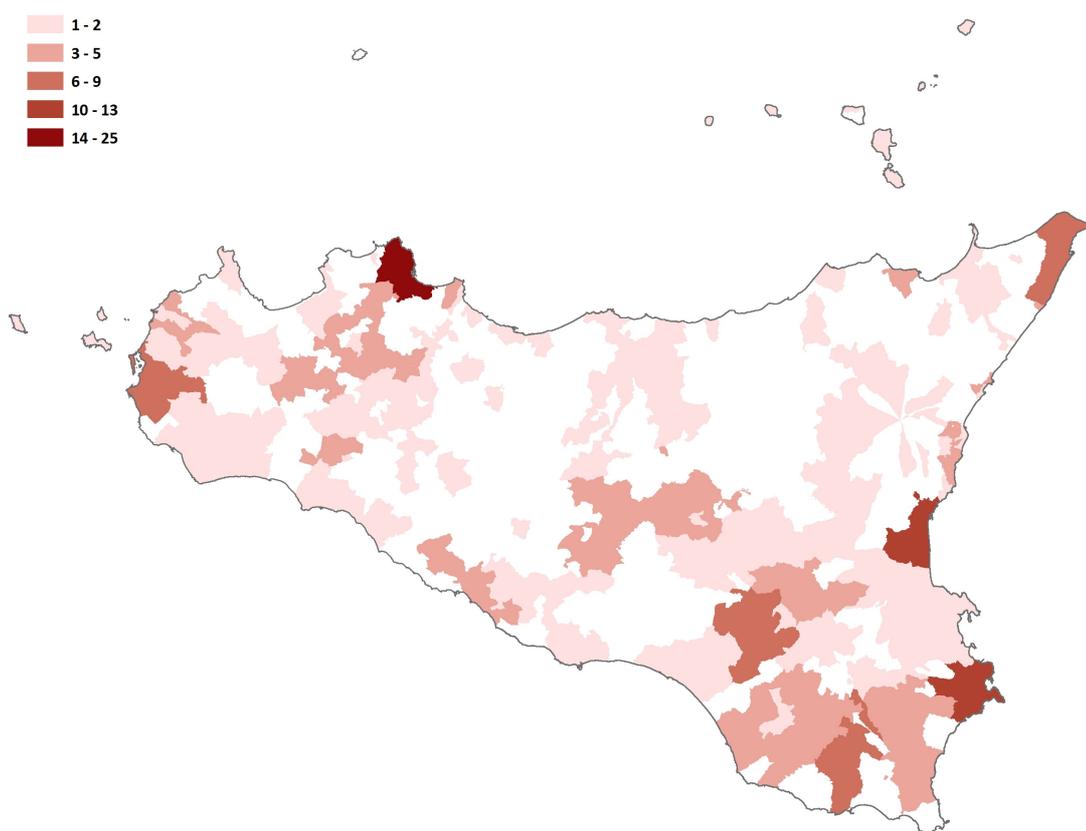
La relazione tra beni culturali e turismo viene oggi sempre più interpretata come una relazione 'produttiva' in cui i beni culturali – dopo un lungo periodo durante il quale sono stati considerati solo come patrimonio da preservare e da conservare in quanto testimonianza del passato – assumono il ruolo di 'attrattori turistici' (Simeon, 2000) e diventano fattori di sviluppo locale (De Varine, 2005; Greffe, 2003; Martelloni, 2006).

Secondo quanto riportato da un'indagine ISTAT sugli istituti di antichità e d'arte e sui luoghi della cultura non statali, condotta tra il 2007 ed il 2008, con riferimento all'anno 2006, i musei e gli istituti similari risultati attivi ed accessibili al pubblico in Sicilia sono 261 (ISTAT, 2009b).

Essi rappresentano una risorsa uniformemente distribuita sul territorio, al punto che poco meno di un comune siciliano su tre (119) risulta dotato di almeno un museo o una struttura simile (Figura 9). La densità del patrimonio culturale siciliano – un vasto insieme di strutture regionali, provinciali, comunali, ecclesiastiche, private, universitarie e di altra

natura, distribuito in modo capillare sul territorio regionale – conferma l'immagine di museo diffuso con cui viene comunemente rappresentata la Sicilia.

Figura 9 - Musei e di istituti similari siciliani per comune. Anno 2006



Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati ISTAT (2006)

Le province con la maggiore dotazione, in valore assoluto, sono Palermo, Catania e Messina, le quali, con più di 150 unità totali, ospitano oltre la metà (59%) del patrimonio museale regionale. In rapporto all'estensione territoriale, però, le province che presentano la maggiore incidenza di istituti museali e similari sono Catania, Messina, Siracusa, Trapani, Palermo e Ragusa, con almeno una struttura ogni 100 km² di superficie (cfr. Tabella 11).

Tabella 11 - Numero di musei e di istituti similari siciliani per tipologia e per provincia. Anno 2006

Province	Museo	Area o parco archeologico	Monumento, complesso monumentale o altro	Totale musei e istituti similari	
				numero	per 100 km ² di superficie
Agrigento	12	1	1	14	0,5
Caltanissetta	10	-	1	11	0,5
Catania	44	4	7	55	1,5
Enna	5	1	2	8	0,3
Messina	30	4	8	42	1,3
Palermo	42	2	13	57	1,1
Ragusa	11	1	5	17	1,1
Siracusa	12	8	8	28	1,3
Trapani	24	2	3	29	1,2
SICILIA	190	23	48	261	1,0

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati ISTAT (2006)

Delle 261 strutture espositive che compongono il patrimonio regionale censito, 190 (pari a ben il 72,8% del totale) sono propriamente musei. Ad essi si aggiungono 23 aree e parchi archeologici e 48 tra monumenti, complessi monumentali musealizzati ed altre strutture espositive similari, permanenti e dotate di modalità di accesso e di visita organizzate e regolamentate, quali ville e palazzi di interesse storico o artistico, chiese ed edifici di culto, architetture fortificate e civili, ecc. (cfr. Tabella 11).

Secondo quanto riportato dalle strutture museali intervistate, le persone che hanno visitato i musei e gli istituti similari siciliani nel 2006 sono quasi 6 milioni e 300 mila (cfr. Tabella 12). Il flusso di utenza è quindi pari, in media, a poco più di 24 mila visitatori per singola struttura espositiva, a fronte di una media nazionale pari a poco meno di 14 mila e 500 visitatori per struttura, dimostrando una grande capacità attrattiva del patrimonio culturale siciliano.

In termini assoluti, gli istituti delle province di Messina, Palermo ed Agrigento assorbono oltre la metà (53,7%) del pubblico complessivo degli istituti dell'Isola. In termini relativi, invece, le province che presentano i maggiori flussi di utenza in proporzione al numero di strutture espositive sono Agrigento, Enna e Trapani, con, rispettivamente, circa 74 mila, 60 mila e 35 mila visitatori per singolo museo o istituto simile. Nella provincia di

Caltanissetta, invece, l'utenza appare assai ridotta, con un flusso medio di circa 3 mila unità per istituto (cfr. Tabella 12).

Tabella 12 - Visitatori dei musei e degli istituti similari siciliani per modalità di accesso e per provincia. Anno 2006

PROVINCE	Numero di visitatori			Totale musei e istituti similari
	Paganti	Non paganti	Totale	
Agrigento	509.742	523.291	1.030.654	14
Caltanissetta	4.667	28.573	33.240	11
Catania	199.064	199.616	396.630	55
Enna	292.865	181.060	473.925	8
Messina	165.068	271.255	1.218.323	42
Palermo	622.123	497.240	1.119.363	57
Ragusa	108.584	28.655	137.239	17
Siracusa	520.270	327.506	847.776	28
Trapani	647.911	367.139	1.015.050	29
SICILIA	3.070.294	2.424.335	6.272.200	261

Fonte: Dati ISTAT (2006)

Complessivamente, il 38,7% del pubblico ha potuto visitare i musei e gli istituti similari a titolo gratuito; del resto, quasi la metà (47,9%) delle strutture espositive siciliane consente l'accesso al pubblico a titolo gratuito. La quota degli istituti che prevede l'ingresso non a pagamento presenta, però, delle differenze rilevanti a livello territoriale e varia dal 23,5% della provincia di Ragusa al 72,7% di quella di Caltanissetta (Tabella 12 e Tabella 13).

Osservando sempre le modalità di accesso, l'offerta sembra poi cominciare a puntare su circuiti museali che comprendono una pluralità di centri espositivi visitabili attraverso biglietti cumulativi. Una quota di istituti pari al 20,3% del totale ha, infatti, attuato iniziative di coordinamento con istituzioni analoghe sul territorio, offrendo al pubblico un unico titolo di accesso che consente di visitare più strutture museali appartenenti allo stesso circuito o sistema organizzato di musei con l'acquisto di un solo biglietto. Questa politica promozionale e commerciale risulta particolarmente diffusa nella provincia di Ragusa, dove quasi un istituto su due (circa il 47%) adotta forme integrate di accesso, a fronte di valori che risultano pari a zero nella provincia di Caltanissetta.

Sempre nel 2006 il valore complessivo degli introiti realizzati dai musei e dagli istituti similari siciliani esclusivamente attraverso la vendita dei biglietti di ingresso è

quantificabile in oltre 13 milioni e 500 mila euro, pari in media a più di 110 mila euro per singolo istituto.

Tabella 13 - Introiti derivanti dalla vendita dei biglietti di ingresso dei musei e degli istituti similari siciliani per provincia. Anno 2006

PROVINCE	Introiti (in euro)	Musei e istituti similari			% musei e istituti similari gratuiti sul totale
		A pagamento	Gratuiti	Totale	
Agrigento	2.725.843	5	9	14	64,3
Caltanissetta	10.471	3	8	11	72,7
Catania	292.239	27	28	55	50,9
Enna	1.491.541	6	2	8	25,0
Messina	368.878	21	21	42	50,0
Palermo	2.626.941	30	27	57	47,4
Ragusa	228.718	13	4	17	23,5
Siracusa	2.574.853	17	11	28	39,3
Trapani	3.187.037	14	15	29	51,7
SICILIA	13.506.521	136	125	261	47,9

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati ISTAT (2006)

Alcuni istituti a carattere museale mostrano, inoltre, una certa capacità di iniziativa che non si limita alla sola attività di conservazione ed esposizione, ma che riguarda anche lo svolgimento sul territorio di funzioni di valorizzazione e promozione culturale, attraverso attività divulgative, didattiche, editoriali, commerciali, scientifiche e di ricerca.

Il 41,4% delle istituzioni, ad esempio, svolge attività didattiche e il 39,5% ha una sala o un laboratorio appositamente attrezzati e dedicati alle attività didattiche, di studio o di ricerca. Circa due quinti delle istituzioni rispondenti compie attività culturali e di divulgazione: il 41,4% di esse ha organizzato mostre ed esposizioni temporanee e il 35,6% convegni, conferenze e seminari (cfr. Tabella 14).

Il 46,4% degli istituti rilevati ha curato la pubblicazione di libri e cataloghi e il 42,1% ha provveduto alla produzione di altro materiale informativo ed alla riproduzione di beni culturali, mentre circa un istituto su quattro (24,1%) è stato in grado di curare la produzione di supporti audiovisivi ed informatici (cfr. Tabella 14).

Per quanto riguarda, infine, le attività più prettamente commerciali, solo il 26,8% degli istituti è organizzato per la vendita di pubblicazioni, di materiali informativi e di

riproduzioni dei beni esposti, mentre nemmeno una struttura su dieci (8%) dispone di una caffetteria o di un punto di ristorazione per i visitatori. In compenso, tre quarti dei musei e degli istituti similari (75,9%) è in grado di offrire al pubblico un servizio di visite guidate (cfr. Tabella 14).

Tabella 14 - Musei ed istituti similari siciliani per tipologia di attività realizzate e servizi erogati. Anno 2006

Attività e servizi	% musei e istituti similari
<i><u>Attività realizzate</u></i>	
Attività didattiche	41,4
Esposizioni e mostre temporanee	41,4
Prestito di materiale per mostre o studio	41,0
Interventi di restauro conservativo dei beni	37,9
Acquisizione di nuovi beni per le collezioni, a qualsiasi titolo	37,2
Convegni, conferenze e seminari	35,6
Attività di ricerca	33,3
<i><u>Servizi aggiuntivi</u></i>	
Servizio di biglietteria	51,7
Prenotazione biglietti di ingresso	20,7
Caffetteria e ristorazione	8,0
Guardaroba	4,2
Visite guidate	75,9
Assistenza e supporto alla visita per disabili	26,1
Accoglienza, assistenza e intrattenimento per l'infanzia	11,5
Pubblicazione di libri e cataloghi	46,4
Produzione di altro materiale informativo e riproduzioni di beni culturali	42,1
Vendita di pubblicazioni, materiali informativi e riproduzioni di beni culturali	26,8
Produzione di sussidi audiovisivi e informatici	24,1
<i><u>Supporti alla fruizione</u></i>	
Didascalie, pannelli informativi e/o schede mobili	75,1
Strutture e attrezzature per favorire l'accesso dei disabili	33,0
Percorsi segnalati	30,3
Sito web dedicato	26,8
Postazioni multimediali	11,5
Computer a disposizione del pubblico	10,0
Audioguide	7,7

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati ISTAT (2006)

Nel rilevare gli istituti museali aperti ed effettivamente accessibili in Sicilia nel 2006, l'indagine ha, indirettamente, consentito di raccogliere informazioni anche su un ingente patrimonio storico ed artistico che non risulta fruibile al pubblico. Complessivamente, infatti, sono stati individuati sul territorio regionale 40 istituti che al 2006 erano chiusi o non visitabili. Esiste, dunque, una risorsa culturale – pari a circa il 20% del patrimonio fruibile – per la quale sussistono ampi margini di valorizzazione e di sviluppo.

Molte delle strutture sono risultate temporaneamente inaccessibili in quanto oggetto di interventi di recupero per attività di ristrutturazione e restauro (52,5%) o allestimento e scavo (2,5%), mentre una quota significativa è chiusa al pubblico per inagibilità (12,5%) ed un'altra per carenza di personale (5%).

Anche all'interno degli stessi musei aperti al pubblico, però, in molti casi le barriere strutturali e le carenze organizzative impediscono o limitano l'accessibilità e la fruibilità del patrimonio museale, penalizzando alcune categorie di utenza. Il 66% dei musei, infatti, non è attrezzato per favorire l'accesso dei diversamente abili e consentire loro il superamento di eventuali ostacoli architettonici, mentre ben il 73,9% non dispone di supporti didattici ed informativi per agevolare la fruizione.

In sintesi, quindi, la Sicilia, se da un lato, con la vastità del suo patrimonio culturale, va incontro alla forte richiesta di cultura proveniente dai visitatori, dall'altro non possiede ancora tutte le caratteristiche per un consumo turistico.

2.2.2 POLITICHE PER I BENI CULTURALI ED IL TURISMO

Come già detto in precedenza, i beni culturali possono rappresentare un'opportunità per lo sviluppo economico del territorio siciliano in quanto una loro adeguata valorizzazione e promozione può incrementare lo sviluppo del settore turistico, della ristorazione e dell'intrattenimento, oltre che del settore culturale in senso stretto. A fronte di queste possibilità, le politiche di sostegno al settore dei beni culturali attuate a partire dagli anni '90 non sono, tuttavia, riuscite a produrre gli effetti desiderati.

Alcune politiche hanno realizzato interventi di recupero e manutenzione del patrimonio culturale, con lo scopo di attivare un processo di valorizzazione dei beni recuperati e di sfruttarne l'impatto economico derivante dalla loro fruizione. Altre politiche hanno avuto l'obiettivo di collegare più strettamente il settore dei beni culturali ad altri settori

produttivi, contribuendo allo sviluppo di settori ausiliari a quello culturale, come quello dell'informatica e della multimedialità. Altre politiche ancora hanno realizzato una razionalizzazione ed una riorganizzazione del processo di valorizzazione, con l'obiettivo di accrescere l'offerta di servizi culturali e la loro fruizione.

Il limite maggiore di queste politiche deriva, però, dalla loro scarsa connessione con il territorio in cui risiedono i beni culturali e con le offerte economiche e culturali in esso presenti. Si è, infatti, proceduto parcellizzando gli interventi e, soprattutto, non integrando politiche ed interventi settoriali con le altre risorse e dotazioni del territorio.

L'opportunità offerta dalla valorizzazione dei beni culturali come fattore di crescita del territorio è, però, sempre più riconosciuta e negli ultimi anni l'impatto economico del turismo associato al processo di valorizzazione dei beni culturali ha assunto maggiore rilevanza e viene ormai considerato tra gli obiettivi delle politiche di sviluppo, che avendo individuato nel settore del turismo la forza economica trainante hanno, quindi, sviluppato nuovi strumenti di pianificazione turistica e di programmazione negoziata, allo scopo di attuare azioni integrate di sviluppo che prevedono la valorizzazione del patrimonio culturale a fini turistici (Patti Territoriali, PIT e GAL prima e PIST, PISU e POIN poi).

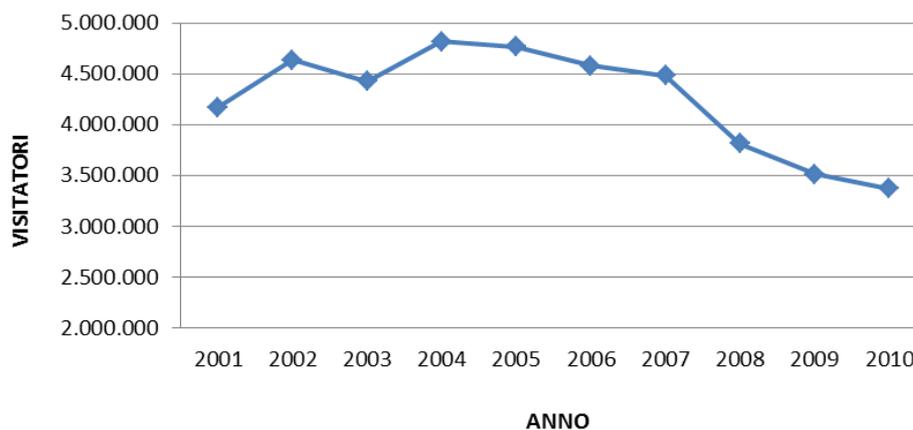
In questo quadro le esperienze condotte di recente dai distretti culturali, di valorizzazione delle risorse culturali fortemente integrate con il territorio e capaci di incidere anche sui processi di sviluppo turistico locale, possono risultare di interesse ed utilità. Nel caso dei distretti culturali l'innovazione consiste nella creazione di un modello di offerta dei beni culturali che, se presentati in un contesto unitario e distrettuale, anziché isolatamente, possono accrescere il loro potere di attrazione, consentendo ai territori di aumentare la propria visibilità e di sviluppare un turismo culturale. I distretti culturali possono, quindi, costituire un'opportunità per tutti quei territori siciliani decisi a fare della valorizzazione del loro patrimonio culturale una leva concreta per il loro sviluppo.

Evidentemente, però, in Sicilia esiste una qualche difficoltà nella promozione di processi integrati di valorizzazione del patrimonio culturale – dovuta probabilmente alla mancanza di una reale volontà di ideazione e sperimentazione di nuovi modelli di fruizione turistica – se, nonostante la vastità del patrimonio culturale presente nell'Isola ed il numero di piani e progetti attuati, da diversi anni il settore soffre ormai di una congiuntura sfavorevole.

I dati sulla fruizione dei beni culturali pubblicati ogni anno dall'Assessorato dei Beni Culturali e dell'Identità siciliana della Regione Siciliana mostrano, infatti, come negli ultimi dieci anni, nel complesso, il numero dei visitatori di musei, gallerie e siti archeologici

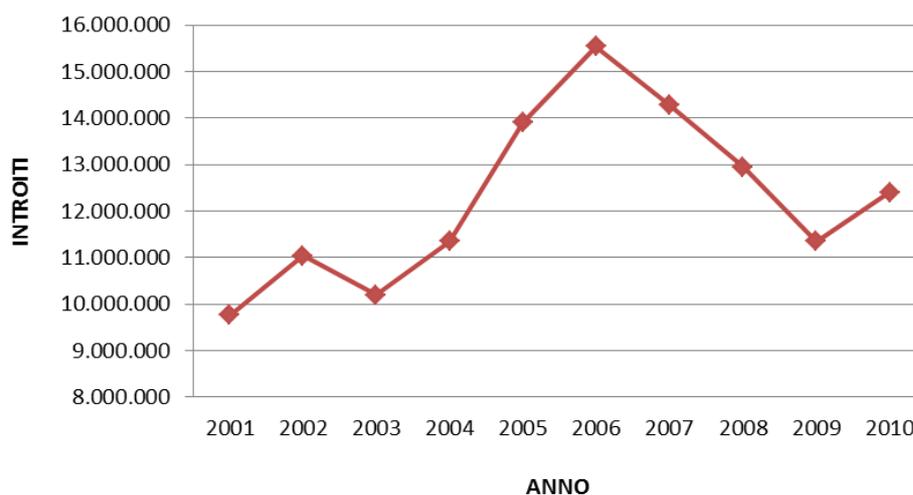
regionali sia sceso da 4.172.986 nel 2001 a 3.367.826 nel 2010 (cfr. Grafico 1), sebbene il valore degli introiti sia salito da 9.766.307 nel 2001 a 12.399.611 nel 2010 (cfr. Grafico 2) (fonte: Dipartimento dei Beni Culturali e dell'Identità siciliana, 2001-2010).

Grafico 1 - Visitatori dei musei, delle gallerie e delle aree archeologiche regionali siciliani. Anni 2001-2010



Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati dell'Assessorato dei Beni Culturali e dell'Identità siciliana – Regione Siciliana (2001-2010)

Grafico 2 - Introiti dei musei, delle gallerie e delle aree archeologiche regionali siciliani. Anni 2001-2010



Fonte: Elaborazione propria su dati dell'Assessorato dei Beni Culturali e dell'Identità siciliana – Regione Siciliana (2001-2010)

2.2.3 DISTRETTI CULTURALI E DISTRETTI TURISTICI

Per incrementare le opportunità di crescita economica e sociale dei loro territori attraverso il turismo, quasi tutti i comuni appartenenti ai distretti culturali siciliani hanno di recente presentato, insieme anche ad altri comuni, dei piani di sviluppo turistico per il riconoscimento da parte dell'Assessorato Regionale del Turismo di "Distretti turistici della Regione siciliana" (previsti dalla Legge Regionale n. 10 del 15 settembre 2005).

Secondo quanto riportato dal decreto dell'Assessorato del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo del 16 febbraio 2010 sui "Criteri e modalità per il riconoscimento dei distretti turistici" (Allegato 3) si definiscono distretti turistici "*i contesti omogenei o integrati comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a più province della Regione siciliana e caratterizzati da offerte qualificate di attrazioni turistiche e/o di beni culturali, ambientali, ivi compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e/o dell'artigianato locale.*" (fonte: Gazzetta Ufficiale della Regione Siciliana del 16-4-2010 - Parte I n. 19).

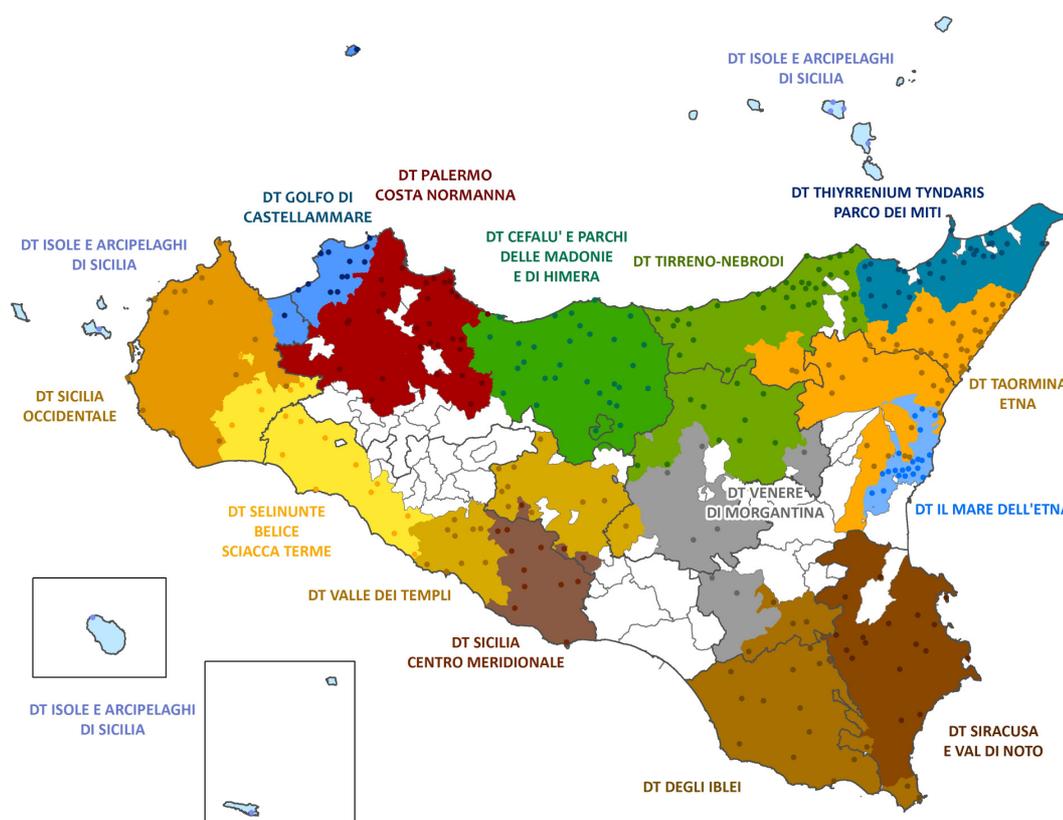
I distretti turistici possono essere promossi da enti pubblici, enti territoriali e/o soggetti privati che intendano concorrere allo sviluppo turistico dei propri territori ma, al fine di giungere ad un'offerta turistica integrata che valorizzi tutte le diverse risorse di un territorio, devono essere costituiti obbligatoriamente da soggetti pubblici e privati (questi ultimi per almeno il 30%).

I distretti devono essere costituiti da territori contigui; fanno eccezione quelli *tematici* che, diversamente dai *territoriali*, possono essere costituiti da territori non contigui, ma caratterizzati da un unico tema specifico. I distretti devono, comunque, essere formati da un'aggregazione territoriale non inferiore a dodici comuni. Ciascun distretto turistico deve, inoltre, avere almeno 150 mila abitanti, 7 mila e 500 posti letto ed un esercizio commerciale ogni 350 abitanti. Il suo territorio deve, infine, possedere risorse culturali (materiali e immateriali) o naturalistiche o altro.

I distretti turistici al vaglio dell'Assessorato sono ventisei, di cui sedici territoriali e dieci tematici, ma in base al decreto dell'Assessorato del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo del 12 ottobre 2011, quelli per i quali si è positivamente conclusa la fase di valutazione delle istanze di riconoscimento, attualmente, sono ventiquattro, di cui quindici territoriali e nove tematici (fonte: Gazzetta Ufficiale della Regione Siciliana del 12-10-2011 - Parte I n. 47).

I quindici distretti territoriali sono: “Cefalù e Parchi delle Madonie e di Himera”, “Golfo di Castellammare”, “Iblei”, “Il mare dell’Etna”, “Isole e arcipelaghi di Sicilia”, “Palermo Costa Normanna”, “Selinunte, Belice e Sciacca Terme”, “Sicilia centro meridionale”, “Sicilia Occidentale”, “Siracusa e Val di Noto”, “Taormina Etna”, “Thyrrenium Tyndaris - Parco dei Miti”, “Tirreno Nebrodi”, “Valle dei Templi” e “Venere di Morgantina” (Figura 10).

Figura 10 - I distretti turistici territoriali in Sicilia

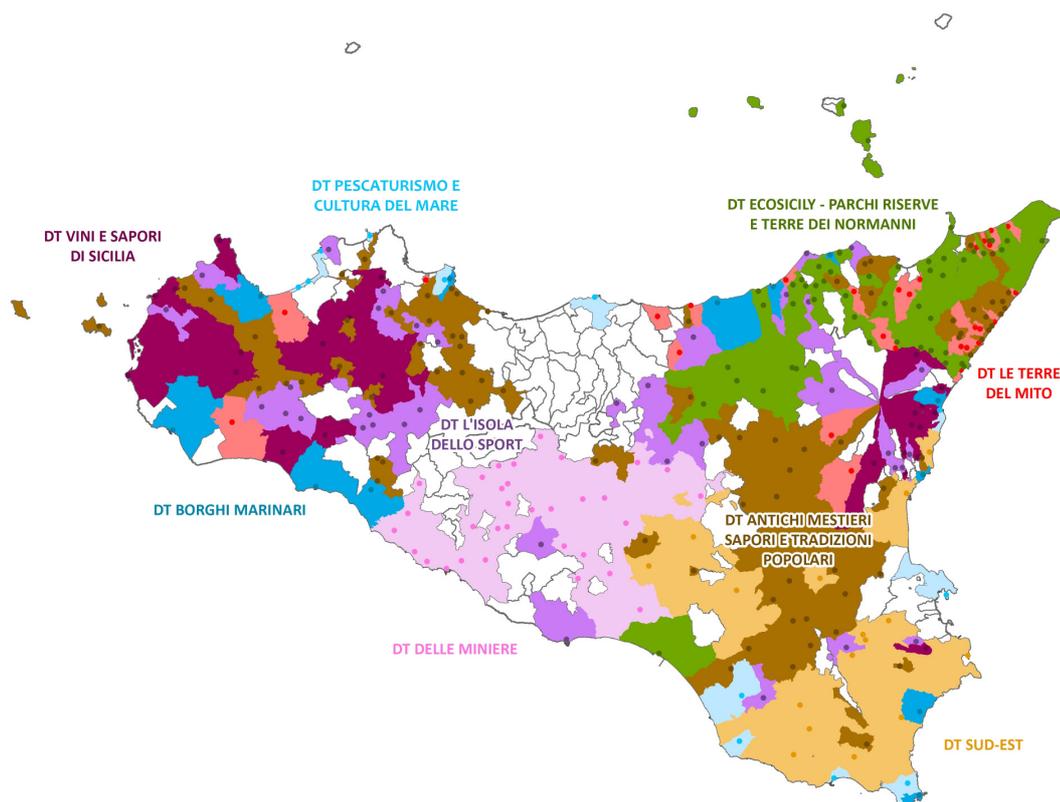


Fonte: Elaborazione dell’autrice su dati dell’Assessorato del Turismo dello Sport e dello Spettacolo - Regione Siciliana

I nove distretti tematici, invece, sono: “Antichi mestieri, sapori e tradizioni popolari”, “Borghi marinari”, “EcoSicily – Parchi, riserve e terre normanne”, “L’isola dello sport”,

“Miniere”, “Pescaturismo e cultura del mare”, “Sud Est”, “Terre del Mito” e “Vini e Sapori di Sicilia” (Figura 11).

Figura 11 - I distretti turistici tematici in Sicilia

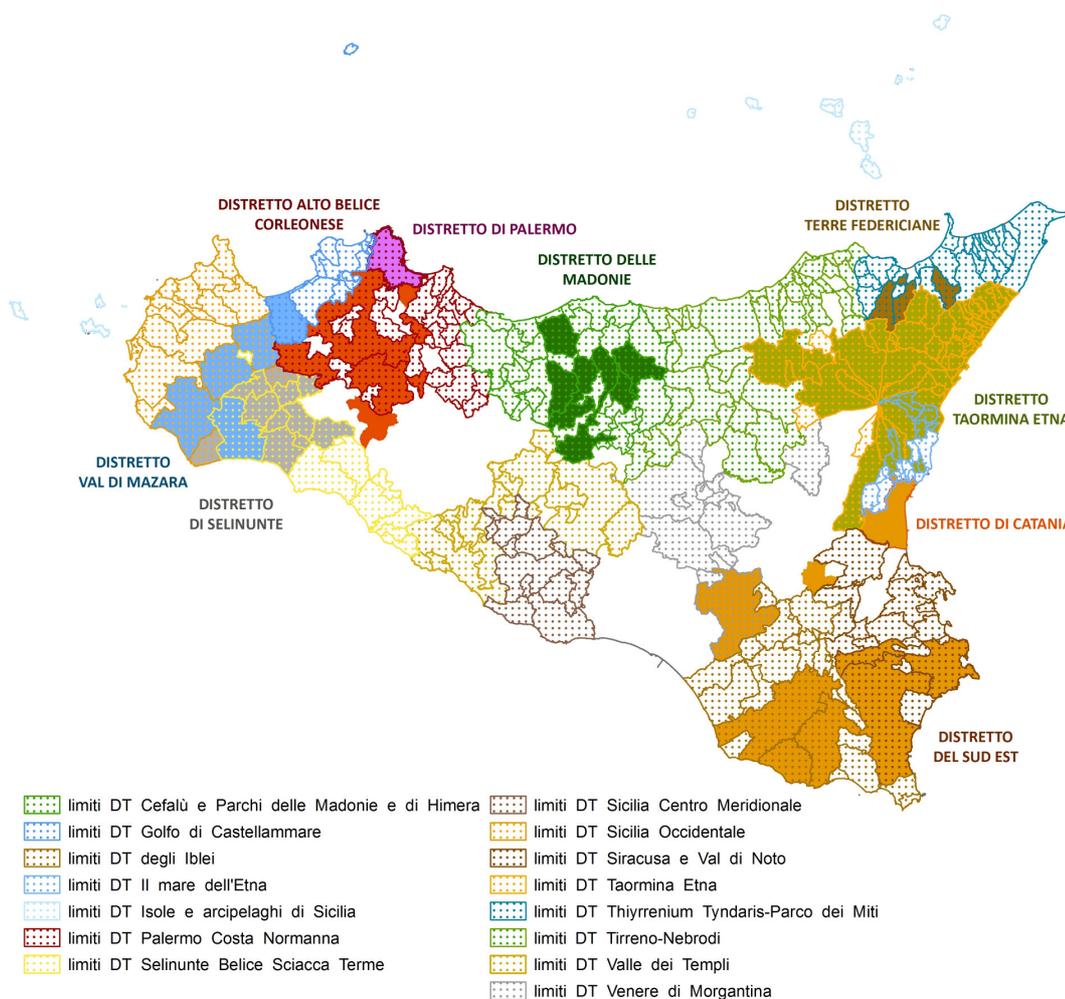


Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati dell'Assessorato del Turismo dello Sport e dello Spettacolo - Regione Siciliana

In questo modo, il distretto culturale del “Sud Est” rientra nei distretti turistici territoriali degli “Iblei”, di “Siracusa e del Val di Noto” e di “Venere di Morgantina”; il distretto culturale di “Taormina Etna” ricade quasi per intero nel distretto turistico territoriale di “Taormina Etna” e per piccola parte in quello “Il mare dell’Etna”; il distretto culturale delle “Madonie” è compreso interamente nel distretto turistico territoriale “Cefalù e Parchi delle Madonie e di Himera”; il distretto culturale del “Val di Mazara” rientra nei distretti turistici territoriali della “Sicilia Occidentale”, di “Selinunte, Belice e Sciacca Terme” e del “Golfo di

Castellammare”; il distretto culturale delle “Terre Federiciane” è contenuto per intero nel distretto turistico territoriale “Thyrrenium Tyndaris - Parco dei Miti”; il distretto culturale di “Selinunte” ricade nei distretti turistici territoriali della “Sicilia Occidentale” e di “Selinunte, Belice e Sciacca Terme”; il distretto culturale di “Palermo” ed “Alto Belice Corleonese” rientrano nel distretto turistico territoriale di “Palermo Costa Normanna” mentre il distretto culturale di “Catania” non rientra in alcun distretto turistico territoriale (Figura 12).

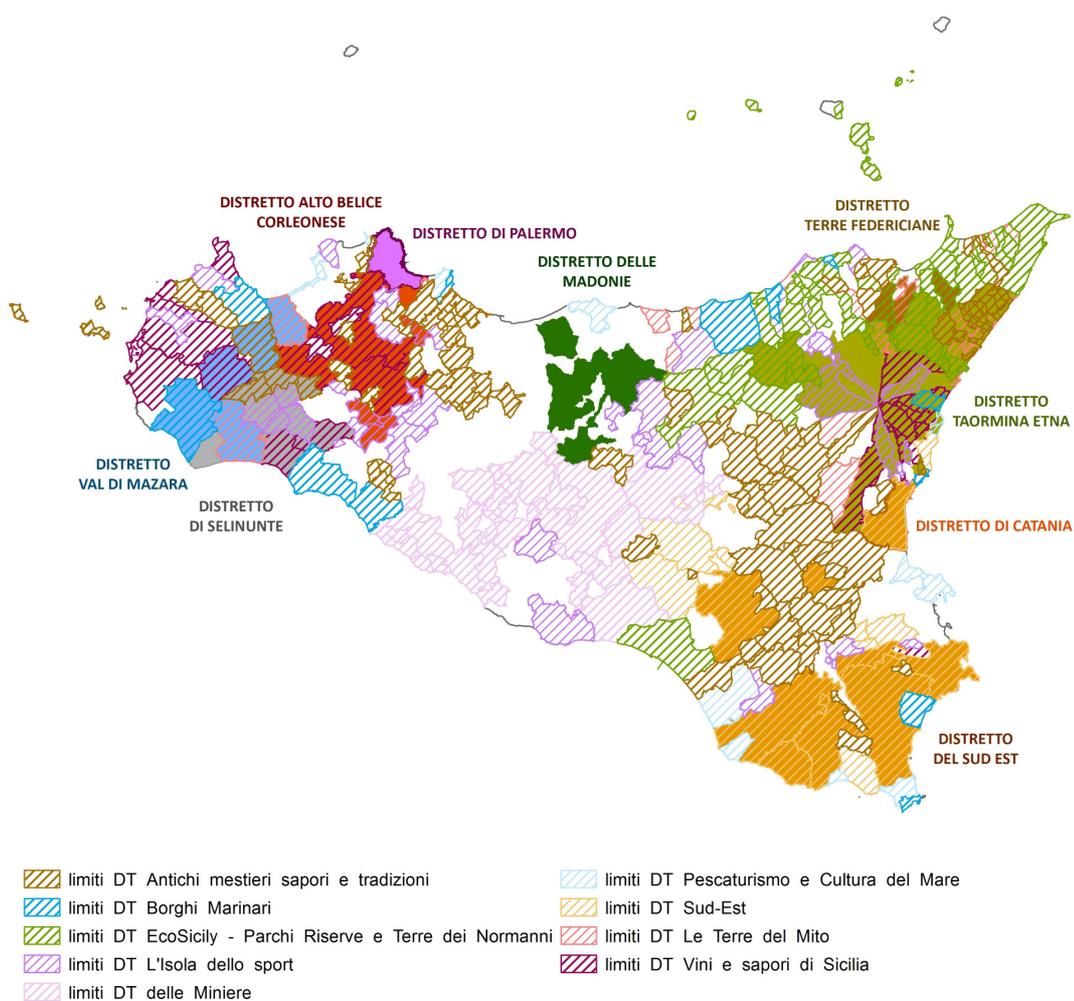
Figura 12 - Distretti culturali e distretti turistici (DT) territoriali a confronto



Fonte: Elaborazione dell'autrice

Con riferimento ai distretti turistici tematici, che riguardano invece territori non contigui, ma caratterizzati da un tema, il distretto culturale del “Sud Est” rientra per intero nel corrispettivo distretto turistico tematico, quello appunto del “Sud-Est”, in cui rientra anche il distretto culturale di “Catania”, i distretti culturali di “Taormina Etna”, “Val di Mazara” “Terre Federiciane” e di “Selinunte” ricadono su più distretti turistici tematici insieme mentre il distretto culturale delle “Madonie” e di “Palermo” non rientrano in alcun distretto turistico tematico (Figura 13).

Figura 13 - Distretti culturali e distretti turistici (DT) tematici a confronto



Fonte: Elaborazione dell'autrice

In sintesi risulta dunque che, mentre molti distretti culturali si sono candidati a diventare distretti turistici ampliando i loro confini con l'inclusione di nuovi territori comunali, o inserendo tutto o una gran parte del loro territorio entro i confini di un distretto turistico, altri distretti culturali si sono frammentati e riarticolati, con i comuni aderenti che si sono candidati a diventare distretti turistici creando altre reti di relazione con comuni diversi, in un ennesimo processo di 'costruzione' e 'ricostruzione' del territorio.

2.2.4 INDAGINE SULLA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DEI DISTRETTI

Oggi la turisticità di un territorio non dipende soltanto dalle sue risorse culturali, ma anche dalla sua capacità di attivare politiche di valorizzazione di tali risorse, che rafforzino la sua attrattività mediante opportune azioni di promozione e commercializzazione del patrimonio culturale.

Queste azioni, inoltre, si configurano, sempre più, come azioni coordinate che riguardano non solo – e non tanto – singole emergenze puntuali, ma interi sistemi territoriali locali, per cui la strada dei distretti culturali – in cui la presenza di risorse culturali diventa oggetto di specifiche politiche che ne incentivano la logica di sistema – sembrerebbe essere vincente.

Il lavoro di ricerca è stato, dunque, arricchito con un'indagine sulle azioni di promozione e commercializzazione turistica finora compiute dai distretti siciliani, realizzata attraverso un'intervista telefonica strutturata ai referenti dei distretti ed un questionario *online* rivolto ad un numero selezionato di *tour operator* ed agenzie di viaggio stranieri.

Questo perché si è ritenuto che per avere un quadro più completo della questione occorresse indagarla sia dal lato dell'offerta, rappresentata dai distretti culturali, che dal lato della domanda, in questo caso rappresentata da chi normalmente promuove e commercializza prodotti turistici, e cioè i *tour operator* e le agenzie di viaggio.

Per la realizzazione della prima parte dell'indagine si è proceduto alla progettazione ed alla stesura di una scheda d'intervista (Allegato 4) utilizzata per intervistare telefonicamente i referenti dei distretti, individuati tra i soggetti di vertice degli enti, delle società o delle associazioni che hanno condotto il processo di ideazione e di realizzazione del progetto di distrettualizzazione sul territorio, o in alternativa tecnici da loro incaricati.

L'indagine telefonica è stata svolta tra ottobre e novembre del 2011 ed ha visto il coinvolgimento di un referente per ciascun distretto, per un totale di nove rispondenti.

L'intervista ha riguardato, essenzialmente:

a) l'uso di *mezzi di comunicazione* come:

- logo,
- sito internet,
- cartellonistica pubblicitaria e/o segnaletica stradale,
- ufficio informazioni e/o numero verde,
- materiale turistico del distretto (pubblicazioni, *brochure*, pieghevoli);

b) l'adozione di *strategie di commercializzazione* come:

- calendario unico degli eventi,
- biglietto unico (o cumulativo) per le visite,
- programmi specifici per le scuole;

c) l'utilizzo di *strumenti di promozione* come:

- fiere del settore turistico,
- pubblicità audio e/o video,
- pubblicità su riviste e cataloghi di viaggio,
- siti *web*, *social network* e portali internet di turismo,
- eventi e manifestazioni nel territorio,
- progetti specifici o altro;

d) l'impiego di *canali di commercializzazione* come:

- *tour operator* e/o agenzie di viaggio,
- pacchetti turistici autorganizzati dal distretto,
- *tour* e visite guidate autorganizzati dal distretto,
- progetti specifici o altro.

Per la realizzazione della seconda parte dell'indagine si è, invece, passati alla progettazione ed alla predisposizione di un questionario (Allegato 5), compilabile *online*, rivolto ai *tour operator* ed alle agenzie di viaggio selezionati tra quelli dei primi cinque Paesi da cui provengono i turisti stranieri in Sicilia,⁸ che hanno partecipato alla Borsa Internazionale del Turismo di Milano del 2010 (fonte: Borsa Internazionale del Turismo, 2010) e che promuovono e commercializzano viaggi culturali tra le loro tipologie di viaggio e, allo stesso tempo, la Sicilia tra le loro destinazioni turistiche.

L'indagine *on-line* è stata svolta tra dicembre del 2011 e gennaio del 2012 ed ha visto il coinvolgimento di un totale di 75 *tour operator* ed agenzie di viaggio stranieri che, tramite *e-mail*, sono stati invitati a compilare il questionario *online*. Di questi operatori turistici, hanno risposto in quindici.

Il questionario ha riguardato, sostanzialmente, da una parte l'individuazione delle città o aree della Sicilia proposte nelle loro offerte di viaggio ed il modo in cui queste vengono scelte, e dall'altra parte la conoscenza che essi hanno dei distretti culturali e l'eventuale promozione e commercializzazione che ne fanno. In particolare:

- nel caso in cui i distretti non siano conosciuti dai rispondenti, si chiede se si ritiene che possa esserci un interesse del mercato turistico nei loro confronti e su quali attività i distretti dovrebbero puntare maggiormente per suscitarlo;
- nel caso in cui i distretti siano conosciuti ma non siano promossi e/o commercializzati, se ne chiede il motivo;
- nel caso in cui i rispondenti promuovano e/o commercializzino uno o più distretti siciliani si chiede quali aspetti andrebbero eventualmente migliorati per incrementarne lo sviluppo turistico.

2.2.5 RISULTATI DELL'INDAGINE

Le Tabelle 15-18 presentano i principali risultati ottenuti dalla prima parte dell'indagine sulla promozione e commercializzazione dei distretti culturali attraverso l'intervista telefonica strutturata ai loro referenti.

⁸ Nell'ordine Francia, Germania, Stati Uniti, Gran Bretagna e Spagna (fonte: Osservatorio Turistico della Regione Siciliana, 2011)

Tabella 15 – Uso di mezzi di comunicazione da parte dei distretti culturali siciliani

Distretti	Logo	Sito internet	Cartellonistica o segnaletica	Ufficio info o numero verde	Materiale turistico
del Sud Est	X	X		X	X
Taormina Etna	X	X	X	X	X
delle Madonie	X	X		X	X
Val di Mazara	X	X			
Alto Belice Corleonese	X	X			X
Terre Federiciane					X
di Palermo	X	X	X	X	X
di Catania	X	X		X	X
di Selinunte	X	X			

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati della propria indagine

Tabella 16 – Adozione di strategie di commercializzazione da parte dei distretti culturali siciliani

Distretti	Calendario unico	Biglietto unico	Programma scuole
del Sud Est	X		
Taormina Etna	X	X	X
delle Madonie			X
Val di Mazara			
Alto Belice Corleonese			
Terre Federiciane			
di Palermo	X	X	X
di Catania			X
di Selinunte			

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati della propria indagine

Tabella 17 – Utilizzo di strumenti di promozione da parte dei distretti culturali siciliani

Distretti	Strumenti di promozione complessivamente utilizzati							Strumenti di promozione utilizzati nell'ultimo anno						
	Fiere del settore turistico	Publicità audio e/o video	Publicità su riviste e cataloghi	Siti web, social network, portali	Eventi manifestazioni	Progetti specifici		Fiere del settore turistico	Publicità audio e/o video	Publicità su riviste e cataloghi	Siti web, social network, portali	Eventi manifestazioni	Progetti specifici	
del Sud Est	X													
Taormina Etna	X	X	X	X	X	X								
delle Madonie	X		X											
Val di Mazara			X											
Alto Belice Corleonese					X									
Terre Federiciane														
di Palermo														
di Catania														
di Selinunte														

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati della propria indagine

Tabella 18 – Impiego di canali di commercializzazione da parte dei distretti culturali siciliani

Distretti	Canali di commercializzazione complessivamente utilizzati					Canali di commercializzazione utilizzati nell'ultimo anno				
	Tour operator e/o agenzie di viaggio	Pacchetti turistici	Tour e visite guidate	Progetti specifici	Altro	Tour operator e/o agenzie di viaggio	Pacchetti turistici	Tour e visite guidate	Progetti specifici	Altro
del Sud Est	X					X				
Taormina Etna	X	X	X			X	X	X		
delle Madonie										
Val di Mazara										
Alto Belice Corleonese										
Terre Federiciane										
di Palermo										
di Catania										
di Selinunte										

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati della propria indagine

In particolare, di seguito si riportano i risultati ottenuti con riferimento ad ognuno degli elementi considerati.

- L'idea di creare un logo del distretto è stata adottata da otto distretti su nove, così come quella di realizzare un sito *internet* con informazioni sul distretto, sui *partner* aderenti, sui siti turistici e sugli itinerari di visita. Solo in alcuni casi si riscontra la presenza di siti dinamici costantemente aggiornati con informazioni sulle attività e gli eventi in corso (cfr. Tabella 15).
- Soltanto due dei nove distretti hanno fatto ricorso all'impiego di cartellonistica pubblicitaria e/o segnaletica stradale (cfr. Tabella 15).
- Poco più della metà (cinque distretti su nove) ha realizzato un ufficio informazioni turistiche e/o ha attivato un numero verde dedicato, con una o più persone che vi lavorano tutti i giorni (cfr. Tabella 15).

- Il materiale turistico del distretto (pubblicazioni, *brochure* e pieghevoli) è stato prodotto da sette distretti; di questi, però, solo cinque continuano a stamparlo e a distribuirlo o venderlo, nel proprio ufficio informazioni o negli *info-point* (cfr. Tabella 15).
- La scelta di realizzare un calendario unico degli eventi è stata attuata soltanto da tre distretti, mentre quella di istituire un biglietto unico (o cumulativo) per le visita da appena due distretti (cfr. Tabella 16).
- Poco meno della metà (quattro distretti su nove) ha organizzato programmi per le scuole con proposte di visita specifiche per questo *target*, rivolgendosi però, tranne in un caso, solo a scuole locali o comunque siciliane; un quinto distretto è in procinto di avviarne (cfr. Tabella 16).
- Cinque distretti hanno utilizzato un qualche strumento di promozione turistica del distretto e delle sue attività (fatta esclusione per il proprio sito *internet*). Nello specifico si tratta di fiere del settore turistico e di pubblicità su riviste e/o cataloghi di viaggi. Questi strumenti, di cui si è fatto un qualche uso nei primi anni di vita di questi distretti, al momento non vengono però più utilizzati (cfr. Tabella 17).
- Infine, soltanto due dei cinque distretti che hanno utilizzato un qualche strumento di promozione turistica, hanno impiegato anche un qualche canale di commercializzazione turistica del distretto. In un caso (distretto Taormina Etna) si tratta di un'agenzia di viaggio interna al distretto, creata per questo scopo, mentre nell'altro caso (distretto del Sud Est) si tratta del proprio sito *internet* con un'area riservata alle agenzie di viaggio, in cui quelle interne al distretto pubblicano pacchetti turistici che quelle nazionali e straniere possono acquistare. Questi due risultano essere gli unici casi, peraltro interessanti e originali, di impiego di canali di commercializzazione, che però al momento rimangono isolati (cfr. Tabella 18).

La Tabella 19 riassume sinteticamente i risultati prima esposti relativamente all'intervista telefonica ai referenti dei distretti culturali siciliani mostrando che, anche se spesso limitatamente ai primi anni, tutti hanno fatto uso di mezzi di comunicazione, la metà di essi ha adottato strategie di commercializzazione ed ha utilizzato strumenti di promozione, mentre solo due hanno impiegato canali di commercializzazione.

Tabella 19 – Sintesi dei risultati dell'intervista telefonica ai referenti dei distretti culturali siciliani

Distretti	Strumenti di comunicazione	Strategie di commercializzazione	Strumenti di promozione	Canali di commercializzazione
del Sud Est	X	X	X	X
Taormina Etna	X	X	X	X
delle Madonie	X	X	X	
Val di Mazara	X		X	
Alto Belice Corleonese	X		X	
Terre Federiciane	X			
di Palermo	X	X		
di Catania	X	X		
di Selinunte	X			

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati della propria indagine

Informazioni utili emergono anche dalla seconda parte dell'indagine sulla promozione e commercializzazione dei distretti siciliani, attraverso i quindici *tour operator* ed agenzie di viaggio stranieri (10 degli Stati Uniti e 5 dell'Europa) che hanno risposto all'invito di compilare il questionario *online*.

- Tutti propongono, tra le loro offerte di viaggio in Sicilia, città o territori che rientrano, in tutto o in parte, in uno o più distretti culturali siciliani, anche se spesso non sono a conoscenza dell'appartenenza di tali località ai distretti.
- I distretti culturali in cui rientrano alcune delle località proposte sono sei su nove (e precisamente i distretti: del Sud Est, Taormina Etna, Val di Mazara, di Palermo, di Catania e di Selinunte).
- Le destinazioni siciliane proposte sono comunque scelte, principalmente, in base alle richieste dirette dei clienti ed, in qualche caso, in base alle tendenze del mercato o alle strategie aziendali degli operatori turistici. In nessuno caso, invece, le destinazioni sono scelte in base alla promozione effettuata dagli enti, dalle aziende o dalle associazioni di promozione turistica siciliani, certamente a causa

delle scarse politiche di *marketing* messe in atto dai distretti culturali, ma forse anche del ridotto impatto prodotto da quelle della Regione Siciliana.

- Sei *tour operator* o agenzie di viaggio su quindici non conoscono i distretti culturali ma, avendo sinteticamente descritto loro cosa sono, tutti hanno risposto di ritenere che possa esserci un interesse del mercato turistico nei confronti dei distretti culturali siciliani e che per favorire questo i distretti dovrebbero puntare maggiormente sulla promozione e sull'impiego delle nuove tecnologie applicate alla cultura.
- Nove operatori turistici su quindici conoscono, invece, i distretti culturali e tutti ne hanno inseriti di siciliani all'interno delle loro offerte di viaggio, ritenendo però che tra gli aspetti da migliorare per incrementarne lo sviluppo turistico ci sono, prima di tutto, la qualità delle strutture e/o dei servizi e la mobilità interna, ma anche l'immagine complessiva del territorio.
- I distretti culturali proposti sono cinque, con una prevalenza di due di questi (il distretto Taormina Etna ed il distretto del Sud Est) (cfr. Tabella 20).

Tabella 20 – Distretti culturali siciliani per numero di tour operator ed agenzie di viaggio che li inseriscono all'interno delle loro proposte

Distretto	Tour operator o agenzie di viaggio
Taormina Etna	4
del Sud Est	2
di Palermo	1
di Catania	1
di Selinunte	1
delle Madonie	0
Val di Mazara	0
Alto Belice Corleonese	0
Terre Federiciane	0

Fonte: Elaborazione dell'autrice su dati della propria indagine

In sintesi, limitatamente ai risultati dell'indagine qui proposta, emerge quindi che i distretti culturali che attualmente hanno in atto azioni di promozione e commercializzazione turistica del loro territorio sono solo il distretto del Sud Est ed il distretto Taormina Etna. Questi due distretti sono anche quelli proposti da un maggior numero di *tour operator* o agenzie di viaggio stranieri che si occupano di turismo culturale in Sicilia, tra quelli che hanno risposto al questionario. Questo certamente perché interessano alcune località turistiche già consolidate e proposte da tali operatori, come Taormina, Noto, Siracusa e Ragusa, ma forse anche perché risultano i distretti più attivi nella promozione e commercializzazione.

A questi due si aggiungono i distretti culturali di Palermo, di Catania e di Selinunte che, pur non avendo attuato specifiche azioni di promozione e commercializzazione turistica del loro territorio, sono ugualmente inseriti all'interno delle proposte di viaggio di almeno uno di questi *tour operator* o agenzie di viaggio, probabilmente anche perché anch'essi riguardano località turistiche già consolidate ed inserite all'interno delle loro proposte di viaggio, come sono Palermo, Catania ed il Parco Archeologico di Selinunte.

Restano, invece, apparentemente sconosciuti all'estero il distretto culturale del Val di Mazara, la cui sola località di Mazara del Vallo ricade tra le proposte di qualcuno di questi *tour operator* o agenzia di viaggio, e soprattutto i distretti Alto Belice Corleonese, delle Madonie e Terre Federiciane, distretti interni alla Sicilia le cui località non rientrano, né singolarmente né tantomeno come distretto, in nessuna delle proposte di questo – seppur ristretto – numero di *tour operator* e agenzie di viaggio stranieri.

CONCLUSIONI

Partendo dalla realizzazione di una rassegna che attraverso l'individuazione dei concetti, delle definizioni e delle esperienze ha esplorato l'insieme delle conoscenze sul tema dei distretti culturali e del loro rapporto con il turismo, il presente lavoro di ricerca ha approfondito il tema dei distretti culturali nella dimensione regionale siciliana, con l'obiettivo di realizzare, per la prima volta, un quadro conoscitivo aggiornato sui distretti culturali siciliani e di analizzare il rapporto esistente tra tali distretti ed il turismo, soffermandosi poi ad indagare, in particolare, sulle loro azioni di promozione e commercializzazione turistica.

Sebbene il dibattito sulla natura e sulle caratteristiche dei distretti culturali sia ancora in corso ed i modelli proposti dagli studiosi siano diversi, in generale, esso può essere considerato come una rete di istituzioni, associazioni ed imprese che producono un'offerta integrata di beni e servizi culturali di qualità, legati ad un territorio circoscritto, caratterizzato da un'alta densità di risorse ed attività culturali e da un marcato sviluppo delle filiere produttive collegate, ed abitato da una comunità locale coesa rispetto alla propria identità culturale.

Nel caso dei distretti culturali non esistono, però, modelli costitutivi predefiniti quanto, piuttosto, una concomitanza di elementi che può essere realizzata attraverso percorsi differenti. Dall'analisi della letteratura emerge, infatti, che alcuni casi, generalmente nordamericani, sono di tipo *bottom-up*, e cioè fondati sul dinamismo di una comunità locale che 'scopre' la cultura come strumento di sviluppo economico e sociale e trova poi il sostegno di un'amministrazione pubblica che realizza gli interventi in una visione sistematica dello sviluppo. Altri casi, solitamente europei, sono invece di tipo *top-down* e partono da premesse per certi versi opposte, ovvero da una azione promossa istituzionalmente che vede poi il coinvolgimento e la partecipazione degli attori locali.

La cultura rappresenta comunque, sempre, una componente fondamentale della strategia di sviluppo di questi contesti locali, agendo come un vero e proprio 'agente sinergico', che inquadra ogni intervento in una ridefinizione complessiva dell'identità dei territori e delle comunità che li abitano, e le sinergie che si producono sono il risultato della collaborazione tra un settore pubblico dotato di visione strategica, una imprenditoria privata sensibile alla

responsabilità sociale, ed un settore *no-profit* capace di cogliere ed interpretare le richieste provenienti dalla comunità locale.

La costituzione di un distretto implica, dunque, la presenza di un sistema culturale locale a partire dal quale sia possibile avviare quei processi di valorizzazione e di 'reinvenzione' del patrimonio locale, ma anche di sostegno alla produzione culturale, in grado di promuovere lo sviluppo economico e sociale di un territorio. L'esistenza di un sistema culturale locale non comporta, però, automaticamente, la sua trasformazione in distretto culturale in quanto, sebbene si tratti di un modello di sviluppo territoriale autonomo, esso non sorge spontaneamente, ma è il risultato di un progetto, di appositi investimenti e di opportuni strumenti di *governance* culturale.

La disponibilità di risorse culturali ed ambientali è, perciò, una condizione necessaria, ma non sufficiente, per l'avvio di processi di valorizzazione del patrimonio culturale e di promozione dello sviluppo locale efficaci. Affinché nasca un distretto occorre, infatti, far evolvere tali attrattori culturali in un sistema di offerta integrato che attraverso la creazione di un'interazione sinergica fra le risorse culturali, le infrastrutture che ne garantiscono la fruibilità e le organizzazioni che erogano i servizi turistici e culturali sia in grado di attrarre e trattenere la domanda turistica.

La mancanza ad oggi in Sicilia di esperienze di creazione di distretti culturali realmente riuscite a fronte di un'estrema ricchezza e varietà, sia di risorse culturali, che di progetti di distretti – così come si evince dalle analisi illustrate nel presente lavoro – rappresenta una conferma del fatto che le potenzialità espresse dai territori richiedono un grande sforzo creativo e progettuale per elaborare dei piani di sviluppo culturalmente orientati, che integrino il processo di valorizzazione del patrimonio culturale, materiale ed immateriale, con i processi di potenziamento delle altre risorse del territorio e di rivitalizzazione delle economie locali connesse con il settore della cultura.

La sfida che i distretti culturali siciliani si trovano ad affrontare consiste, quindi, nel declinare la cultura, non solo come prodotto da valorizzare e promuovere, ma anche come produzione da alimentare e diffondere, valorizzando le risorse esistenti senza trascurare quei processi di innovazione e di creatività che stanno alla base della produzione culturale, e che nei secoli hanno contribuito a produrre proprio quei beni che oggi i distretti intendono valorizzare.

Ciò che emerge, invece, dalla presente ricerca è che nel caso dei distretti culturali siciliani, molto spesso, le azioni finora compiute hanno riguardato, prevalentemente, interventi di valorizzazione del patrimonio culturale locale a fini turistici.

Il turismo culturale può, tuttavia, rappresentare un'opportunità per la valorizzazione delle specificità culturali locali ed, insieme, per l'incremento delle possibilità di crescita economica e sociale di questi territori in quanto le attività turistiche costituiscono una forma interessante di diversificazione delle attività produttive, ed anche in quei distretti con aree a vocazione turistica consolidata, il turismo culturale rappresenta, di fatto, un'ulteriore diversificazione che va nella direzione della destagionalizzazione turistica e dell'aumento dei benefici per i residenti.

Un'integrazione tra settore culturale e settore turistico all'interno dei distretti culturali siciliani è quindi perseguibile, ed anzi auspicabile, dato che le presenze turistiche contribuirebbero al finanziamento ed alla maggiore diffusione delle attività culturali, all'apertura delle comunità locali verso presenze differenti e, quindi, in prospettiva, all'internazionalizzazione di questi territori, producendo benefici economici diversificati che contribuirebbero alla costruzione di coesione all'interno delle comunità locali.

Tutto questo deve, però, essere attentamente progettato e gestito, altrimenti la scelta dei visitatori finirebbe per andare sempre nella direzione delle località turistiche già consolidate, con il risultato di non riuscire a sfruttare le più ampie potenzialità di gestione e fruizione che i distretti culturali possono offrire.

L'analisi dei distretti culturali siciliani ha permesso di riscontrare in tutti i territori interessati notevoli potenzialità legate, sia alla presenza di un grande patrimonio culturale ed ambientale, che alla capacità delle comunità locali di elaborare progetti di distrettualizzazione. A questa grande capacità nella formulazione e nell'avvio di diversi progetti di distretti culturali non è, però, sempre corrisposta un'uguale capacità nell'effettiva gestione dei successivi processi di attuazione e messa a regime dei servizi e delle attività turistico-culturali, a causa anche dell'incapacità dei distretti di superare la dipendenza dai finanziamenti esterni.

I risultati della ricerca mostrano infatti che, in generale, i distretti siciliani hanno puntato molto sul loro patrimonio culturale e sulle necessità di restauro che esso richiedeva ai fini di una sua valorizzazione, resa a volte più efficace attraverso la creazione di reti di musei e circuiti territoriali e tematici, ma hanno invece trascurato di potenziare le capacità attrattive dei loro territori attraverso la valorizzazione del patrimonio culturale in modo

integrato con le attività turistiche e culturali, mettendo in atto adeguate politiche di promozione e commercializzazione in grado di trasformare la proposta di visita del distretto nell'offerta di una pluralità di prodotti e servizi, direttamente ed indirettamente connessi con il consumo culturale.

In particolare, l'indagine sulla promozione e commercializzazione turistica dei distretti culturali siciliani ha permesso di evidenziare che, sebbene nati con l'obiettivo di valorizzare le risorse culturali presenti nel territorio a fini turistici, la quasi totalità dei distretti siciliani sono attualmente privi di politiche di *marketing* territoriale attraverso cui farsi conoscere ed attirare l'interesse del mercato turistico, nazionale ed internazionale.

I risultati della ricerca e le riflessioni che ne sono scaturite potrebbero, dunque, indirizzare le future scelte dei distretti culturali siciliani, orientando meglio le loro strategie e le conseguenti azioni di comunicazione, gestione e fruizione del loro patrimonio culturale:

- sia nel breve termine, avviando politiche di *marketing* territoriale volte alla valorizzazione delle risorse culturali presenti nel territorio attraverso adeguate azioni di promozione e commercializzazione turistica;
- sia nel medio e lungo termine, ampliando ed innovando la loro offerta culturale attraverso la creazione di sistemi integrati e diversificati di servizi turistici e culturali per forme nuove e creative di fruizione e di produzione culturale.

BIBLIOGRAFIA

- BECATTINI G. (a cura di) (1987), *Mercato e forze locali. Il distretto industriale*, Il Mulino, Bologna
- BECATTINI G. (a cura di) (1989), *Modelli locali di sviluppo*, Il Mulino, Bologna
- BECATTINI G. (1997), *Totalità e cambiamento: il paradigma dei distretti industriali*, in Sviluppo Locale, 6, pp. 75-94
- BECATTINI G. (1998), *Distretti industriali e Made in Italy*, Bollati Boringhieri, Torino
- BECATTINI G. (2000), *Dal distretto industriale allo sviluppo locale: Svolgimento e difesa di una idea*, Bollati Boringhieri, Torino
- BORSA INTERNAZIONALE DEL TURISMO (2010), *Catalogo Buy Italy*, Milano
- CARTA M. (2002), *L'armatura culturale del territorio: il patrimonio come matrice di identità e strumento di sviluppo*, prefazione di Vincenzo Cabianca, Angeli, Milano
- CARTA M. (2003), *Pianificare nel dominio culturale. Strutture e strategie per l'armatura culturale in Sicilia*, Dipartimento Città e Territorio, Università di Palermo, Palermo
- CBCA (2010), *Economic Activity Study of Metro Denver Culture*, <http://cbca.org/eas-2010/>
- CUSIMANO G. e GIANNONE M. (2001), *Eredità culturale e costruzione di spazi nella Sicilia del Sud-Est*, in DI BLASI A. (a cura di), "Il futuro della geografia: ambiente, culture, economie", Pàtron Editore, Bologna
- DE VARINE H. (2005), *Le radici del futuro. Il patrimoni culturale al servizio dello sviluppo locale*, CLUEB, Bologna
- DIPARTIMENTO DEI BENI CULTURALI E DELL'IDENTITÀ SICILIANA (2001-2010), *Dati sulla fruizione dei Beni culturali in Sicilia 2000-2011*, <http://www.regione.sicilia.it/beniculturali/dirbenicult/musei/museifruizione.html>
- FLORIDA R. (2002), *The Rise of the Creative Class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, Perseus Book Group, New York
- GAZZETTA UFFICIALE DELLA REGIONE SICILIANA del 16-4-2010 – Parte I n. 19, pp.114-119
- GAZZETTA UFFICIALE DELLA REGIONE SICILIANA del 11-11-2011 – Parte I n. 47, pp.44-46

- GREFFE X. (2003), *La gestione del patrimonio culturale*, edizione italiana a cura di MARIOTTI A., Franco Angeli, Milano
- ISTAT (2009a), *Atlante Statistico dei Comuni*, http://www3.istat.it/dati/catalogo/20061102_00/
- ISTAT (2009b), *Indagine sugli istituti di antichità e d'arte e i luoghi della cultura non statali*, http://www3.istat.it/dati/dataset/20090721_00/
- MARSHALL A. e MARSHALL M. (1879), *The Economics of Industry*, Macmillan and co., London
- MARSHALL A. (1890), *Principles of Economics*, Macmillan and co., London
- MARSHALL A. (1972), *Principi di Economia*, Isedi, Milano
- MARSHALL A. (1975), *Economia della produzione*, Isedi, Milano
- MARTELLONI R. (2006), *Il turismo culturale: stato dell'arte, vincoli e opportunità*, in "Economia della Cultura", n. 4, Il Mulino, Bologna, pp. 509-519
- OSSERVATORIO TURISTICO DELLA REGIONE SICILIANA (2011), *Il turismo in Sicilia. I flussi dell'Incoming nazionali ed internazionali 2008-2009*, http://pti.regione.sicilia.it/portal/page/portal/PIR_PORTALE/PIR_LaStrutturaRegionale/PIR_TurismoSportSpettacolo/PIR_Turismo/PIR_6584964.046479105
- PORTER M. E. (1998), *Cluster and the new economic competition*, in "Harvard Business Review", 6, pp. 77-90
- PREITE M. (a cura di) (1998), *La valorizzazione del patrimonio culturale in Toscana: una valutazione di alcune esperienze*, Fondazione Michelucci, Firenze
- RITZER G., LISKA A. (1997), "McDisneyization" and "Post-Tourism". *Complementary perspectives on contemporary tourism*, in ROYEK C., URRY J. (a cura di), "Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory", Routledge, London, pp. 96-109
- SACCO P. L. e PEDRINI S. (2003a), *Il distretto culturale, mito o opportunità?*, Dipartimento di Economia e EBLA Center, Università di Torino, Torino
- SACCO P. L. e PEDRINI S. (2003b), *Il distretto culturale: un nuovo modello di sviluppo locale?*, in "Ottavo Rapporto sulle Fondazioni Bancarie", ACRI, Roma, pp. 167-199

- SACCO P. L. e FERILLI G. (2006), *Il distretto culturale evoluto nell'economia post industriale*, Dipartimento delle Arti e del Disegno Industriale, Università IUAV di Venezia, Venezia
- SACCO P. L. e TAVANO BLESSI G. (2006), *Verso un modello di sviluppo sostenibile: distretti culturali e aree urbane*, Dipartimento delle Arti e del Disegno Industriale, Università IUAV di Venezia, Venezia
- SACCO P. L., FERILLI G., LAVANGA, M. (2007), *System-wide Cultural Districts: A Review of Reference Cases*, Dipartimento delle Arti e del Disegno Industriale, Università IUAV di Venezia, Venezia
- SACCO P. L., TAVANO BLESSI G. e NUCCIO M. (2008), *Culture as an Engine of Local Development Processes: System-Wide Cultural Districts*, Dipartimento delle Arti e del Disegno Industriale, Università IUAV di Venezia, Venezia
- SANTAGATA W. (2000), *Distretti Culturali, diritti di proprietà e crescita economica sostenibile*, in "Rassegna Economica", 1, pp. 31-62
- SANTAGATA W. (2001), *Economia creativa e distretti culturali*, in "Economia della Cultura", 2, pp. 167-173
- SANTAGATA W. (2005), *I distretti culturali nei paesi avanzati e nelle economie emergenti*, in "Economia della Cultura", 2, pp. 141-152
- SCFD (2009), *Annual Report*, <http://scfd.org/?page=home&sub=2>
- SEN A. (1994), *Well-Being, Capability and Public Policy*, in "Giornale degli Economisti e Annali di Economia", 7-9, pp. 333-347
- SIMEON M. I. (2000), *Beni Culturali e Turismo*, in "IX Rapporto sul Turismo Italiano", Mercury, Firenze
- VALENTINO P. (2001a), *La cultura riparte dai distretti*, <http://www.reset.it/documenti/0/600/670/676/opinionedivalentino.html>
- VALENTINO P. (2001b), *Linee Guida per la progettazione e costruzione di un distretto culturale*, Associazione Civita, Roma
- VALENTINO P. (2001c), *I distretti culturali: nuove opportunità di sviluppo del territorio*, Associazione Civita, Roma

VALENTINO P. (2003), *Le trame del territorio. Politiche di sviluppo dei sistemi territoriali e distretti culturali*, Sperling & Kupfer, Milano

VALENTINO P., MUSACCHIO A. e PEREGO F. (a cura di) (1999), *La storia al futuro: specializzazione del territorio e nuova occupazione*, Associazione Civita, Giunti, Firenze

ALLEGATO 1 – Primo bando Progetto Sviluppo Sud. Regione Sicilia



SVILUPPO SUD
*un progetto delle fondazioni
bancarie per la realizzazione
di distretti culturali*



**BANDO
PER LA REGIONE
SICILIA**



FONDAZIONE CARIPLO



FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO DI GENOVA E IMPERIA

PREMESSA

L'iniziativa di cui al presente bando si inserisce nell'ambito del Progetto Nord-Sud, promosso dall'Associazione fra le Casse di Risparmio Italiane, con l'obiettivo di favorire il riequilibrio, a livello nazionale, della destinazione delle risorse erogate dalle Fondazioni di origine bancaria.

Per l'avvio del Progetto, si è individuata quale area tematica prioritaria di intervento quella della promozione di distretti culturali, per la valorizzazione economica del patrimonio artistico, culturale e ambientale nelle regioni italiane Obiettivo 1 (Campania, Calabria, Basilicata, Molise, Puglia, Sicilia e Sardegna) nella programmazione del Quadro Comunitario di Sostegno 2000-2006.

Il progetto è sostenuto, ad oggi, da 43 Fondazioni, per un ammontare complessivo di risorse di circa 26 milioni di euro, di cui 4,145 milioni di euro destinati alla Regione Sicilia.

Le due Fondazioni che sostengono il Progetto per questa Regione sono la Fondazione Cassa di Risparmio delle Province Lombarde e la Fondazione Cassa di Risparmio di Genova e Imperia.

1. OBIETTIVI

Obiettivo del presente bando è quello di favorire la nascita e lo sviluppo di distretti culturali per valorizzazione economica del patrimonio artistico, culturale e ambientale.

Per distretto culturale si intende un sistema di offerta territorialmente circoscritto, coincidente con un'area ad alta densità di risorse culturali e ambientali di pregio e caratterizzato da un elevato livello di articolazione, qualità e integrazione dei servizi, culturali e turistici, rivolti all'utenza e da un marcato sviluppo delle filiere produttive collegate.

L'idea di favorire lo sviluppo di distretti culturali nelle aree meridionali nasce, in primo luogo, dalla considerazione di come il patrimonio culturale del Mezzogiorno sia ancora oggi una risorsa poco valorizzata, a dispetto della sua notevole consistenza e della sua elevata attrattività da un punto di vista turistico; ma scaturisce anche dalla valutazione dei cambiamenti intervenuti in questi anni nei modelli di consumo turistico, cercando di offrire una valida risposta alle nuove tendenze della domanda nazionale e internazionale, sintetizzabili in :

- un abbandono progressivo delle destinazioni tradizionali, delle offerte standardizzate, dei consumi di massa, dei periodi di vacanza definiti e circoscritti;
- un conseguente orientamento alla scelta attenta non solo di nuove destinazioni, ma anche di prodotti più ricchi di significati e di contenuti, di autenticità, di identità;
- la ricerca di quella che viene definita "*Total Leisure Experience*", cioè il desiderio di fare del proprio viaggio un'occasione di appagamento di una pluralità di bisogni e di desideri e quindi la preferenza per mete che presentano un livello elevato e una vasta gamma di servizi in aggiunta all'attrattiva-base.

Di fronte a questo nuovo orientamento della domanda, in un quadro di forte competizione internazionale, il patrimonio culturale delle aree meridionali può diventare un volano per lo sviluppo economico locale nella misura in cui si abbandona un'ottica di atomizzazione dell'offerta e si aggregano e integrano risorse e servizi all'interno di aree connotate da identità territoriali forti e riconoscibili.

Perché nasca un distretto occorre perciò far evolvere gli attrattori turistico-culturali di un territorio in un sistema di offerta integrato in grado di attrarre e trattenere domanda. Tale processo ha come

obiettivo quello di creare un'interazione sinergica fra le risorse turistiche primarie (culturali, ambientali e di intrattenimento), le infrastrutture che ne garantiscono la fruibilità e il sistema delle organizzazioni che erogano servizi culturali e di interesse turistico.

Il distretto culturale, così come qui inteso, è anche in linea con le indicazioni e gli orientamenti delle politiche comunitarie, le quali hanno attribuito un'enorme importanza alle risorse territoriali in quanto potenziali fattori di sviluppo locale e hanno spinto verso l'attuazione di piani intersettoriali e l'attivazione di processi di coesione sociale e di integrazione.

2. LINEE D'AZIONE

Per il raggiungimento degli obiettivi descritti le linee d'azione che si intendono privilegiare sono quelle che:

- sono espressione di una progettualità costruita "dal basso" e fondata su processi di partenariato a livello locale, che vedano coinvolti appropriati livelli istituzionali, in funzione del rilievo dell'iniziativa e della materia di competenza;
- si integrano con la programmazione regionale, con particolare riferimento a quella relativa all'utilizzo dei Fondi strutturali 2000-2006, cercando di accrescerne l'efficacia attraverso lo sviluppo di dinamiche sinergiche e con il perseguimento di effetti moltiplicatori delle risorse impiegate;
- sono capaci di produrre significative ricadute economiche sul territorio, concretamente valutabili e ottenibili, almeno per una prima parte, in tempi ragionevolmente contenuti e comunque rilevanti sul lungo termine;
- evidenziano la capacità di "fare rete", cioè di favorire o innescare processi di integrazione intersettoriale che migliorino l'attrattività o l'accessibilità o la fruibilità di un'area-distretto.

L'ambito territoriale considerato dal presente bando è quello relativo alla Regione Sicilia.

Le risorse messe a disposizione dalle due Fondazioni per il presente bando ammontano complessivamente a euro 4.145.000.

3. PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA – TERMINI - DOCUMENTAZIONE DA PRODURRE

3.1 Presentazione della domanda – Termini

La richiesta di contributo si presenta compilando l'apposito Modulo ed inviandolo, insieme ai documenti di seguito indicati e agli elaborati relativi al progetto, al seguente indirizzo Fondazione Cassa di Risparmio delle Province Lombarde, Via Manin 23, 20121 Milano.

Il Modulo deve essere compilato in ogni sua parte, con la sola eccezione dei campi eventualmente non pertinenti la richiesta di contributo presentata. Il modulo compilato, in aggiunta alla forma cartacea, può essere inviato anche su supporto magnetico (floppy disk).

Il Modulo è disponibile e scaricabile collegandosi ai siti Internet delle Fondazioni interessate:

www.fondazionecariplo.it

www.fondazionecarige.it

La sottoscrizione deve essere quella del legale rappresentante dotato dei necessari poteri.

La domanda con gli allegati deve essere presentata in busta chiusa con sopra la dicitura "Progetto Sviluppo Sud – Regione Sicilia" e deve pervenire o essere spedita entro il 31 ottobre 2003. In caso di spedizione farà fede la data del timbro postale.

3.2 Documentazione da produrre

L'organizzazione che richiede un contributo deve allegare alla domanda, i seguenti documenti obbligatori. La mancanza ovvero la non veridicità ovvero la non completezza, di tutti o di alcuni, determinano l'inammissibilità della richiesta. Nel caso di enti pubblici i documenti sub c),d),e),f),g),h),l) non sono obbligatori.

- a) Modulo di richiesta debitamente compilato e sottoscritto.
- b) Descrizione analitica del progetto, comprensiva di piano finanziario dettagliato e di cronogramma, come da "Guida alla illustrazione del progetto" (All.2).
- c) Presentazione dell'ente richiedente e delle principali attività svolte dallo stesso.
- d) Documento giustificativo dei poteri di firma del sottoscrittore e/o provvedimento di nomina dell'organo amministratore.
- e) Atto costitutivo dell'ente richiedente.
- f) Statuto vigente dell'ente richiedente o documento equivalente.
- g) Bilanci consuntivi degli ultimi due anni ovvero, nel caso di enti costituiti da meno di due anni, bilancio consuntivo dell'ultimo anno. Nel caso di enti costituiti da un tempo inferiore a un anno, il documento di cui alla presente lettera non è richiesto.
- h) Bilancio preventivo dell'anno in corso ovvero, nell'ipotesi in cui l'ente non sia tenuto al bilancio preventivo, un documento previsionale delle entrate e delle spese per l'anno in corso sottoscritto dal legale rappresentante.
- i) Documenti certificanti gli eventuali accordi stipulati in merito al progetto con altri enti e organizzazioni o impegni formali non revocabili.
- j) Elaborati grafici relativi al progetto, in particolare nel caso in cui l'intervento preveda l'esecuzione di opere.
- k) Documenti attestanti il possesso di tutti i nulla osta/pareri/autorizzazioni, se necessari per l'esecuzione dell'intervento, ovvero dell'avvenuto inoltro della richiesta degli stessi.
- l) Dichiarazione dell'ente richiedente circa il possesso della sede sociale e/o della sede operativa deputata alla realizzazione del progetto, nell'ambito territoriale del presente bando.
- m) Documenti da cui si possa desumere la coerenza e/o l'interrelazione fra l'intervento proposto e la programmazione regionale in materia di Fondi strutturali 2000-2006.

Ulteriori documenti possono essere allegati e, ove pertinenti, considerati ai fini della valutazione del progetto. In particolare sono rilevanti ai fini della valutazione:

- 1 copia di preliminari di contratto di locazione (e/o di comodato e/o altro contratto per la disponibilità del bene, purché tutti di durata certa non inferiore all'intero periodo di realizzazione del progetto e di proprietà di enti pubblici o di soggetti non profit) relativo ad immobili, qualora di pertinenza del progetto;
- 2 copia di preventivi di più fornitori, ove il progetto preveda acquisto o noleggio o utilizzo a qualsiasi titolo di beni mobili e/o attrezzature;
- 3 materiali informativi, strettamente pertinenti ed essenziali alla comprensione dei contenuti del progetto.

4. SOGGETTI AMMISSIBILI AL CONTRIBUTO

Possono essere destinatari del contributo:

- Enti pubblici e loro emanazioni, queste ultime purché in possesso dei requisiti di ammissibilità.
- Enti ed Organizzazioni non profit ai sensi della normativa nazionale. Possono partecipare anche enti ed organizzazioni non profit degli altri paesi dell'Unione Europea purché riconosciute come tali dalla legislazione dei paesi di appartenenza.
- Enti privati costituiti secondo le norme del libro I del Codice civile, cooperative sociali (L. 381/1991) ed enti ecclesiastici civilmente riconosciuti (L. 222/1985).
- Non sono ammissibili le domande prodotte da soggetti che non rientrano nella indicazione sopra richiamata che deve essere interpretata in senso restrittivo e formale.
- Sono comunque esclusi:
 - individui e ditte individuali;
 - Enti ed Organizzazioni non formalmente costituite, ovvero il cui procedimento di costituzione non sia completato, anche se a termini di legge possono operare;
 - Enti ed Organizzazioni dai cui statuti (o atti fondamentali) in vigore al momento della presentazione non si dimostri l'effettiva assenza di finalità di lucro anche tramite
 - ✓ il divieto statutario di distribuzione di utile, sotto qualsiasi forma o nome;
 - ✓ la destinazione del patrimonio, nel caso di cessazione per qualsiasi ragione dell'ente od organismo, a pubblica finalità sociale ovvero ad altro ente o organismo senza finalità di lucro al quale, parimenti, sia vietata la distribuzione di utile sotto qualsiasi forma o nome, purché operante nello stesso ambito di quello cessato.

5. REQUISITI DEI PROGETTI

Per essere in linea con gli obiettivi del presente bando i progetti devono dimostrare di concorrere alla nascita e/o allo sviluppo di specifici distretti culturali attraverso interventi finalizzati alla valorizzazione e/o fruizione e/o promozione di uno, o più, fra i beni culturali di interesse prioritario coerenti con i principi della programmazione regionale relativa all'utilizzo dei Fondi Strutturali del Q.C.S. 2000-2006 - Asse II Risorse Culturali (Programma Operativo Regionale, Complemento di Programmazione, Progetti Integrati ed altri strumenti attuativi).

I progetti proposti non dovranno necessariamente avere per oggetto i suddetti beni, ma dovranno evidenziare come la loro attuazione sarà in grado di generare effetti positivi e durevoli sull'attrattività e/o sulle condizioni di accessibilità e/o accoglienza e/o fruibilità dei suddetti beni e degli ambiti territoriali di loro stretta pertinenza.

Sono esclusi i progetti che prevedano:

- a) interventi di solo restauro conservativo di beni;
- b) interventi di rifunionalizzazione di edifici da adibire a sedi di attività istituzionali, non riferite a servizi culturali e museali;
- c) iniziative limitate esclusivamente alla realizzazione e diffusione di pubblicazioni e/o di prodotti multimediali;

- d) il solo acquisto di immobili;
- e) interventi di costruzione, ristrutturazione e di manutenzione di immobili non coerenti con le finalità e gli obiettivi del presente bando;
- f) singoli eventi artistico-culturali, quali esposizioni temporanee, seminari, corsi, conferenze, visite guidate, ecc.
- g) gestione ordinaria delle attività usualmente svolte dai soggetti richiedenti.

Sono escluse le domande relative a progetti da realizzare al di fuori dell'ambito territoriale del presente bando.

Sono altresì esclusi i progetti che prevedano un finanziamento inferiore a 150.000,00 euro. Il requisito è riferito al contributo richiesto e non all'intera spesa preventivata nel progetto.

6. PROCEDURA DI SELEZIONE E VALUTAZIONE DELLE DOMANDE

La procedura di selezione e valutazione delle domande pervenute sarà articolata in tre fasi:

- verifica dell'ammissibilità;
- verifica della coerenza;
- valutazione.

Le domande che non superino una delle fasi di selezione previste sono escluse automaticamente dalla fase successiva.

6.1 Verifica dell'ammissibilità

La prima fase di selezione e valutazione ha come obiettivo quello di verificare l'ammissibilità formale delle domande pervenute.

Sono considerate inammissibili le domande presentate:

- a. da soggetti che non possono essere destinatari di contributo;
- b. oltre il termine previsto dal bando. A tal fine fa fede la data di consegna.
- c. incomplete in quanto sprovviste di uno o più degli allegati obbligatori ovvero prive di sottoscrizione. Sono inammissibili altresì, quelle richieste corredate da documenti o attestazioni risultate non conformi al vero. Una di tali mancanze comporta l'automatica esclusione della richiesta dalle fasi successive.

6.2 Verifica della coerenza

La seconda fase di selezione e valutazione è volta ad accertare la coerenza di ciascuna delle domande pervenute rispetto alle finalità, alle linee guida ed ai requisiti previsti dal presente bando.

Sono giudicate non coerenti le domande presentate :

- a) riferite ad ambiti territoriali esterni rispetto all'ambito territoriale del presente bando;
- b) relative a settori di intervento esclusi del presente bando;
- c) con finalità non pertinenti gli obiettivi del presente bando, così come descritti nel Cap.1 del bando stesso;
- d) contenenti una richiesta di contributo eccedente le risorse disponibili totali o inferiore al limite minimo di contributo concedibile, ai sensi del presente bando.

Affinché sia giudicato coerente con le finalità, le linee guida ed i requisiti previsti dal presente bando il progetto deve inoltre:

- I. prevedere un tempo di completamento non superiore a 30 mesi dal momento dell'assegnazione del contributo;
- II. essere in uno stato avanzato di progettazione, dimostrato dal carattere almeno definitivo del progetto.

Il proponente deve inoltre dimostrare, a pena di esclusione:

1. che l'intervento proposto è coerente con i principi della programmazione regionale in materia di Fondi strutturali 2000-2006 e in linea con gli ambiti d'intervento individuati per l'attuazione dell'Asse II Risorse Culturali del Programma Operativo Regionale di riferimento, secondo quanto indicato al punto 5. del presente bando;
2. il possesso della sede sociale e/o di una sede operativa, nell'ambito territoriale del presente bando. Tale requisito dovrà essere posseduto ad una data antecedente almeno 150 giorni il termine di presentazione delle domande.

6.3 Valutazione

La fase di valutazione consiste in un'analisi di merito e di tipo comparativo, incentrata sui contenuti e sulla sostenibilità economico – finanziaria dei singoli progetti.

La valutazione di merito e comparativa tiene conto dei seguenti parametri:

- a) Completezza, chiarezza e coerenza dell'esposizione, con riferimento a quanto previsto nella "Guida per l'illustrazione del progetto" (All.2).
- b) Significatività degli obiettivi del progetto in relazione alle finalità del bando.
- c) Coerenza ed efficacia delle strategie con particolare riferimento alla capacità dell'intervento di perseguire gli obiettivi indicati e di corrispondere ai bisogni espressi nonché all'eventuale presenza di strumenti e metodi per il controllo e la valutazione dell'andamento e dei risultati del progetto.
- d) Significatività dell'impatto dell'intervento con riferimento:
 1. alla capacità dell'intervento di produrre significative ricadute economiche sul territorio, concretamente valutabili e ottenibili, almeno per una prima parte, in tempi ragionevolmente contenuti e comunque rilevanti sul lungo termine;
 2. alla capacità dell'intervento di generare effetti positivi sul mercato turistico e di stimolare la crescita delle attività culturali e produttive locali collegate con la valorizzazione e la fruizione dei beni e delle attività culturali;
 3. alle potenzialità dell'area in cui ricade l'intervento, valutate principalmente con riferimento alla dotazione di attrattori culturali, alla domanda culturale e alle caratteristiche del mercato ricettivo.
- e) Sostenibilità economico – finanziaria dell'intervento.
- f) Coerenza tra soggetto proponente e progetto proposto, intesa come idoneità del proponente a realizzare l'intervento, in relazione alle precedenti esperienze nel settore specifico, alla reputazione dell'ente, alla sua solidità economico-finanziaria e all'adeguatezza della sua struttura economica e organizzativa.
- g) Stato di avanzamento progettuale e possesso dei requisiti legali, amministrativi e tecnici per una pronta esecuzione.
- h) Livello di integrazione dell'intervento con la programmazione regionale e locale.
- i) Capacità dell'intervento di aumentare o migliorare gli effetti di altro/i intervento/i, completato/i o ancora in corso.

- j) Percentuale dell'investimento complessivo, finanziata dal soggetto proponente ovvero attraverso fonti di finanziamento alternative chiaramente identificate.
- k) Significatività dell'eventuale partenariato proposto, in termini di:
 - 1. coinvolgimento tra i soggetti realizzatori di appropriati livelli istituzionali in funzione del rilievo del progetto e della materia di competenza.
 - 2. Funzionalità dell'accordo di partenariato ai fini degli obiettivi del progetto.
 - 3. Stato di avanzamento del processo di partenariato e livello degli impegni assunti.

7. MODALITÀ

Una volta concluse le verifiche di ammissibilità e di coerenza, ai proponenti delle domande giudicate "inammissibili" o "non coerenti" verrà inviata comunicazione scritta della esclusione.

Una Commissione composta da rappresentanti delle Fondazioni sostenitrici stabilirà quali saranno i progetti meritevoli; gli stessi saranno quindi trasmessi alle Fondazioni che, a loro insindacabile giudizio, sceglieranno quelli che beneficeranno delle erogazioni.

Le erogazioni verranno effettuate previa dimostrazione, da parte di proponenti ammessi al contributo che ne erano eventualmente sprovvisti al momento della domanda, dell'avvenuta acquisizione dei requisiti legali, tecnici e amministrativi per l'esecuzione.

E' prevista una comunicazione scritta ai richiedenti in merito alla valutazione effettuata. Nell'ambito di detta comunicazione sarà anche indicato, per i proponenti che erano eventualmente sprovvisti al momento della domanda del possesso di tutti i requisiti legali tecnici e amministrativi per l'esecuzione, il termine entro il quale dovranno dimostrare l'avvenuta acquisizione dei requisiti stessi.

E' altresì prevista la pubblicazione sui siti Internet delle Fondazioni sostenitrici dell'elenco dei progetti ammessi al contributo.

Le somme assegnate verranno liquidate secondo le modalità operative e amministrative predisposte dall'ufficio di una di esse, che seguirà l'intera fase di realizzazione del progetto. Le erogazioni saranno liquidate per stati di avanzamento e previa presentazione di adeguata documentazione di spesa, fermo restando che l'ultima liquidazione verrà effettuata successivamente al collaudo.

Nel caso in cui entro trenta mesi dalla notifica dell'erogazione non si fosse pervenuti al completamento di quanto previsto dal Progetto, si procederà all'immediata sospensione di qualsiasi ulteriore liquidazione, demandando ad un'apposita commissione tecnica l'accertamento dell'opportunità di revocare definitivamente il contributo concesso.

ALLEGATO 2 – Secondo bando Progetto Sviluppo Sud. Regione Sicilia



SVILUPPO SUD
*un progetto delle fondazioni
bancarie per la realizzazione
di distretti culturali*



**BANDO
PER LA REGIONE
SICILIA**



FONDAZIONE CARIPLO

<i>Termine di presentazione delle domande:</i>	<i>30 novembre 2005</i>
<i>Budget a disposizione per il 2005:</i>	<i>3,5 milioni di euro</i>

1. IL PROBLEMA

L'idea di favorire lo sviluppo di distretti culturali nelle aree meridionali nasce dalla considerazione di come il patrimonio culturale del Mezzogiorno sia ancora oggi una risorsa poco valorizzata, a dispetto della sua notevole consistenza e della sua elevata attrattività da un punto di vista turistico; ma scaturisce anche dalla valutazione dei cambiamenti intervenuti in questi anni nei modelli di consumo turistico, cercando di offrire una valida risposta alle nuove tendenze della domanda nazionale e internazionale, sintetizzabili in:

- un abbandono progressivo delle destinazioni tradizionali, delle offerte standardizzate, dei consumi di massa, dei periodi di vacanza definiti e circoscritti;
- un conseguente orientamento alla scelta attenta non solo di nuove destinazioni, ma anche di prodotti più ricchi di significati e di contenuti, di autenticità, di identità;
- la ricerca di quella che viene definita "*Total Leisure Experience*", cioè il desiderio di fare del proprio viaggio un'occasione di appagamento di una pluralità di bisogni e di desideri, e quindi la preferenza per mete che presentano un livello elevato e una vasta gamma di servizi in aggiunta all'attrattiva-base.

Di fronte a questo nuovo orientamento della domanda, in un quadro di forte competizione internazionale, il patrimonio culturale delle aree meridionali può diventare un volano per lo sviluppo economico locale nella misura in cui si abbandona un'ottica di atomizzazione dell'offerta e si aggregano e integrano risorse e servizi all'interno di aree connotate da identità territoriali forti e riconoscibili.

2. GLI OBIETTIVI DEL BANDO

Il bando intende favorire la nascita e lo sviluppo di distretti culturali per la valorizzazione economica del patrimonio artistico, culturale e ambientale.

Per distretto culturale si intende un sistema di offerta territorialmente circoscritto, coincidente con un'area ad alta densità di risorse culturali e ambientali di pregio e caratterizzato da un elevato livello di articolazione, qualità e integrazione dei servizi, culturali e turistici, rivolti all'utenza e da un marcato sviluppo delle filiere produttive collegate.

Perché nasca un distretto occorre perciò far evolvere gli attrattori turistico-culturali di un territorio in un sistema di offerta integrato in grado di attrarre e trattenere domanda. Tale processo ha come obiettivo quello di creare un'interazione sinergica fra le risorse turistiche primarie (culturali, ambientali e di intrattenimento), le infrastrutture che ne garantiscono la fruibilità e il sistema delle organizzazioni che erogano servizi culturali e di interesse turistico.

Il distretto culturale, così come qui inteso, è anche in linea con le indicazioni e gli orientamenti delle politiche comunitarie, le quali hanno attribuito un'enorme importanza alle risorse territoriali in quanto potenziali fattori di sviluppo locale e hanno spinto verso l'attuazione di piani intersettoriali e l'attivazione di processi di coesione sociale e di integrazione.

3. LE LINEE GUIDA E I REQUISITI DEI PROGETTI

Per essere in linea con gli obiettivi del presente bando i progetti dovranno dimostrare di concorrere alla nascita e/o allo sviluppo di specifici distretti culturali attraverso interventi finalizzati alla valorizzazione e/o fruizione e/o promozione di uno, o più, fra i beni culturali di interesse prioritario individuati nell'ambito della programmazione regionale relativa all'utilizzo dei Fondi Strutturali del Q.C.S. 2000-2006 - Asse II Risorse Culturali (Programma Operativo Regionale, Complemento di Programmazione, Progetti Integrati ed altri strumenti attuativi) nonché nell'ambito degli Accordi di Programma il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e la Regione.

I progetti proposti non dovranno necessariamente avere per oggetto i suddetti beni, ma dovranno evidenziare come la loro attuazione sarà in grado di generare effetti positivi e durevoli sull'attrattività e/o sulle condizioni di accessibilità e/o accoglienza e/o fruibilità dei suddetti beni e degli ambiti territoriali di loro stretta pertinenza.

L'ambito territoriale del presente bando è la regione Sicilia.

4. PROGETTI AMMISSIBILI

Per essere considerati ammissibili alla fase di valutazione, i progetti dovranno rispettare tutti i requisiti indicati ai paragrafi 4 e 5 della "Guida alla presentazione dei progetti".

In particolare i progetti, per essere valutati coerenti con il bando, dovranno:

- formulare una richiesta complessiva di contributo non inferiore a 150.000 euro;
- prevedere un cofinanziamento pari almeno al 20% dei costi totali;
- formulare una richiesta non eccedente il budget totale del bando;
- prevedere che una quota non superiore al 80% dell'ammontare del contributo richiesto sia destinata a coprire costi di interventi strutturali su beni immobili o altre strutture fisiche;
- dimostrare coerenza ed integrazione con la programmazione regionale in materia di Fondi Strutturali 2000-2006 e con gli ambiti d'intervento individuati per l'attuazione dell'Asse II Risorse Culturali del Programma Operativo Regionale;
- intervenire su un'area che presenta forti potenzialità (valutate principalmente con riferimento alla dotazione di attrattori culturali, alla domanda culturale e alle caratteristiche del mercato ricettivo);
- presentare una forte integrazione tra le componenti culturali del territorio e quelle dei settori connessi (turismo, marketing, ricerca scientifica, educazione scolastica specialistica, formazione professionale, artigianato);
- definire un insieme di interventi strategici, di grande rilevanza all'interno del distretto culturale) e di interventi complementari, che contribuiscano a migliorare la qualità complessiva del territorio (piccola viabilità, eliminazione delle barriere, fruibilità, conservazione programmata);
- prevedere una serie di iniziative promozionali mirate a far decollare il distretto culturale e attuare gli interventi gestionali necessari a garantirne la sostenibilità nel tempo;
- prevedere un tempo di completamento non superiore a 30 mesi dal momento dell'assegnazione del contributo;
- essere in uno stato avanzato di progettazione, dimostrato dal carattere definitivo o esecutivo del progetto e dal possesso di tutti i requisiti legali, tecnici ed amministrativi per l'esecuzione (ad es. progetto in cui sono stati acquisiti i nulla osta/pareri/autorizzazione

dell'autorità amministrativa). E' ammessa la presentazione di domande relative a progetti per i quali si dimostri l'avvenuto inoltro della richiesta di tutti i necessari nulla osta/pareri/autorizzazioni dell'autorità amministrativa; in quest'ultimo caso, i suddetti requisiti dovranno comunque essere posseduti, pena l'esclusione, in caso di ammissione al contributo;

- essere presentati da un ente capofila con compito di coordinamento e gestione dei rapporti con le diverse realtà, pubbliche e private, coinvolte nel progetto;
- essere basato su accordi di partenariato non esclusivamente finanziari.

Il proponente deve inoltre dimostrare, a pena di esclusione, il possesso della sede sociale e/o di una sede operativa, nell'ambito territoriale del presente bando. Tale requisito dovrà essere posseduto ad una data antecedente almeno 150 giorni il termine di scadenza del presente bando.

5. CRITERI

Saranno privilegiate le richieste che:

- presentano un buon grado di maturità rispetto alla formazione del distretto culturale;
- sono espressione di una progettualità costruita dal basso e fondata su processi di partenariato a livello locale, che vedano coinvolti appropriati livelli istituzionali in funzione del rilievo del progetto e delle materie di competenza;
- sono caratterizzate da un processo di partenariato maturo con un livello significativo di impegni assunti;
- prevedono reali fattori di cooperazione e integrazione, valutata in funzione della progettualità locale e regionale quali patti territoriali;
- presentano chiari elementi di valorizzazione delle eccellenze territoriali;
- stimolano la crescita delle attività culturali e produttive locali collegate con la valorizzazione e la fruizione dei beni e delle attività culturali e generano effetti positivi sul mercato turistico;
- prevedono una buona dimensione delle attività economiche connesse alla cultura (turismo, formazione, comunicazione);
- presentano fattori di accessibilità e prossimità, valutati rispetto al sistema delle infrastrutture di trasporto e in relazione alle infrastrutture territoriali, cioè alla rete immateriale delle comunicazioni digitali, delle reti tematiche, degli itinerari promossi;
- sono in grado di produrre significative ricadute economiche sul territorio, concretamente valutabili e ottenibili, almeno per una prima parte, in tempi ragionevolmente contenuti e comunque rilevanti sul lungo termine.

6. CHE COSA NON SI FINANZIA

Il contributo richiesto alla Fondazione non può essere destinato a:

- interventi di solo restauro conservativo di beni;
- operazioni di rifunionalizzazione di edifici da adibire a sedi di attività istituzionali, non riferite a servizi culturali;
- interventi di costruzione, ristrutturazione e di manutenzione di immobili non coerenti con le finalità e gli obiettivi del presente bando;

- il solo acquisto di immobili;
- singoli eventi artistico-culturali, quali esposizioni temporanee, seminari, corsi, conferenze, visite guidate, ecc.;
- iniziative limitate esclusivamente alla realizzazione e diffusione di pubblicazioni e/o di prodotti multimediali;
- la gestione ordinaria delle attività usualmente svolte dai soggetti richiedenti.

ALLEGATO 3 – Decreto per il riconoscimento dei distretti turistici

ASSESSORATO DEL TURISMO, DELLO SPORT E DELLO SPETTACOLO

DECRETO 16 febbraio 2010

Criteria e modalità per il riconoscimento dei distretti turistici

Art. 1

Oggetto

1. In attuazione dell'art. 7 della legge 15 settembre 2005, n. 10, si disciplinano i criteri e le modalità per il riconoscimento dei distretti turistici in Sicilia.
2. Con il riconoscimento la Regione siciliana intende promuovere nuovi modelli di politica territoriale di sviluppo e il loro coordinamento con la programmazione regionale.

Art. 2

Definizioni e finalità

1. Si definiscono distretti turistici contesti omogenei o integrati comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a più Province della Regione siciliana e caratterizzati da offerte qualificate di attrazioni turistiche e/o di beni culturali, ambientali, ivi compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e/o dell'artigianato locale.
2. Elementi distintivi del distretto turistico sono il territorio, l'organizzazione a sistema degli operatori turistici pubblici e privati e i progetti di sviluppo turistico che verranno identificati nel programma dell'Assessorato regionale del turismo, dello sport e dello spettacolo.
3. Finalità sono quelle ricomprese nel comma 3 dell'articolo 6 della legge 15 settembre 2005, n. 10:
 - a) sostenere attività e processi di aggregazione e di integrazione tra le imprese turistiche, anche in forma cooperativa, consortile e di affiliazione;
 - b) attuare interventi necessari alla qualificazione dell'offerta turistica urbana e territoriale delle località ad alta densità di insediamenti turistico-ricettivi;
 - c) si possono istituire punti di informazione e di accoglienza per il turista, anche telematici, secondo specifiche quantitative e qualitative coerenti con standard minimi omogenei per tutto il territorio della Regione determinati dall'Assessorato regionale del turismo, dello sport e dello spettacolo per tutti i distretti turistici riconosciuti
 - d) sostenere lo sviluppo di marchi di qualità di certificazione ecologica nonché la riqualificazione delle imprese turistiche con priorità alla standardizzazione dei servizi turistici;
 - e) promuovere il marketing telematico del proprio distretto turistico per l'ottimizzazione della relativa commercializzazione in Italia e all'estero;
 - f) promuovere le strutture ricettive, i servizi e le infrastrutture volte al miglioramento dell'offerta turistica;

- g) individuare e proporre particolari tipologie di architettura rurale realizzate tra il XII ed il XX secolo, a prescindere da qualsiasi ipotesi di utilizzazione di natura ricettiva, ristorativa e sportivo ricreativa, secondo quanto previsto dalla legge 24 dicembre 2003 n. 378, al fine della loro tutela e valorizzazione. L'Assessorato regionale del turismo, dello sport e dello spettacolo, di concerto con l'Assessorato regionale dei beni culturali e dell'identità siciliana, individua i beni da tutelare al fine della adozione degli eventuali regolamenti di attuazione.
4. Il perseguimento delle finalità individuate dal comma 3 dell'articolo 6 della legge 15 settembre 2005, n. 10 e degli elementi di cui al comma 2 del presente articolo, vanno comunque intesi come strettamente funzionali al miglioramento delle condizioni di offerta turistica complessiva, di fruibilità ed accessibilità dei fattori di attrazione situati nel territorio del DTL stesso, nonché all'aumento dei volumi relativi al turismo pernottante e della spesa turistica. L'Assessorato regionale del turismo, dello sport e dello spettacolo, nell'ambito delle competenze di cui all'art. 6 per il perseguimento delle finalità di cui al comma 3 ed i parametri relativi al turismo pernottante ed alla variazione di spesa turistica.

Art. 3

Requisiti minimi territoriali di ammissibilità

1. La perimetrazione del distretto turistico deve tenere conto delle peculiarità del territorio che deve caratterizzarsi per un'offerta integrata e per la presenza di attrattori turistici in grado di costituire autonoma capacità di destinazione turistica.
2. I distretti devono essere costituiti prioritariamente in forma territoriale tra territori contigui. È data possibilità di costituire distretti tematici (integrazione fra territori non contigui caratterizzati da un unico tema specifico), che rappresentano una eccezione la cui progettualità non potrà sovrapporsi a quella dei distretti territoriali, con i quali vanno integrati.
3. Ai fini del riconoscimento, il distretto deve, pena l'inammissibilità, avere un'adeguata consistenza demografica di almeno 150.000 abitanti, una significativa capacità ricettiva pari ad almeno 7.500 posti letto complessivi ubicati all'interno dei comuni facenti parte del distretto e deve possedere almeno un esercizio commerciale ogni 350 abitanti. Il territorio del distretto deve, inoltre avere infrastrutture culturali materiali ed immateriali (siti museali, archeologici, architettonici etc., manifestazioni e/o rassegne con almeno tre anni consecutivi di rappresentazione) o naturalistiche (parchi naturali) od altro.
4. Non potranno essere riconosciuti distretti turistici formati da un'aggregazione territoriale inferiore a n. 12 comuni.
5. In fase di prima applicazione, in deroga ai requisiti di cui al presente articolo, previa presentazione della istanza di cui al successivo articolo 5 (allegato modulo 3), è consentita la costituzione di un unico distretto turistico da parte delle isole e arcipelaghi siciliani, della valorizzazione della Venere di Morgantina e di un distretto turistico tematico legato ai percorsi della "Targa Florio" riconosciuta ai sensi dell'articolo 23 della legge regionale n. 9/2002 quale "patrimonio storico-culturale della Regione siciliana".
6. Al fine di evitare l'eccessiva frammentazione e l'incoerenza della promozione dei territori costituenti il DTL, circuiti tematici di promozione del territorio potranno essere creati e promossi anche attraverso la collaborazione tra DTL e non solo per iniziativa dei singoli comuni.

Art. 4

Soggetti promotori e costituzione

1. I distretti turistici possono essere promossi da enti pubblici, enti territoriali siciliani e/o soggetti privati che intendono concorrere allo sviluppo turistico del proprio territorio o di più territori appartenenti anche a province diverse attraverso la predisposizione e l'attuazione di specifici progetti.
2. I distretti turistici devono essere costituiti obbligatoriamente da soggetti pubblici e privati, sulla base di una capacità progettuale di fare sistema, al fine di giungere ad un'offerta turistica integrata, valorizzando tutte le diverse caratteristiche di un territorio e le sue risorse. La natura giuridica del distretto deve essere definita nell'atto costitutivo avente forma scritta e data certa, ed è rimessa all'autonomia dei soggetti fra le modalità, comunque, previste dall'ordinamento vigente. Nell'atto costitutivo dovrà essere indicato in maniera univoca il soggetto rappresentante dei promotori del distretto, che dovrà provvedere alle azioni di rappresentanza, iniziativa e coordinamento.
3. L'eventuale adesione ad un distretto già riconosciuto, da parte di un nuovo soggetto, dovrà essere sottoposta preventivamente ad approvazione dell'Assessorato regionale del turismo, dello sport e dello spettacolo. Trascorsi trenta giorni dalla comunicazione, in assenza di riscontro da parte dell'Assessorato, l'adesione si intenderà accolta.
4. Sono riconosciuti come distretti turistici, ai sensi del 1° comma dell'art. 74 della legge regionale 14 maggio 2009, anche i territori oggetto di investimenti nel comparto turistico ricettivo finanziati da patti territoriali e piani integrati territoriali, fermo restando il possesso dei requisiti previsti dal presente provvedimento. In questo caso il distretto turistico coincide con i comuni che costituiscono il soggetto responsabile ai sensi del decreto del Ministero del tesoro, del bilancio e della programmazione economica 31 luglio 2000 n. 320, purché il soggetto responsabile si sia trasformato in agenzia di sviluppo locale entro la data del 31 dicembre 2009. In tal caso il predetto soggetto deve farsi promotore della proposta di riconoscimento secondo quanto previsto dal successivo articolo 5.
5. I soggetti di cui al precedente comma 4 che non possiedono i requisiti previsti dal presente provvedimento, in deroga alle prescrizioni di cui all'articolo 3 comma 3, vengono riconosciuti quali distretti turistici, purché dimostrino di aver attivato processi aggregativi ed ogni altra utile iniziativa al fine del raggiungimento dei predetti requisiti, con l'obbligo in capo agli stessi di accettare la richiesta di adesione di altri comuni. In tal caso la governance del distretto dovrà obbligatoriamente essere adeguata tenendo conto in maniera proporzionale, della presenza dei nuovi comuni.
6. I soggetti che hanno già attuato piani di sviluppo turistici aventi le caratteristiche previste dall'articolo 7 della legge 15 settembre 2005 n. 10 ed i requisiti previsti dal presente decreto, la cui progettualità è già stata positivamente valutata dal Nucleo regionale di valutazione e verifica degli investimenti pubblici – ex legge n. 144/99, vengono riconosciuti quali distretti turistici nei termini e con le modalità previste dal presente decreto.
7. I soggetti promotori di cui ai precedenti commi 4 e 6, per accedere alle procedure di riconoscimento, devono comunque essere in possesso dei requisiti territoriali minimi di ammissibilità previsti al precedente art. 3 e presentare la domanda di cui al successivo art. 5, al fine di verificare il possesso degli ulteriori requisiti.
8. I soggetti promotori possono far parte di un solo distretto turistico tematico e di un solo distretto turistico territoriale.

9. L'eventuale recesso di un soggetto pubblico e/o privato dal distretto turistico già riconosciuto, nel triennio di attuazione della progettualità assentita, non determina la revoca del riconoscimento, se tale recesso non fa venire meno i requisiti di cui al precedente articolo 3. È comunque facoltà dei distretti, entro 180 giorni dal recesso di un partner, ripristinare le condizioni necessarie al mantenimento dei requisiti; durante tale periodo i distretti mantengono intatta la capacità di operare. L'eventuale recesso dal distretto potrà avvenire solo dopo almeno un anno di partecipazione al distretto medesimo.

Art. 5

Procedura di riconoscimento

1. Al fine di ottenere il riconoscimento i soggetti proponenti i distretti turistici, di cui all'art. 4, presentano apposita domanda all'Assessorato regionale del turismo, dello sport e dello spettacolo (allegato modulo 19).
2. La domanda deve contenere i seguenti elementi:
 - a) elenco dei soggetti pubblici e privati partecipanti (allegato modulo 2);
 - b) studio sulla perimetrazione del distretto dal quale risultino la consistenza demografica (certificata al 31 dicembre 2009 dall'Ufficio anagrafe di ogni singolo comune aderente al distretto), l'estensione territoriale complessiva interessata, il numero degli esercizi commerciali, il numero dei posti letto, gli elementi di attrazione turistica e le risorse culturali, ambientali, paesaggistiche ed enogastronomiche che caratterizzano il territorio, con particolare riferimento agli elementi che ne costituiscono omogeneità;
 - c) piano di sviluppo turistico di cui al seguente articolo 6 per il triennio successivo all'anno in cui viene presentata la domanda;
 - d) schema di atto costitutivo, corredato dal regolamento di gestione, da dove si evince la denominazione, la natura giuridica dei distretti turistici quale elemento distintivo e la adeguata partecipazione del soggetto privato, non inferiore al 30% della compagine sociale.
3. Le domande devono essere presentate a partire dall'1 al 30 gennaio di ogni anno, al fine di procedere all'inserimento nella programmazione regionale. In sede di prima applicazione le domande dovranno essere presentate entro il termine perentorio di 60 giorni dalla pubblicazione del presente decreto nella Gazzetta Ufficiale della Regione siciliana.
4. I soggetti previsti dall'articolo 4 comma 4 e 5 devono produrre apposita dichiarazione di conferma (allegato modulo 4), espressa almeno dai quattro quinti degli enti territoriali aderenti, di adesione al distretto stesso, nonché dichiarazione di avvenuta modifica dei propri statuti o regolamenti per l'adeguamento ai principi ed alle disposizioni del presente decreto.
5. Le domande saranno valutate da una Commissione nominata dall'Assessore e presieduta dal dirigente generale dell'Assessorato o da un suo delegato e composta da quattro dirigenti dell'Assessorato, da due esperti indicati da ANCI e URPS e dai tre rappresentanti delle organizzazioni regionali maggiormente rappresentative del comparto turistico firmatarie del CCNL.

Nel corso della attività di valutazione, la commissione potrà richiedere ai proponenti ogni chiarimento e informazione utile al fine di maturare un giudizio compiuto sulla proposta e, eventualmente, chiedere l'integrazione della documentazione presentata.

6. Nella valutazione si terrà conto delle risultanze del “Manuale di valutazione qualitativa” redatto nel maggio 2007 su incarico della Presidenza del Consiglio dei Ministri Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo e del:
 - a) Coinvolgimento di un elevato numero di idonei soggetti pubblici e privati;
 - b) Rilevante estensione territoriale;
 - c) Comprovata sussistenza di un contesto turistico, caratterizzato dall’offerta di attrattive, beni, risorse e valori,
 - d) Adeguatezza delle risorse conferite dai proponenti per la copertura a regime delle spese di funzionamento;
 - e) Coerenza del programma di attività e dei relativi programmi di sviluppo con gli indirizzi della programmazione turistica regionale.
7. A conclusione del procedimento di valutazione, la Commissione formulerà all’Assessore per il turismo un parere motivato in ordine al riconoscimento o meno del Distretto. L’Assessore con proprio decreto provvede al riconoscimento del distretto turistico e da ciò ne deriva l’obbligo di inserire alla denominazione prescelta per il distretto, la dicitura “Distretto turistico della Regione siciliana” e lo stemma della regione siciliana.
8. È fatta salva la facoltà di stipulare convenzioni e di avvalersi di strutture pubbliche e private specializzate nel settore per procedere all’attività di valutazione.

Art. 6

Piano di sviluppo turistico

1. Alla domanda per il riconoscimento dei distretti turistici è allegato il piano di sviluppo turistico.
2. Il piano di sviluppo può essere sviluppato anche in progetti specifici riguardanti porzioni del territorio di riferimento che si caratterizzano per particolari tipologie di prodotti turistici.
3. Il piano di sviluppo deve contenere i seguenti elementi:
 - studio sulle ipotesi di sviluppo dell’area di riferimento dei distretti turistici con analisi di mercato e di posizionamento marketing attuale e potenziale con una descrizione dei punti di forza e dei punti di debolezza, delle opportunità e delle minacce secondo l’analisi Swot;
 - gli obiettivi che si intendono raggiungere nel triennio sia con il piano nel suo complesso che con i progetti specifici e i risultati attesi;
 - gli interventi previsti distinti per azioni strutturali, di prodotto e di commercializzazione;
 - il cronoprogramma delle attività;
 - il programma finanziario del piano nel suo complesso e dei progetti specifici di sviluppo con allegato il piano finanziario delle risorse pubbliche e private che i soggetti partecipanti si sono impegnati ad apportare.
4. La realizzazione del programma di attività e dei relativi progetti di sviluppo è soggetta a monitoraggio costante, a verifica periodica dei risultati parziali e alla valutazione finale dei risultati conseguiti.

Art. 7

Finanziamento dei progetti di sviluppo

1. Con distinto decreto redatto ai sensi del comma 3 dell'art. 6 della legge regionale n. 10/2005 l'Assessore regionale per il turismo, lo sport e lo spettacolo stabilirà la misura e le modalità del finanziamento dei Distretti Turistici regolarmente riconosciuti.
2. Il riconoscimento dei distretti turistici è condizione per l'attribuzione dei finanziamenti previsti dalla legge regionale n. 10/2005 e dagli artt. 5 e 6 della legge 29 marzo 2004, n. 135.
3. Ai distretti turistici potranno essere destinati, ove ne ricorrano le condizioni, i cofinanziamenti previsti dalle linee di intervento PO FEST 2007/2013, come richiamato dall'art. 74 della legge regionale 14 maggio 2009, n. 6.

Art. 8

Struttura organizzativa del distretto turistico

1. La scelta della associativa che dà luogo al distretto turistico è rimessa all'autorità dei soggetti partecipanti. Il modello organizzativo deve essere però ispirato a criteri di snellezza operativa che garantisca la governance e il coordinamento degli interventi dei soggetti partecipanti.
2. L'atto costitutivo e il regolamento organizzativo del distretto deve avere una durata non inferiore a tre anni. Il regolamento organizzativo del distretto deve espressamente indicare:
 - a) la regolamentazione dei rapporti nonché gli impegni assunti dai soggetti aderenti rispetto alle azioni concordate;
 - b) le responsabilità assegnate a ciascuno dei soggetti aderenti e il regime sanzionatorio per eventuali inadempienze;
 - c) un sistema autonomo di controllo delle azioni concertate con l'indicazione del soggetto delegato al controllo.

Art. 9

Valutazione, controllo e poteri di revoca

1. I distretti turistici trasmettono all'Amministrazione una rendicontazione annuale sull'attività svolta, con indicazione dei risultati conseguiti, delle spese sostenute e delle modalità di impiego dell'eventuale finanziamento pubblico.
2. A conclusione del terzo anno di attività, termine ultimo per la realizzazione del programma nel suo complesso e dei singoli progetti attuativi, il distretto turistico provvede alla rendicontazione finale sui risultati conseguiti, le spese sostenute e l'impiego dell'eventuale finanziamento.
3. La regolarità della rendicontazione è condizione per l'erogazione del finanziamento e per l'ammissibilità delle spese sostenute nella realizzazione delle diverse fasi del programma di attività.
4. L'Amministrazione regionale ha libero accesso, a semplice richiesta, a tutta la documentazione in possesso dei beneficiari relativa ai programmi finanziati e può operare verifiche sul campo per accertare lo stato di avanzamento dei progetti di sviluppo e le modalità di effettiva realizzazione degli interventi.
5. È facoltà dell'Amministrazione regionale, qualora ne sia fatta espressa richiesta motivata, concedere al distretto turistico, al termine del primo e del secondo anno, la possibilità di effettuare una rimodulazione degli interventi programmati, nonché di consentire, al

termine del terzo anno di attività, una proroga, non superiore a sei mesi, per la conclusione delle iniziative previste dal programma.

Nel caso in cui il distretto turistico sia destinatario di risorse comunitarie di cui al PO 2007/2013, i termini di realizzazione del piano di sviluppo sono automaticamente correlati a quelli più in generale fissati dalle norme che regolano la gestione delle singole linee d'intervento.

Art. 10

Revoca del riconoscimento ed estinzione del distretto

1. Il riconoscimento può venire revocato dall'Amministrazione regionale per il turismo nei seguenti casi:
 - accertata inadempienza rispetto al regolamento organizzativo e al piano di sviluppo;
 - inattività prolungata;
 - irregolarità nel funzionamento o nella gestione;
 - difformità sostanziale delle attività realizzate rispetto al programma di attività;
 - verificarsi di recessi da parte di soggetti aderenti, senza che ne subentrino altri equivalenti, tale da comportare il venir meno dei requisiti dell'ambito territoriale.
2. La revoca del riconoscimento comporta la revoca del cofinanziamento eventualmente accordato e l'obbligo di restituzione da parte del distretto turistico delle somme già erogate, ad eccezione delle somme ritenute ammissibili dall'Assessorato e, comunque, utili al raggiungimento degli obiettivi indicati del piano di sviluppo approvato.
3. Il distretto si estingue su richiesta del distretto stesso o a seguito del conseguimento degli obiettivi previsti dal piano di sviluppo già valutato dall'Assessorato in fase di riconoscimento. Dalla data del provvedimento di revoca o di estinzione è fatto divieto di inserire insieme alla denominazione prescelta per il distretto, la dicitura "Distretto turistico della Regione siciliana" e lo stemma della Regione siciliana.

ALLEGATO 4 – Scheda d'intervista ai referenti dei distretti culturali

Nome distretto Posizione referente.....

1. Esiste un logo del distretto?
 - a. Sì
 - b. No

2. Esiste un sito *internet* del distretto?
 - a. Sì,
 - b. No

Se la risposta alla domanda 2 è "b" andare alla domanda 4

3. Il sito è:
 - a. Statico (sempre uguale)
 - b. Dinamico (costantemente aggiornato)

4. Esiste una cartellonistica e/o una segnaletica del distretto?
 - a. Sì,
 - b. No

5. Esiste un ufficio informazioni e/o un numero verde del distretto?
 - c. Sì,
 - d. No

Se la risposta alla domanda 5 è "b" andare alla domanda 8

6. Quante persone vi lavorano?

7. Quanti giorni alla settimana è aperto?

8. Esiste materiale turistico del distretto (pubblicazioni, *brochure*, pieghevoli)?
 - a. Sì
 - b. No

Se la risposta alla domanda 8 è "b" andare alla domanda 10

9. Come viene distribuito?
 - a. Per posta
 - b. Tramite *e-mail*
 - c. In ufficio informazioni
 - d. Altro

10. Esiste un calendario unico degli eventi?
- a. Sì
 - b. No
11. Esiste un biglietto unico (cumulativo) per le visite?
- a. Sì
 - b. No
12. Esiste un programma specifico per le scuole?
- a. Sì
 - b. No

Se la risposta alla domanda 12 è "b" andare alla domanda 14

13. Le scuole sono:
- a. Siciliane
 - b. Del resto d'Italia
 - c. Straniere
14. Quale di questi strumenti è stato utilizzato per la promozione turistica del distretto e delle sue attività?
- a. Fiere del settore turistico
 - b. Pubblicità audio e/o video
 - c. Pubblicità su riviste e cataloghi di viaggio
 - d. Siti *web*, *social network*, portali *internet* di turismo
 - e. Eventi e manifestazioni
 - f. Progetti specifici
 - g. Altro
 - h. Nessuno
15. E nell'ultimo anno?
- a. Fiere del settore turistico
 - b. Pubblicità audio e/o video
 - c. Pubblicità su riviste e cataloghi di viaggio
 - d. Siti *web*, *social network*, portali *internet* di turismo
 - e. Eventi e manifestazioni
 - f. Progetti specifici
 - g. Altro
 - h. Nessuno
16. Esistono in cantiere iniziative di promozione per il prossimo anno?
- a. Sì
 - b. No
17. Quale di questi canali è stato impiegato per la commercializzazione turistica del distretto?

- a. *Tour operator* e/o agenzie di viaggio
- b. Pacchetti turistici autorganizzati dal distretto
- c. *Tour* e visite guidate autorganizzati dal distretto
- d. Progetti specifici
- e. Altro
- f. Nessuno

18. E nell'ultimo anno?

- a. *Tour operator* e/o agenzie di viaggio
- b. Pacchetti turistici autorganizzati dal distretto
- c. *Tour* e visite guidate autorganizzati dal distretto
- d. Progetti specifici
- e. Altro
- f. Nessuno

Se la risposta alla domanda 18 è "a"

19. Se si ricorre a *tour operator* e/o agenzie di viaggio, questi sono:

- a. Siciliani
- b. Del resto d'Italia
- c. Stranieri

20. Con quanti *tour operator* si è in contatto?

21. In quanti pacchetti o *tour* si è inseriti?

ALLEGATO 5 – Questionario ai tour operator e agenzie di viaggio

Good morning,

we are conducting a survey on cultural districts in Sicily, with particular reference to their tourism promotion and marketing.

A part of the survey is developed by filling of questionnaires by tour operators and travel agencies that deal with foreign cultural tourism in Sicily. These are few questions to answer that only needs few minutes.

The questionnaire, completely anonymous, can be filled out online by clicking on the link below:

<https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?formkey=dGxJSjVNMTMwbS1zN2JqbE9ZeGdDLWc6MQ>

The survey results will be presented only in aggregate form and will be used exclusively for research purposes.

Thanks in advance for your collaboration.

Survey on promotion and marketing of Sicilian cultural districts

Research Project by Federica Placenti

Thesis for PhD in Tourism Sciences at the University of Palermo - Italy

1. In which country your company is located?
.....
2. Among your business do you deal with cultural travels in Sicily?
 - a. Yes
 - b. No → Thanks for your collaboration
3. Which type of travel you promote and/or marketed most?
 - a. Cultural in general
 - b. Archaeological
 - c. City of art
 - d. Enogastronomic
 - e. Naturalistic
4. What cities or areas of Sicily do you propose in your travel deals?
.....
5. How do you choose your destinations in Sicily?
 - a. Depending on customer requests
 - b. Based on proposals coming from your correspondents in Sicily
 - c. According to the promotion done by institutions, companies or associations that promote tourism in Sicily
 - d. Depending on market trends
 - e. On the basis of your business strategies
 - f. Other
6. Do you know the "cultural districts"?
(cultural district is defined as a network of public and private partners around cultural projects, eg. Glasgow, Liverpool, Valencia, Boston)
 - a. Yes
 - b. No

If the answer to the question 6 is "No" go to the question 12

7. Have you inserted some cultural district within your travel deals?
 - a. Yes
 - b. No

If the answer to the question 7 is "No" go to the question 11

8. In case that you proposed some Sicilian cultural district in your offerings, indicate which one?
- a. Cultural district of "Sud Est"
 - b. Cultural District of "Taormina Etna"
 - c. Cultural District of "Madonie"
 - d. Cultural District of "Val di Mazara"
 - e. Cultural District of "Alto Belice Corleone"
 - f. Cultural District of "Terre Federiciane"
 - g. Cultural district of "Palermo"
 - h. Cultural district of "Catania"
 - i. Cultural district of "Selinunte"
 - j. No one

If the answer to the question 8 is "a", "b", "c", "d", "e", "f", "g", "h", "i" o "j" go to the question 10

If the answer to the question 8 is "j" go to the question 9

9. Why?
- a. They are not suitable to be marketed
 - b. They are not ripe to be marketed
 - c. You will do it in the future
 - d. You would like, but you do not know how to contact them
 - e. Other

Thanks for your collaboration

If the answer to the question 9 is "b" go to the question 10

10. What aspects do you think should be improved to increase the tourist development of these districts?
- a. The area's image
 - b. Quality of facilities and/or services
 - c. Internal transfers
 - d. Cultural initiatives
 - e. Technological innovation applied to the cultural enjoyment
 - f. No one
 - g. Other

Thanks for your collaboration

11. Why?

- a. They are not in your business goals
- b. They are not ripe to be marketed
- c. You will do this in the future
- d. You would like, but you do not know how to get in touch with them
- e. Other

Thanks for your collaboration

12. Do you think there may be an interest of the tourism market towards Sicilian cultural districts?

- a. Si
- b. No → Thanks for your collaboration

13. On which activities and/or actions they should focus more?

- a. Promotion
- b. Territorial animation (organization of activities and cultural events)
- c. Technological innovation applied to culture
- d. Other

Thanks for your collaboration
