

Vincenzo Pacelli, Edgardo Sica

**ECONOMIA E FINANZA
DEGLI HERITAGE ASSETS**

**Come rendere
un'attrazione turistica
una risorsa economica
per il territorio**

FrancoAngeli

La pubblicazione è stata realizzata con il contributo del Dipartimento di Economia
dell'Università di Foggia

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati
possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page
al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Vincenzo Pacelli, Edgardo Sica

**ECONOMIA E FINANZA
DEGLI HERITAGE ASSETS**

**Come rendere
un'attrazione turistica
una risorsa economica
per il territorio**

FrancoAngeli

Copyright © 2018 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

INDICE

Introduzione , di <i>Vincenzo Pacelli</i> ed <i>Edgardo Sica</i>	pag.	9
---	------	---

PARTE PRIMA

1. Profili micro e macroeconomici degli <i>heritage assets</i> , di <i>Edgardo Sica</i>	»	17
1.1. Gli <i>heritage assets</i> tra cultura, paesaggio e turismo	»	17
1.2. La dimensione economica degli <i>heritage assets</i>	»	23
1.3. L'analisi microeconomica degli <i>heritage assets</i>	»	26
1.3.1. Il profilo microeconomico degli <i>heritage assets</i> nell'accezione di beni culturali e paesaggistici	»	26
1.3.2. Il profilo microeconomico degli <i>heritage assets</i> nell'accezione di attrattori turistici	»	30
1.4. L'analisi macroeconomica degli <i>heritage assets</i>	»	33
1.4.1. L'identificazione del settore degli <i>heritage assets</i>	»	33
1.4.2. Gli indicatori macroeconomici di performance degli <i>heritage assets</i>	»	35
1.4.3. <i>Heritage assets</i> ed effetti moltiplicativi	»	39
2. <i>Heritage assets</i>, innovazione e sostenibilità ambientale , di <i>Edgardo Sica</i>	»	42
2.1. Introduzione	»	42
2.2. L'innovazione nel settore degli <i>heritage assets</i>	»	43
2.2.1. Definizione e misurazione dell'innovazione	»	43
2.2.2. Innovazione tecnologica e digitalizzazione	»	47
2.3. <i>Heritage assets</i> e sviluppo sostenibile	»	49

2.3.1. La sostenibilità ambientale degli <i>heritage assets</i> nell'accezione di beni culturali e paesaggistici	pag.	51
2.3.2. La sostenibilità ambientale degli <i>heritage assets</i> nell'accezione di attrattori turistici	»	55
2.3.2.1. Stagionalità e capacità di carico degli <i>heritage assets</i>	»	58
3. Il finanziamento degli <i>heritage assets</i> e l'<i>art wealth management</i>, di Vincenzo Pacelli	»	62
3.1. Introduzione	»	62
3.2. Il <i>project financing</i> come strumento utile nel finanziamento degli <i>heritage assets</i>	»	62
3.3. L'importanza del business plan e della pianificazione finanziaria nel finanziamento degli <i>heritage assets</i>	»	64
3.4. Il finanziamento pubblico degli <i>heritage assets</i> e le lacune europee e italiane in tema di coordinamento e pianificazione strategica	»	74
3.5. Il <i>wealth management</i> nel settore dell'arte	»	85
4. La valutazione degli <i>heritage assets</i>, di Vincenzo Pacelli	»	89
4.1. Introduzione	»	89
4.2. Prezzo o valore degli <i>heritage assets</i> ?	»	91
4.3. Analisi fondamentale e introduzione alle famiglie dei metodi di valutazione delle aziende che gestiscono <i>heritage assets</i>	»	95
4.4. Approfondimento su alcuni metodi di valutazione degli <i>heritage assets</i>	»	100
4.4.1. Modello dell'equilibrio nella contrattazione fra le parti	»	101
4.4.2. Metodo della stima del valore economico di un <i>heritage asset</i> attraverso il calcolo dell'EVA	»	104
4.4.3. Metodo finanziario della somma del valore turistico e del valore intrinseco	»	106
4.4.4. Metodo del valore medio ottenuto attraverso un adattamento del "Delphi method"	»	108

PARTE SECONDA

5. Le grotte come risorsa ambientale e turistica. Analisi dei casi delle Waitomo Glowworm Caves e delle Grotte di Castellana, di <i>Vincenzo Pacelli</i>	pag.	113
5.1. Introduzione	»	113
5.2. Le grotte italiane come risorsa ambientale e turistica	»	113
5.3. Il caso delle Waitomo Glowworm Caves	»	118
5.4. Il caso delle Grotte di Castellana	»	121
5.4.1. La genesi geologica e turistica delle Grotte di Castellana	»	121
5.4.2. La costituzione, l'oggetto sociale e la governance della società "Grotte di Castellana s.r.l."	»	125
5.4.3. Strategie di sviluppo perseguite	»	129
5.4.4. Criticità gestionali	»	130
5.4.5. Analisi di bilancio	»	133
5.4.6. Il contributo delle Grotte di Castellana al turismo e all'economia del Comune di Castellana Grotte e delle aree limitrofe	»	137
5.4.7. Uno sguardo al futuro	»	148
6. Gli <i>heritage assets</i> come risorsa culturale e turistica. i casi della Pinacoteca di Brera, del Museo Archeologico Nazionale di Taranto e della Fondazione RavennAntica, di <i>Edgardo Sica</i>	»	154
6.1. Introduzione	»	154
6.2. La Pinacoteca di Brera	»	156
6.2.1. Descrizione	»	156
6.2.2. Profili di governance	»	158
6.2.3. SWOT analysis	»	160
6.2.4. Analisi dei dati	»	162
6.3. Il MArTA	»	168
6.3.1. Descrizione	»	168
6.3.2. Profili di governance	»	169
6.3.3. SWOT analysis	»	172
6.3.4. Analisi dei dati	»	174
6.4. La Fondazione RavennAntica	»	180
6.4.1. Descrizione	»	180
6.4.2. Profili di governance	»	180
6.4.3. SWOT analysis	»	182
6.4.4. Analisi dei dati	»	184
6.5. Conclusioni	»	189

7. Come può un <i>heritage asset</i> in quanto attrazione turistica creare valore per il territorio: analisi di best practices europee e statunitensi, di <i>Vincenzo Pacelli</i>	pag.	192
7.1. Introduzione	»	192
7.2. Il caso del Museo Guggenheim di Bilbao	»	193
7.3. Il caso della Serralves Foundation di Porto	»	199
7.4. Il caso del National Museums di Liverpool	»	203
7.5. Il caso delle Terme di Merano	»	206
7.6. Il caso del Balboa Park di San Diego	»	211
7.7. Il caso del Museum of Fine Arts di Boston	»	214
Bibliografia	»	221

INTRODUZIONE

di *Vincenzo Pacelli* ed *Edgardo Sica*

Il patrimonio culturale rappresenta una realtà estremamente dinamica ed in continua espansione che si caratterizza per i forti connotati estetici ed espressivi. La sua nozione fu formalizzata per la prima volta in Italia negli anni Sessanta dalla “Commissione Franceschini” in termini di testimonianze di civiltà, storia e cultura che, in forza di un valore artistico riconosciuto, appartengono alla collettività e sono, per questo, oggetto di valorizzazione e di tutela. Oggi il patrimonio culturale è disciplinato dal D.lgs. n. 42 del 22 gennaio 2004 che lo definisce come l’insieme dei beni culturali e paesaggistici. Esso, infatti, non comprende soltanto gli oggetti d’arte e tutto ciò che ha un valore storico (documenti, libri, ecc.), ma anche i beni ambientali che costituiscono paesaggi naturali o trasformati ad opera dell’uomo che, per il loro pregio, offrono testimonianza di civiltà. In virtù del loro elevato grado di eterogeneità, nel 2009 l’Unesco ha classificato il patrimonio culturale in sei domini, distinguendo tra (i) musei, siti archeologici, monumenti, paesaggi naturali, (ii) arti performative, (iii) prodotti delle arti visive e dell’artigianato, (iv) libri, quotidiani e riviste, (v) industria radio-televisiva, cinematografica e *videogames* e (vi) moda, architettura, pubblicità e *design*. In questo volume si farà riferimento in maniera specifica al primo dominio ovvero a quello degli “*heritage assets*” nella doppia valenza di *beni culturali e paesaggistici* da un lato e di *attrattori turistici* dall’altro. Il turismo culturale rappresenta, infatti, una risorsa strategica per il nostro Paese che può contare su una delle più ampie dotazioni al mondo di *heritage assets* in termini di musei, aree archeologiche, beni ambientali, parchi nazionali e aree marine, e ciò rende il binomio cultura-turismo il vero *asset* competitivo da valorizzare per il sistema turistico nazionale. Scongiorando il paradosso dell’abbondanza, di cui il nostro Paese rischia di divenire infelice esempio, in Italia si dovrebbe, dunque, con lungimiranza e determinazione, programmare una vera politica industriale a lungo termine fondata sulla valorizzazione sostenibile in chiave turistica del nostro straordinario patrimonio

ambientale, artistico e culturale, da attivarsi attraverso precise e coraggiose scelte politiche a livello nazionale e comunitario e conseguenti adeguati investimenti e ciò attiverebbe nel tempo virtuosi e duraturi meccanismi moltiplicativi del reddito e della ricchezza.

Il volume si suddivide in due parti e analizza i profili economici, finanziari e gestionali degli *heritage assets* nella loro dimensione di attrazioni turistiche. Nella prima parte del volume si analizzano, da un punto di vista prettamente teorico, i tratti micro e macroeconomici degli *heritage assets* in quanto attrazioni turistiche e si approfondiscono i temi del finanziamento e della valutazione degli *heritage assets*. Nella seconda parte del volume, invece, si descrivono, attraverso un approccio empirico, alcuni casi nazionali e internazionali di *heritage assets* in quanto attrattori turistici. In questa parte il focus sarà sui modelli attraverso i quali gli attrattori turistici analizzati siano stati, con le loro strategie gestionali di successo, un volano economico per il territorio, ovvero, in altri termini, siano stati in grado di creare valore economico e sociale per il territorio in cui si insediano e non solo per la società o ente che li gestisce.

In particolare, il primo capitolo analizza la dimensione economica degli *heritage assets*, declinandola sia in termini di attività imprenditoriali connesse che di valorizzazione economica intesa come il tentativo di rendere tali beni produttivi, cioè fonte di reddito, incentivandone la fruizione. Tale processo di valorizzazione non va inteso in termini di mercificazione degli stessi ma come possibilità di favorirne la conservazione e la fruizione in virtù dei flussi di reddito generati. Il capitolo prosegue con l'analisi dei profili micro e macroeconomici degli *heritage assets*. Dal punto di vista microeconomico, si evidenzierà, in particolare, l'esigenza di scindere la loro dimensione di "beni culturali e paesaggistici" da quella di "attrattori turistici" dal momento che ciascuno dei due profili richiede un diverso tipo di approccio e di approfondimento. L'analisi macroeconomica, invece, verterà principalmente sulla complessità legata all'identificazione del "settore" degli *heritage assets*, sull'individuazione dei suoi indicatori di *performance* e sugli effetti moltiplicativi sull'economia locale.

Il secondo capitolo si concentrerà, in particolare, su due degli indicatori di *performance* individuati nel primo capitolo, ovvero il livello di innovazione e di sostenibilità ambientale. L'importanza dell'innovazione risiede principalmente nella possibilità di ampliare la fruizione turistica degli *heritage assets* alla luce delle trasformazioni delle tecnologie e del mercato. Essa, inoltre, comporta la nascita di numerose nuove competenze e, di conseguenza, dei relativi fabbisogni formativi, con ricadute estremamente positive in termini occupazionali. Il focus verterà principalmente sulle innovazioni tecnologiche e sulla digitalizzazione che assumono particolare rilievo per il

settore dal momento che offrono rilevanti opportunità di modernizzazione dell'offerta. Il tema della sostenibilità attiene, invece, alla gestione durevole e alla fruizione sostenibile del patrimonio culturale, riconoscendone le esternalità positive che può generare. L'analisi si concentrerà sulla sostenibilità ambientale degli *heritage assets* prima nella loro accezione di beni culturali e paesaggistici – in termini di risparmio energetico e di uso di fonti rinnovabili – e poi in quella di attrattori turistici – in termini di turismo sostenibile e di capacità di carico.

Il terzo capitolo approfondisce le tematiche del finanziamento degli *heritage assets* e del *wealth management* nel settore dell'arte. In particolare, con riferimento alla tematica del finanziamento degli *heritage assets*, si approfondirà innanzitutto la tecnica del *project financing*, considerata particolarmente utile e adatta nelle operazioni di finanziamento dei beni culturali e ambientali in ragione dell'entità mediamente elevata dei fondi necessari, della complessità delle operazioni e della natura spesso mista fra pubblica e privata dei soggetti interessati. Si analizzerà in seguito il tema della pianificazione strategica, economica e finanziaria, attraverso l'analisi dello strumento gestionale del business plan, che è considerato un documento imprescindibile nei progetti di finanziamento pubblico o privato degli *heritage assets*. Dopo aver analizzato poi nel capitolo le principali opportunità di finanziamento pubblico degli *heritage assets* in Italia e in Europa e aver sollevato qualche riflessione critica in merito alle lacune europee e italiane in tema di coordinamento e pianificazione strategica delle politiche di investimento nel settore dei beni culturali e ambientali, il terzo capitolo si concluderà analizzando i temi delle gestioni di patrimoni investiti in arte e dello sviluppo dei servizi finanziari legati al mondo dell'arte.

Il quarto capitolo affronta il tema complesso e controverso della valutazione degli *heritage assets* in quanto attività economiche in grado di generare un reddito a fronte del sostenimento di oneri di gestione, tutela e conservazione. La valutazione di un bene artistico o ambientale può generare un valore economico, a seguito di un processo di stima, oppure può contribuire, in concorso e a seguito di un processo di negoziazione, a definirne il prezzo ed è evidente come il valore e il prezzo di un bene artistico o ambientale siano due cose differenti e molto spesso non coincidenti, in quanto frutto di due processi diversi caratterizzati da finalità spesso dissimili. Per tale ragione, nel quarto capitolo si approfondirà inizialmente il tema delle significative divergenze fra il prezzo e il valore dei beni ambientali e culturali per poi concentrarsi sulle metodologie di valutazione degli *heritage assets*. A tal riguardo è opportuno rimarcare che il valore di un bene artistico-ambientale non è meramente economico, è bensì anche sociale e culturale e quindi il suo

valore *lato sensu* è difficilmente misurabile. Del resto i benefici culturali o sociali generabili per la collettività sono difficilmente quantificabili da un punto di vista economico e non è quindi agevole vederli riflessi e identificarli quantitativamente nel valore o nel prezzo del bene artistico-ambientale considerato. D'altro canto però appare legittimo considerare un determinato bene artistico-ambientale come un asset di un ente pubblico o privato che lo possiede in dotazione e quindi auspicarne legittimamente la sua rendicontazione contabile e considerare legittimi gli investimenti pubblici o privati per la sua tutela, conservazione o valorizzazione, fintanto che lo stesso bene sia quanto meno potenzialmente in grado di generare una qualche utilità, che sia economica, sociale, scientifica o culturale per gli shareholders o gli stakeholders della società o dell'ente gerente. Appare dunque di tutta evidenza come il tema della valutazione degli *heritage assets*, sebbene complesso e scivoloso, sia di assoluta rilevanza per una moltitudine di soggetti, siano essi contribuenti pubblici e quindi ignari cittadini, consapevoli investitori pubblici o privati o amministratori degli enti pubblici o privati che possiedono in dotazione il bene analizzato.

Con il quarto capitolo si chiude la prima parte del volume di taglio prettamente teorico e si apre, con il quinto capitolo, la seconda parte del volume dedicata all'analisi empirica dei casi di studio. Come evidenziano Eisenhardt (1989), Yin (1989) e Tellis (1997), la metodologia dei casi ha la duplice finalità di cogliere in dettaglio i principali connotati dei fenomeni oggetto di analisi e di comprendere le dinamiche di un dato processo. L'approccio qualitativo dei *case studies* consente infatti di descrivere, spiegare e comprendere le situazioni e i fenomeni nella loro dinamica e nella loro evoluzione.

Seguendo questa impostazione metodologica, il quinto capitolo analizza le grotte come risorsa ambientale e turistica, descrivendo innanzitutto la realtà delle grotte italiane ed esplorando quindi i casi delle Waitomo Glowworm Caves in Nuova Zelanda e delle Grotte di Castellana in Italia. Il turismo speleologico, ovvero il turismo legato alla scoperta dell'affascinante mondo delle grotte, è divenuto nel corso degli ultimi anni una preziosa risorsa economica per molte aree e in particolare nel nostro Paese, che vanta una grande quantità di cavità naturali attrezzate per la visita. Si stima che oggi le grotte turistiche italiane siano visitate ogni anno da oltre 1 milione e mezzo di visitatori e generino un fatturato aggregato annuo di circa 20 milioni di euro, laddove si considerino anche i servizi collaterali alle visite delle grotte, come, ad esempio, gli ingressi ai musei speleologici, i bookshops, la vendita di foto e *gadgets* in prossimità delle grotte. Questo fatturato annuo addirittura tende a raddoppiarsi, laddove si consideri anche l'indotto ovvero i servizi resi dai soggetti diversi dagli enti gestori delle grotte come i servizi di ristorazione, le strutture ricettive, le attività

commerciali o sportive. Da una grotta turistica adeguatamente valorizzata, possono dunque nascere svariate attività collaterali, sia nel campo dei servizi che della ricettività, in grado di offrire opportunità di occupazione oltre che di attirare investimenti pubblici o privati che alimentino un ciclo virtuoso con effetti moltiplicativi sulla produzione e sul reddito del territorio.

Il sesto capitolo esamina il contributo che i flussi di turismo culturale generati dai musei possono fornire allo sviluppo locale alla luce della recente riorganizzazione del sistema museale italiano. A tal fine, il capitolo analizzerà tre realtà molto differenti tra loro per tipo di governance, collocazione geografica, contesto socioeconomico e bacino d'utenza, ovvero la Pinacoteca di Brera, il Museo Archeologico Nazionale di Taranto (MARTA) e la Fondazione RavennAntica, incaricata di gestire una parte del patrimonio culturale del comune di Ravenna comprensivo proprio di alcuni musei. L'indagine prenderà in considerazione alcuni aspetti gestionali delle tre realtà analizzate quali gli obiettivi strategici, le strategie di sviluppo commerciale e di promozione ed i risultati conseguiti. Le informazioni raccolte sono state poi incrociate con dati statistici provenienti da diverse fonti mostrando il differente modo in cui ciascuna delle tre realtà analizzate intende il turismo culturale e ne sfrutta le potenzialità in termini di ricadute economiche sul territorio.

Il settimo e ultimo capitolo analizza una serie di casi europei e statunitensi di successo nella gestione di *heritage assets*, in particolare per quanto attiene alla loro capacità di creare valore economico e sociale per il territorio. La panoramica inizia dal Museo Guggenheim di Bilbao, una straordinaria operazione architettonica e culturale, oltre che economica, che ha contribuito a cambiare radicalmente il volto e l'economia della città spagnola. Assai meno conosciuto del caso basco è quello della Fondazione Serralves situata nella non distante città di Porto, che fin dalla nascita si è posta l'obiettivo della costruzione di un dialogo costante con la città e della creazione di una comunità di supporto. Il terzo *case study* analizzato nel capitolo è quello dei National Museums di Liverpool, un unico ente che racchiude al proprio interno otto diversi musei, tutti ad ingresso libero, finanziati per due terzi con fondi del governo del Regno Unito, ma alla ricerca oggi di nuove fonti di sostentamento. Chiude la carrellata dei casi europei un caso italiano, situato in un territorio ponte con il mondo di lingua tedesca, ovvero quello delle Terme di Merano, di proprietà per oltre il 99% della Provincia autonoma di Bolzano. Completano il settimo capitolo due casi nordamericani. Il primo è quello californiano del Balboa Park di San Diego, una complessa e articolata realtà costituita al proprio interno da decine di musei, enti e attività commerciali. Il secondo caso statunitense analizzato è infine quello del Museum of Fine Arts di Boston, quinto complesso museale più grande degli Stati Uniti d'America, nonché uno dei più antichi.

PARTE PRIMA

1. PROFILI MICRO E MACROECONOMICI DEGLI *HERITAGE ASSETS*

di *Edgardo Sica*

1.1. *Gli heritage assets tra cultura, paesaggio e turismo*

La nozione di patrimonio culturale è stata introdotta per la prima volta in Italia dalla “Commissione d’indagine per la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico, archeologico, artistico e del paesaggio” – istituita su proposta del Ministero della Pubblica Istruzione con la L. n° 310 del 26 aprile 1964 – e meglio conosciuta come “Commissione Franceschini”. Essa definiva il patrimonio culturale come l’insieme di tutte le testimonianze di civiltà, storia e cultura che, in forza di un valore artistico riconosciuto, appartengono alla collettività, ne sono testimonianza storica e oggetto di educazione estetica e sono, per questo, oggetto di valorizzazione e di tutela. Da tale definizione si comprende come il patrimonio culturale non sia soltanto identificabile con gli oggetti d’arte, ma comprenda tutto ciò che ha un valore storico, come, ad esempio, documenti, libri, ritrovamenti ed acquisizioni di materiali, nonché sperimentazioni artistiche ed espressive ed oggetti d’uso comune. Ne fanno parte anche i beni ambientali che costituiscono paesaggi naturali o trasformati ad opera dell’uomo come, ad esempio, quelle zone in cui siano presenti strutture insediative urbane che, per il loro pregio, offrono testimonianza di civiltà.

I beni facenti parte del patrimonio culturale possono essere di tipo *materiale* o *immateriale*. I primi hanno una forma definita e stabile, quali, ad esempio, quadri, statue, architetture, reperti archeologici, ecc. I secondi, invece, sono quelli che, non avendo una forma definita e stabile, esistono solo nel momento in cui avvengono, quali ad esempio, feste e rappresentazioni popolari, processioni e riti religiosi, gare sportive e agonistiche, ecc. Essi, inoltre, possono essere di tipo *mobile* o *immobile*. I primi sono quelli trasportabili da un luogo ad un altro senza che ne venga compromessa l’integrità (quadri, sculture, monete, ecc.), laddove i secondi sono definitivamente ancorati al luogo in cui sorgono (affreschi, monumenti, aree archeologiche, beni paesaggistici, ecc.).

Per quanto riguarda, specificamente, i beni ambientali, essi possono essere riconducibili a bellezze “individue” (ossia quelle che conservano una non comune pregevolezza intrinseca spontanea, come parchi, grotte, baie naturali, ecc.) e a quelle “d’insieme”, quali forme naturali o edifici che costituiscono parte integrante di un complesso unitario di particolare valore.

Il patrimonio culturale è oggi disciplinato dal “Codice dei beni culturali e del paesaggio” (D.lgs. n° 42 del 22 gennaio 2004) che lo definisce come l’insieme dei beni culturali e paesaggistici (art. 2). Il Codice fornisce anche una definizione puntuale di ciascuna delle due tipologie di beni, stabilendone anche i vincoli ai quali sono soggetti nonché le azioni per la loro tutela e salvaguardia.

In base al Codice, i beni culturali sono “*le cose immobili e mobili che [...] presentano interesse artistico, storico, archeologico, etnoantropologico, archivistico e bibliografico e le altre cose individuate dalla legge o in base alla legge quali testimonianze aventi valore di civiltà*” (art. 2). Questi comprendono: “[...] *le raccolte di musei, pinacoteche, gallerie e altri luoghi espositivi [...] gli archivi [...] le raccolte librerie [...] dello Stato, delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali [...]*” nonché quelli appartenenti a soggetti privati. Sono, tra gli altri, beni culturali anche “[...] *i libri [...] gli spartiti musicali [...] le fotografie [...] le pellicole cinematografiche [...]*” purché aventi “*carattere di rarità e di pregio*”, “*le ville, i parchi e i giardini [...] le pubbliche piazze, vie, strade [...]*” purché aventi “*interesse artistico o storico*” (art. 10).

I beni paesaggistici sono, invece, “*gli immobili e le aree [...] costituenti espressione dei valori storici, culturali, naturali, morfologici ed estetici del territorio, e gli altri beni individuati dalla legge o in base alla legge*” (art. 2). Questi comprendono “*le cose immobili che hanno cospicui caratteri di bellezza naturale, singolarità geologica o memoria storica, [...] le ville, i giardini e i parchi, [...] i centri ed i nuclei storici; [...] le bellezze panoramiche [...], i territori costieri [...], i fiumi, i torrenti, i corsi d'acqua [...], le montagne [...], i ghiacciai [...], i parchi e le riserve [...]*” (art. 136 e 142).

Il patrimonio culturale rappresenta, quindi, una realtà dinamica ed in perenne espansione che si caratterizza per i forti connotati estetici ed espressivi. Esso, infatti, esprime i valori irripetibili ed irriproducibili della società di cui è emanazione: in quanto “*unicum*”, possiede un importante “valore economico” che, affiancandosi a quello storico, artistico e culturale, gli consente di costituire, come vedremo in seguito, anche un’importante fonte di redditività per un Paese. A causa dell’elevato grado di eterogeneità degli ambiti in esso coinvolti, l’Unesco ha classificato il patrimonio culturale in sei raggruppamenti o “domini” (Unesco, 2009):

- *Cultural and Natural Heritage*, comprendente musei, siti archeologici, monumenti, paesaggi naturali e di rilevanza culturale, nonché beni mobili ed immobili dal valore simbolico, storico, artistico, estetico, etnoantropologico, scientifico e sociale ed attività ad essi connesse;
- *Performance and Celebration*, in cui rientrano le arti performative, i festival, le fiere, nonché i beni e le attività riguardanti la musica;
- *Visual Arts and Crafts*, ovvero i prodotti delle arti visive e dell'artigianato;
- *Books and Press*, comprendente le industrie attive nella produzione di libri, quotidiani e riviste;
- *Audio-visual and Interactive Media*, di cui fanno parte l'industria radio-televisiva e cinematografica, il mondo dei *videogames* e tutto ciò che riguarda il mondo del *web* e dell'informatica;
- *Design and Creative Services*, in cui, infine, rientrano la moda, l'architettura, la pubblicità e il *design* nelle sue diverse accezioni.

L'Unesco ha, inoltre, considerato un dominio ad essi trasversale, ovvero il "patrimonio culturale intangibile" (protetto dalla Convenzione Unesco 2003), oltre ad altre categorie correlate, quali il turismo, lo sport e l'intrattenimento, connettendovi, altresì, le attività di educazione, formazione, archiviazione, conservazione e impiego di attrezzature e materiali di supporto (Figura 1.1).

Fig. 1.1 – Classificazione del patrimonio culturale in domini (fonte: Unesco, 2009)

