

IL 10% DEI TURISTI HA SCELTO LA DESTINAZIONE PER PARTECIPARE A EVENTI

In Italia il turismo culturale si fa largo

Chi viaggia in base alle manifestazioni spende di più del turista medio

DI FILIPPO MERLI

In Italia il turismo culturale è un asset economico di primo piano. Secondo le indagini dell'Osservatorio sull'economia del turismo delle **Camere di commercio di Unioncamere-Isnart**, nel 2025 circa il 10% dei visitatori ha scelto la destinazione principalmente per partecipare a una manifestazione, in particolare di carattere culturale e folkloristico. Chi viaggia per assistere a tali appuntamenti spende mediamente 107 euro al giorno (al netto delle spese di viaggio e alloggio) contro i 96 euro del turista italiano medio. Una spesa che sale a 109 euro tra i visitatori stranieri e raggiunge i 121 euro tra il pubblico più maturo.

«Il turismo è un motore fondamentale dell'economia italiana: genera complessivamente oltre 200 miliardi di euro, pari al 9,6% del Pil e dà lavoro a quasi un italiano su sette», ha spiegato il segretario generale di **Unioncamere, Giuseppe Tripoli**. «Occorre fare dei territori che ospitano i patrimoni Unesco meno frequentati il punto di partenza per costruire intorno a essi un sistema integrato di valorizzazione turistica».

Il patrimonio artistico e monumentale si conferma una componente importante dell'esperienza di soggiorno, indicata da oltre l'84% dei turisti presi in considerazione, mentre il 32% segnala tra le motivazioni di viaggio anche iniziative legate alle tradizioni e alla cultura locale, con una spesa sul territorio superiore dell'11% rispetto alla media. Numeri che, secondo il sistema camerale, non possono restare un dato isolato, ma devono diventare la base di una po-

litica strutturata.

Le tematiche sul turismo culturale sono emerse al *Mirabilia Day* denominato «Dagli eventi alla politica degli eventi», organizzato il 17 e 18 settembre nelle città sarde di Sassari e Alghero, che ha riunito le **Camere di commercio** aderenti al progetto Mirabilia in un confronto pensato come laboratorio nazionale. L'obiettivo è mettere a sistema esperienze diverse, provenienti da territori distanti tra loro ma accomunate da una stessa evoluzione: gli eventi culturali non sono più considerati singolarmente, come iniziative a sé stanti, ma come veri e propri asset di sviluppo territoriale.

Se gli eventi diventano parte di una politica di sviluppo è infatti necessario poterne misurare l'impatto e il ritorno economico. È a questo scopo che **Isnart** ha creato *Destinazione*, il disciplinare nazionale che permette alle **Camere di commercio** di valutare e valorizzare gli eventi in chiave turistica, individuando quelli capaci di generare attrattività, identità e sviluppo per i territori.

Il cuore del modello è InVite (l'Indice di valore e impatto turistico dell'evento), che misura sia l'attrattività e l'impatto turistico sia il livello di integrazione e la capacità del territorio. Una logica di sistema che trova una delle sue applicazioni più significative nell'esperienza della **Camera di commercio** del Nord Sardegna, che non si è limitata a sostenere singole manifestazioni, ma ha costituito un vero e proprio network di eventi con il programma *Salute & Tri-gu*.

— © Riproduzione riservata — ■

