

PERCORSI D'ARTE

Dalle città ai borghi: la cultura diventa risorsa. Oltre il turismo

Nel 2025 soggiorni e gite nei luoghi d'arte hanno raggiunto un valore pari a 57 miliardi di euro, con ricadute positive sulla qualità della vita dei residenti. Ma occorre investire sulla destagionalizzazione.

Colombo e Curcio — a pag. 10

Perugia. L'Umbria è la regione con più comuni a vocazione culturale in Italia



Dalle città ai borghi: se la cultura diventa risorsa, oltre il turismo

Il quadro. Nel 2025 i viaggi nei luoghi d'arte hanno portato 57 miliardi di euro. Per consolidare il trend investire su destagionalizzazione e sinergie. Il ministro Mazzi: «In Italia patrimonio diffuso sul territorio»

Pagina a cura di
Camilla Colombo
Camilla Curcio

Se luglio e agosto sono stati i mesi in cui le esperienze culturali, a causa delle ondate di calore, si sono vissute spesso la sera – tanto che si inizia a parlare di *noctourism* – settembre è ormai noto da anni come il periodo dedicato ai festival culturali. Quale che sia il mese, ciò che si conferma è il traino economico del turismo culturale in Italia che, nel 2025, ha raggiunto i 56,6 miliardi di euro, circa il 52% dell'indotto turistico complessivo.

Gli ultimi dati del **ministero del Turismo** sottolineano quanto questa tipologia di turismo – di cui il 27 settembre si celebra la giornata internazionale al Tempio di Venere, a Roma – generi sia un alto numero di presenze sia significative ricadute economiche sulla filiera dei servizi locali. I Comuni a vocazione culturale, ad esempio, catalizzano oltre il 63% delle presenze complessive. «Il successo del turismo culturale italiano poggia su un primato oggettivo: siamo una superpotenza culturale, la prima nazione

al mondo per numero di siti Unesco», ricorda **Gianmarco Mazzi, ministro del Turismo**. «Nessuno ha una densità e diffusione di patrimonio come la nostra. Siamo l'unica nazione dove la cultura non è concentrata in una capitale, ma è diffusa in ogni borgo, chiesa, paesaggio».

Anche in termini di competitività internazionale, una spinta rilevante è data dal patrimonio storico-artistico. Il 57% dei viaggiatori stranieri sceglie l'Italia mosso da interessi culturali, generando una spesa annua che, nelle sole città d'arte, supera i 19 miliardi, equivalente al 56% del dato totale. «Per gli stranieri l'Italia non offre solo bellezza, offre stile di vita. Questa combinazione di ricchezza culturale, borghi affascinanti, enogastronomia unita all'accoglienza è irresistibile», spiega **Mazzi**, aggiungendo che per gli italiani si sta verificando una riscoperta identitaria molto forte. «La voglia di cultura, lo abbiamo visto con le aperture straordinarie dei monumenti, è inesauribile».

L'interesse crescente per i weekend culturali, itinerari di pochi giorni e destagionalizzati, sottolinea

ulteriormente l'appeal del segmento. Secondo l'«Osservatorio sulle esperienze culturali in Italia», a cura di Impresa Cultura Italia-Confindustria e Swg, negli ultimi 12 mesi il 46% degli italiani ha fatto almeno un fine settimana all'insegna della cultura, soprattutto fuori dalla propria regione (34%). E la spesa media pro capite sostenuta ha superato i 286 euro (nel 2025 era sui 235). Tra chi, invece, non è ancora partito – il 54% – emerge una disponibilità di spesa di oltre 215 euro.

Ma se i dati mostrano che convertire il turismo culturale in un volano per i territori è la direzione da seguire, restano ancora nodi da sciogliere e sinergie da rincorrere.



Peso: 1-4%, 10-48%

«Cultura e turismo sono facce della stessa medaglia: quando la cultura è forte, ne beneficia il turismo e, quando il turismo è attento e consapevole, sostiene la cultura», nota Carlo Fontana, presidente di Impresa Cultura Italia-Confcommercio. «L'Osservatorio ci dice che il 74% degli italiani ritiene che le iniziative culturali rendano le proprie città più attrattive e che il 71% ne riconosce il ruolo nella valorizzazione delle tradizioni. Sono dati importanti perché mostrano che la cultura nasce dalla storia, dalle comunità e dall'identità dei luoghi. Il vero protagonista resta il territorio, che rende ogni esperienza autentica. Questa consapevolezza, tuttavia, fatica a tradursi in capacità concreta di fare sistema: le collaborazioni tra gli operatori restano perlopiù occasionali».

Un *vulnussu* cui può intervenire, ad esempio, il settore pubblico, «favorendo l'incontro tra questi soggetti, sem-

plificando le procedure e incentivando partenariati e progetti duraturi, capaci di mettere a frutto risorse pubbliche e private», chiosa Fontana. «Gli eventi sono fondamentali se non restano isolati. E per evitare un turismo "mordi e fuggi" e attrarre nuovi pubblici, occorre costruire un'offerta continuativa, distribuire meglio i flussi nel corso dell'anno e valorizzare i centri minori. Così la cultura può favorire sviluppo e turismo sostenibili, migliorando anche la qualità della vita delle comunità».

Per i prossimi anni la sfida si concentra, dunque, sull'organizzazione del fenomeno. «Il nostro credo è: tutta l'Italia, tutto l'anno. La strategia delle quattro D: destagionalizzare, decongestionare, delocalizzare e digitalizzare. Non possiamo pensare a un'Italia che lavora solo 90 giorni l'anno. Per questo abbiamo investito oltre

700 milioni su montagna, cammini, borghi e turismo all'aria aperta. Su questo fronte le nostre scelte stanno funzionando e dal 2025 i risultati crescono», conclude il **ministro Mazzi**.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Peso: 1-4%, 10-48%

I sostegni

I finanziamenti del Pnrr

La cultura svolge un ruolo rilevante anche per gli interventi di rigenerazione urbana finanziati con il Pnrr. Lo misura, per la prima volta, Federculture nel suo 22° Rapporto annuale. All'interno della misura (M5C2I2.1) dedicata ai progetti per ridurre marginalizzazione e degrado sociale, sono stati individuati 342 interventi a caratterizzazione culturale, tra recupero di beni, teatri, strutture per lo spettacolo dal vivo e altri spazi culturali. Questi progetti sono il 1,7% degli interventi finanziati e assorbono quasi il 20% delle risorse, per un valore totale di circa 800 milioni. Disomogenea la distribuzione territoriale: il 38,9% dei progetti è nelle regioni del Nord, il 27,2% nel Centro, il 24% nel Sud e il 9,9% nelle Isole. La maggiore concentrazione si registra in Lombardia (14,04% del totale), seguita da Puglia (12,87%), Veneto (10,53%), Lazio (9,94%) e Toscana (8,77%).

Gli investimenti locali

Nel suo rapporto annuale, Federculture ha analizzato anche l'impatto degli investimenti locali nella tutela e nella valorizzazione dei beni culturali. Nel 2024 la spesa dei Comuni ha sfiorato i 3 miliardi, con una crescita del 5,6% rispetto al 2023. Un risultato che conferma le amministrazioni comunali come il principale presidio pubblico della cultura nei territori. A queste risorse si aggiungono circa 1,11 miliardi stanziati dalle Regioni. Più contenuto il contributo delle Province, sceso a 71,7 milioni. Anche in questo caso, si registra una forte disomogeneità territoriale. Valle d'Aosta e Trentino-Alto Adige si collocano ai primi posti per spesa pro capite, anche in ragione delle specifiche competenze e degli assetti delle autonomie speciali. Campania, Puglia e Calabria si attestano, invece, nelle fasce più basse.

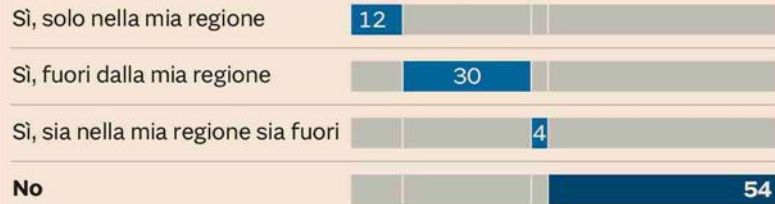
Gli stanziamenti privati

Sul fronte delle risorse private, l'analisi di Federculture riporta che nel 2025 l'Art bonus – il credito d'imposta per le erogazioni liberali in denaro a sostegno della cultura e dello spettacolo, introdotto dal Dl 83/2014 – ha generato quasi 150 milioni di erogazioni liberali, confermando il valore molto positivo dell'anno precedente. Al 30 aprile di quest'anno il totale cumulato delle donazioni a favore del patrimonio culturale supera i 1,2 miliardi. La distribuzione sul territorio nazionale si conferma ancora più segmentata e diseguale rispetto alla spesa pubblica. La Lombardia raccoglie da sola oltre 426 milioni, più di un terzo del totale nazionale. Seguono Toscana, Emilia-Romagna e Piemonte, tutte intorno ai 157-161 milioni, e il Veneto con oltre 140 milioni. Nel Mezzogiorno i valori sono molto più contenuti. La Campania raggiunge circa 13 milioni, la Sardegna 5,7 milioni, la Sicilia 2,8 milioni e la Calabria meno di un milione.

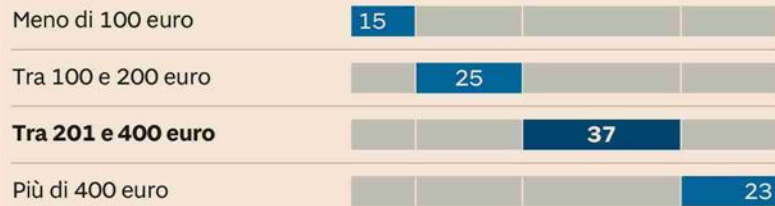
Weekend culturali

La spesa. Risposte in percentuale

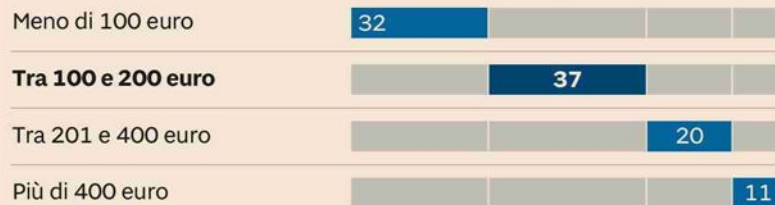
Negli ultimi 12 mesi ha fatto un weekend culturale?



Per chi ha risposto sì. Quanto ha speso?



Per chi ha risposto no. Quanto sarebbe disposto a spendere?



Fonte: Impresa Cultura Italia-Conffcom e SWG Oss. sulle esperienze culturali in Italia, giugno 2026



Peso:1-4%,10-48%