



Regione Puglia



Regione Puglia – Adisu Puglia

“Il patrimonio culturale e l'industria turistica in Puglia e in Europa”: politiche e opportunità di finanziamento”

"Cultural heritage and tourism industry in Puglia and Europe: financing policies and opportunities”

Presentazione

Il progetto di ricerca, denominato “*Il patrimonio culturale e l'industria turistica in Puglia e in Europa*”: *politiche e opportunità di finanziamento*” nasce dalla volontà della regione Puglia, per il tramite dell'Agenzia per il diritto allo studio A.DI.SU, di istituire una borsa di ricerca post-laurea con la finalità di favorire il perfezionamento professionale e scientifico di un giovane laureato pugliese, in possesso di un eccellente curriculum vitae et studiorum.

L'intento è quello di promuovere la formazione di una generazione di studiosi in grado di sviluppare progetti di ricerca originali e indipendenti in ambiti correlati ad attività istituzionali della Regione Puglia.

“Ricerca, innovazione tecnologica e innovazione sociale nelle politiche dell'Unione Europea per il 2014/2020: analisi del contesto e degli strumenti di finanziamento. Definizione di una strategia di azione a livello regionale (Puglia) per il prossimo periodo di programmazione”. Data l'ampiezza del tema, si è scelto di puntare l'attenzione sul patrimonio culturale poiché strumento strategicamente funzionale alla crescita economica e sociale e mezzo di dialogo interculturale e comprensione reciproca fra i paesi.

La pubblicazione contiene una raccolta di attività condotte a Bruxelles nei sette mesi di durata della ricerca. Pur non avendo pretese di scientificità, essa contiene un'analisi approfondita del settore in ambito regionale e comunitario e spunti importanti per una riflessione attuale e futura, in un settore che sempre più dimostra la sua rilevanza a livello europeo e nei territori.

Tutor regionale:

Dott. Paolo CASALINO – Dirigente Ufficio Rapporti con le Istituzioni dell'UE – Bruxelles

Ricercatrice

Maria BOTTALICO

Ringraziamenti

Al termine dei mesi trascorsi a Bruxelles per la stesura della ricerca, desidero ringraziare tutte le persone che a vario titolo mi hanno accompagnato in questo percorso.

Innanzitutto il dott. Paolo Casalino per avermi offerto il suo preziosissimo contributo teorico e metodologico durante le fasi del mio lavoro.

A seguire la dott.ssa Luciana Milella, esempio raro di professionalità e di umanità.

Un particolare ringraziamento anche all'assessore Loredana Capone che, nei giorni trascorsi a Bruxelles, ha arricchito la mia ricerca di stimoli interessanti e di utili conoscenze.

Per finire, l'ultimo ringraziamento va a Maria, una donna forte e coraggiosa che ha saputo darmi il suo sostegno dal cielo, accompagnandomi e motivandomi in ogni momento.
Come vedi, nonna, ce l'abbiamo fatta!

Indice

Executive Summary in italiano.....	6
Executive Summary in inglese.....	11
PARTE PRIMA: Analisi della situazione attuale in Europa nei settori del patrimonio culturale e dell'industria turistica	
Introduzione.....	15
❖ Il Patrimonio culturale e l'industria turistica – Stato dell'arte in Europa.....	17
1.1 European Culture Forum	17
1.2 2018 Anno Europeo del Patrimonio Culturale	17
1.3 Il ruolo della Diplomazia Culturale: Una nuova strategia per porre la cultura al centro delle relazioni internazionali.....	18
1.4 Verso un approccio integrato al patrimonio culturale per l'Europa.....	19
1.5 L'ONU dichiara il 2017 anno del “Turismo Sostenibile per lo Sviluppo”.....	22
1.6 Il Manifesto del Turismo Europeo.....	23
1.7 I Dati sull'industria turistica in Europa.....	26
1.8 Europea: <i>Think Culture</i>	26
1.9 <i>E-RIHS European Research Infrastructure for Heritage Science</i>	27
1.10 <i>Sinergie tra Turismo, Cultura e Industrie Creative. Politiche e strumenti per la crescita e lo sviluppo. Action Plan</i>	28
1.11 <i>Best practice in Europa</i>	29
1.11.1 Il ricco Patrimonio Culturale della Scozia :Case History I.....	29
1.11.2 <i>L'Andalusia e il Flamenco: Case History II</i>	30
PARTE SECONDA: Analisi della situazione attuale in Puglia nei settori del patrimonio culturale e dell'industria turistica.....	
❖ Il Patrimonio culturale e l'Industria Turistica – Stato dell'arte in Puglia	32
2.1 Puglia 365: Il piano strategico del Turismo.....	32
2.2 PiiiL: Piano Strategico della cultura della Regione Puglia.....	35
2.3 L'Industria turistica e i beni culturali in Puglia. Conservazione e utilizzo dell'ICT per un uso innovativo del patrimonio culturale come nuova leva di crescita economica.....	37

2.4 Le tecnologie per la fruizione.....	38
2.5 Esempi di interazione tra tecnologie, didattica e turismo.....	39
2.6 Digital Library: una sfida culturale per universalizzare le ricchezze della Puglia.....	41
2.7 Livinglabs Smart Puglia 2020: supporto alla crescita e allo sviluppo delle PMI.....	42
PARTE TERZA: Strumenti di finanziamento a livello europeo e regionale.....	44
3.1. La Strategia di Specializzazione intelligente “Smart Puglia 2020” e Agenda Digitale Puglia 2020.....	45
3.2 Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR).....	45
3.2.1 Programma Operativo FESR Puglia 2014-2020 – Asse I “Ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione”.....	46
3.2.2 Programma Operativo FESR Puglia 2014-2020 – Asse II “Migliorare l’accesso, l’impiego e la qualità delle TIC”.....	48
3.2.3 Programma Operativo FESR Puglia 2014-2020 – Asse III “competitività delle piccole e medie imprese”.....	49
3.2.4 Programma Operativo FESR Puglia 2014-2020 – Asse VI “Tutela dell’ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali”.....	50
3.2.5(6.6) Interventi per la valorizzazione e fruizione del patrimonio naturale.....	52
3.2.6 (6.7) Interventi per la valorizzazione e la fruizione del patrimonio culturale.....	52
3.2.7 (6.8) Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche.....	55
3.3 PIA Turismo - Programmi Integrati di Agevolazione.....	56
3.4 PIN: Pugliesi Innovativi	57
3.5 Fondo Sociale Europeo.....	57
3.6 Horizon 2020.....	58
3.6.1 Esempi di progetti selezionati.....	60
3.6.2 Chess – Storie interattive personalizzate nei musei e nei siti culturali.....	60
3.6.2 CrossCult: riutilizzo del patrimonio culturale digitale.....	60
3.6.3 Riches - Rinnovamento, innovazione e cambiamento nel patrimonio culturale.....	60
3.6.4 Horizon 2020 Societal Challenge 5 e 6.....	61
3.7 Cosme.....	61

3.8 Erasmus per giovani imprenditori.....	62
3.9 Esempio di progetto selezionato: Alla scoperta delle zone rurali europee con l'app Limes.....	63
3.10 Europa Creativa.....	63
3.10.1 Esempio di progetto selezionato: Sostenere la rete di informazioni turistiche del patrimonio industriale in Europa.....	65
3.11 Erasmus +.....	65
3.11.1 Esempio di progetto selezionato: Piattaforma di e-learning su mobilità alternativa e turismo sostenibile (AT, IT, SI, UK).....	67
3.12 Life.....	67
3.13 Fondo Europeo Per gli Investimenti Strategici:.....	69
3.13.1 Esempio di progetti selezionati: Prestito quadro per il miglioramento dell'efficienza energetica di hotel e resort.....	69
3.14 Crowdfunding.....	70
3.15 Strategia macro regionale adriatico ionica – 4° pilastro e CTE.....	70
Bibliografia.....	73

Executive Summary

Il progetto di ricerca “*Il patrimonio culturale e l'industria turistica in Puglia e in Europa*”: *politiche e opportunità di finanziamento*” si divide in tre parti:

- ❖ Analisi dell'attuale situazione in Europa nei settori del patrimonio culturale e dell'industria turistica;
- ❖ Analisi dell'attuale situazione in Puglia nei settori del patrimonio culturale e dell'industria turistica
- ❖ Strumenti di finanziamento a livello europeo e regionale

Parte Prima

La *parte prima* si pone l'obiettivo di individuare le sinergie esistenti tra turismo e patrimonio culturale, materiale e immateriale, funzionali per la crescita e l'occupazione del territorio.

Fino a qualche anno fa la protezione del patrimonio passava per l'isolamento della vita quotidiana, oggi i nuovi approcci si concentrano, al contrario, sul coinvolgimento delle comunità locali in tutte le fasi del percorso.

In questa transizione ha avuto un ruolo fondamentale la Comunicazione adottata dalla Commissione europea a luglio 2014 «*Verso un approccio integrato per il patrimonio culturale per l'Europa*», il cui obiettivo è supportare gli Stati membri e i portatori d'interesse perché traggano il massimo vantaggio dal sostegno fornito al patrimonio culturale dagli strumenti dell'UE, progredendo insieme nella direzione di un approccio più integrato a livello nazionale e di Unione europea e, in ultima istanza, rendendo l'Europa un laboratorio per l'innovazione basata sulla cultura. Il patrimonio culturale ha infatti un valore come capitale culturale e sociale per l'Europa, oltre ad apportare un contributo notevole in termini di occupazione e indotto, come dimostrato da paesi come la Scozia e l'Andalusia che, proprio grazie alle loro ricchezze culturali, negli ultimi anni hanno visto crescere in maniera esponenziale il numero dei visitatori generando un aumento del PIL dei loro paesi.

Emerge, dunque, la dimensione “trasversale” e “trans-settoriale” delle politiche sul patrimonio, che interessano diversi settori pubblici: oltre a quello culturale, quelli legati allo sviluppo regionale, alla coesione sociale, al turismo, all'istruzione, all'agenda digitale e alla ricerca e all'innovazione.

Il Patrimonio culturale riveste, inoltre, un ruolo importante anche nella politica esterna UE, perché spesso è proprio intorno a questo importante “aggregatore” che si riesce a costruire un ambiente favorevole allo sviluppo di relazioni diplomatiche, a favorire la circolazione e lo scambio di idee e valori, a contribuire alla comprensione reciproca, a promuovere lo sviluppo sostenibile, la coesione sociale e le relazioni pacifiche.

Per queste ragioni il 2018 sarà *l'Anno Europeo del Patrimonio Culturale*, mentre l'assemblea dell'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU) ha già approvato l'adozione del 2017 come “*Anno Internazionale del Turismo Sostenibile per lo Sviluppo*” i cui obiettivi mirano ad aumentare la crescita economica, inclusiva e sostenibile, l'inclusione sociale e l'occupazione, l'efficienza delle risorse e, infine, i valori culturali e l'interazione delle diversità.

In un momento storico come quello in cui viviamo, in continuo cambiamento dove tutto è a portata di un “clic”, *Europeana* rappresenta la prima biblioteca *digitale europea* il cui scopo è quello di diventare una *innovatrice della cultura a servizio dei possessori di beni culturali e degli utenti in pari misura*.

Europeana si pone l'obiettivo di rendere il patrimonio culturale europeo disponibile attraverso il suo portale e la continua collaborazione con musei, archivi, archivi audiovisivi e biblioteche ha il compito di importare gli elementi digitalizzati su di esso.

Ad oggi, oltre 24 milioni di oggetti digitali sono già accessibili, creando le basi per crescita e occupazione.

Parte Seconda

Nella *parte seconda*, l'attenzione si sposta sulle politiche adottate dalla Regione Puglia in tema di patrimonio culturale e industria turistica.

Puglia 365 è il Piano Strategico del Turismo 2016-2025 adottato dalla regione Puglia che ha visto coinvolti gli operatori del settore turistico pugliese, gli enti locali, le associazioni datoriali e sindacali, gli stakeholder, il MIBACT, gli opinion leader, le Università e i Gal; realtà diverse che hanno lavorato insieme su sei pilastri su cui la strategia si basa: formazione, promozione, prodotto, innovazione, infrastrutture e accoglienza.

La strategia pugliese punta principalmente a destagionalizzare, creando una rete tra Comuni, Regioni, imprese, operatori del territorio e cittadini per rendere la Puglia una *vera industria del turismo*, in grado di produrre ricchezza e lavoro tutto l'anno.

Essa inoltre concentra la sua attenzione sulla costruzione di “*cluster*”: grappolo e/o gruppo (di arte, cultura, turismo attivo) il cui scopo è di promuovere il *brand* Puglia.

Una strategia che guarda al futuro non può prescindere dal tema dell'innovazione e dell'innovazione tecnologica in senso stretto. Questo ambito, pur difficilmente prevedibile, ha lavorato sul tema dei *big data* e sulla proliferazione del consumatore.

Su questo punto nasce la necessità trasversale di *app* e *card* turistiche che forniscano al viaggiatore informazioni e suggestioni sia in ambito culturale che di trasporto pubblico.

In questa visione condivisa, la strategia che guarda al 2025 deve tenere in considerazione i collegamenti aerei, decisivi negli anni scorsi per far crescere il turismo in Puglia a partire dal “*putting on the map*” che i voli low cost hanno rappresentato.

Sempre in ambito infrastrutturale è emersa come strategica la dimensione legata al *bike tourism*, alla mobilità lenta e al nuovo emergere dei “*cammini*” come prodotto turistico.

Su questo punto sono previsti investimenti europei, nazionali e regionali: la Puglia è, peraltro, regione capofila in due progetti di “*cammini*” e si propone di incentivare le politiche urbane verso una progressiva pedonalizzazione dei centri storici.

Molto si è lavorato sul tema dell'accoglienza. La strategia comporta il superamento dei punti di debolezza emersi in particolare nel settore dell'accoglienza diffusa. La Puglia ha un sistema privato molto dinamico e un'ottima promozione, ma resta indietro nell'ambito delle politiche territoriali legate a questo settore.

Per questo si rende necessario mettere in rete e rinnovare gli IAT¹, promuovere un *market place* anche digitale, oltre che fornire al settore capitale umano formato e che parli le lingue straniere.

Oltre alle lingue straniere, la formazione emerge come tema strategico in tutti i settori.

Sulla scia di *Puglia 365* nasce *Piiiil: Piano Strategico della Cultura* che servirà a definire le politiche culturali 2014/2020 attraverso un processo partecipato, unico in Italia, che coinvolgerà istituzioni, filiera culturale e territorio.

Considerato che la Puglia è una terra ricca di risorse culturali, il piano si pone l'obiettivo strategico di creare un modello gestionale che riesca a rendere vivo il suo patrimonio, coinvolgendo gli operatori della cultura in maniera tale da generare nuova occupazione.

Esso promuove un percorso partecipato tra istituzioni, imprese, artisti, operatori e cittadini, finalizzato alla creazione di una strategia d'intervento delle politiche culturali 2014/2020 unica e condivisa, perché la cultura è Identità, Innovazione, ma anche Prodotto, Impresa e, quindi, Lavoro, e oggi, più che mai, occorre generare sempre maggiore consapevolezza su di essa come leva economica, in grado di incrementare il PIL e di produrre benefici per l'intera comunità.

Nello specifico, le aree di intervento riguardano gli spettacoli dal vivo, le attività culturali, l'audiovisivo, le istituzioni culturali, i beni culturali e ambientali e le industrie creative.

¹Informazione e Accoglienza turistica

Nella seconda parte del primo capitolo, si affronta il tema legato al cambiamento e all'evoluzione del concetto di patrimonio culturale. Il valore che oggi gli viene attribuito comincia a dipendere in qualche modo dal grado di fruizione che è capace di ottenere da parte di un pubblico di utenti.

Al contempo, il mondo contemporaneo e la vita nei suoi aspetti più quotidiani sono stati negli ultimi 10-15 anni completamente rivoluzionati da tecnologie che, in maniera estremamente rapida, hanno saputo radicarsi in ogni fascia di utenza e di benessere fino a modificare comportamenti ed abitudini.

Ricalcando, quindi, il modello di *Europeana*, anche la Puglia ha dato vita alla digitalizzazione del patrimonio culturale attraverso la *Digital Library*, una biblioteca digitale che ha messo in rete le ricchezze culturali pugliesi al fine di conservarne la memoria, raccontare il presente e volgere uno sguardo al futuro.

Sempre in ambito tecnologico e innovativo, *LivingLabs SmartPuglia 2020* si inserisce, nel percorso di costruzione della Strategia regionale per la ricerca e l'innovazione basata sulla Smart Specialization per il ciclo di programmazione 2014-2020 con l'obiettivo di coinvolgere tutto il sistema innovativo regionale nella logica della quadrupla elica (amministrazioni, imprese, centri di ricerca, cittadini/utenti). I Living Labs rappresentano un importante strumento di applicazione del modello di innovazione basato sul coinvolgimento degli utenti. L'idea di base è la creazione di contesti aperti di progettazione, sperimentazione e validazione di nuovi prodotti e servizi, in cui gli utenti possono interagire e sperimentare con tali prodotti e servizi, fornendo feedback importanti per la loro messa a punto e successiva commercializzazione. Scopo dei Living Labs è dunque quello di stimolare l'innovazione trasferendo la ricerca dai laboratori verso contesti di vita reale di città e regioni dove i cittadini e gli utenti saranno invitati a cooperare con ricercatori, sviluppatori e progettisti per contribuire al processo innovativo nel suo insieme.

Parte Terza

Il terzo capitolo concentra la sua attenzione su una rassegna delle opportunità di finanziamento esistenti nel settore del patrimonio culturale e dell'industria turistica, sia attraverso l'uso dei *Fondi strutturali* sia attraverso i *Programmi a Gestione Diretta* della Commissione Europea.

Fondi strutturali:

a) *Programma Operativo FESR Puglia 2014/2020, Asse I "Ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione*. L'Asse I (OT 1) presenta una dotazione finanziaria di oltre 330 Meuro (valore espresso in termini di quota UE) che concorre all'attuazione della strategia regionale di specializzazione intelligente (Smart Puglia 2020), coerentemente con gli obiettivi di Europa 2020, con specifico riferimento alle strategie di R&S, al rafforzamento del sistema regionale dell'innovazione, agli interventi per l'innovazione ed il trasferimento tecnologico.

b) *Programma Operativo FESR Puglia 2014/2020, Asse II "Migliorare l'accesso, l'impiego e la qualità delle TIC"*. Le risorse dell'Asse II (OT 2) risultano pari a circa 136 Meuro e sono programmate per consentire l'attuazione dell'Agenda digitale regionale, con specifico riferimento sia alla diffusione delle reti a banda ultra larga, sia allo sviluppo di servizi digitali della PA a favore di cittadini ed imprese.

c) *Programma Operativo FESR Puglia 2014-2020 – Asse III "competitività delle piccole e medie imprese"*. L'Asse III (OT3) presenta una dotazione finanziaria di circa 559 Meuro funzionale all'implementazione della politica industriale regionale specificamente rivolta al sostegno dell'innovazione delle piccole e medie imprese e dei sistemi produttivi, così come alla creazione di nuove iniziative imprenditoriali, coerentemente con la Smart Puglia 2020 regionale e con gli obiettivi di Europa 2020 in tema di aumento dei livelli occupazionali.

d) *Programma Operativo FESR Puglia 2014-2020 – Asse VI "Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali"*. Le risorse dell'Asse VI (OT6), sono rivolte alla valorizzazione delle risorse ambientali e culturali. Particolare attenzione è stata posta su:

1. Interventi per la valorizzazione e fruizione del patrimonio naturale;
2. Tutela, valorizzazione e messa in rete del patrimonio culturale, materiale e immateriale

3. Riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche e loro promozione. Sostegno alla fruizione integrale delle risorse culturali e materiali.

Programmi a gestione diretta:

e) *"Horizon 2020"* è il programma quadro dell'UE di ricerca e innovazione (2014-20).

È composto da "settori chiave" detti anche pilastri, alcuni dei quali suddivisi in sotto settori. I settori più interessanti per il turismo riguardano: l'"eccellenza scientifica"; la "leadership industriale" e le "sfide per la società" dove si affronta in particolare le questioni della memoria, dell'identità, della tolleranza e del patrimonio culturale. Più nello specifico, si è preso in considerazione il programma *"Horizon 2020 Societal Challenge 5 e 6"* che affronta i temi del patrimonio culturale nelle zone costiere e marittime; dei musei virtuali e delle piattaforme sociali del patrimonio digitale europeo e in fine dell'accesso e dell'analisi del patrimonio europeo per una interpretazione del passato più ricca.

f) *"Cosme"*, programma dell'UE per la competitività delle imprese e le piccole e medie imprese (PMI), sostiene le PMI in quattro ambiti: agevolare l'accesso delle PMI ai finanziamenti tramite il "Meccanismo di garanzia sui prestiti" e lo "Strumento di capitale proprio per la crescita"; migliorare l'accesso ai mercati (nello specifico grazie ai servizi erogati dalla rete Enterprise Europe Network); migliorare le condizioni quadro per la competitività e la sostenibilità delle imprese dell'Unione, in particolare grazie al Piano d'azione per il turismo; promuovere l'imprenditorialità e la cultura imprenditoriale, in particolare grazie al programma di scambio Erasmus per giovani imprenditori

g) *"Europa creativa"* è il programma che assiste le organizzazioni culturali e creative che intendono operare a livello transnazionale, contribuisce a far circolare le opere culturali e a promuovere la mobilità degli operatori culturali. Nato dalla combinazione di tre precedenti programmi (Cultura, MEDIA e MEDIA Mundus), il programma "Europa creativa" si compone di 3 parti:

- ❖ "sottoprogramma Cultura" per i settori culturale e creativo;
- ❖ "sottoprogramma Media" per le industrie dell'audiovisivo;
- ❖ sezione trans settoriale per i progetti comuni fra i settori culturale e creativo e le industrie dell'audiovisivo.

h) *"Erasmus+"* mira a promuovere le competenze e l'occupabilità e a modernizzare l'istruzione e la formazione. A fianco della nuova azione per lo sport e al programma Gioventù in azione, riunisce i programmi attuati nel periodo precedente:

Programma di apprendimento permanente (Erasmus, Leonardo da Vinci, Comenius e Grundtvig); Erasmus Mundus, Tempus, Alfa, Edulink e il programma di cooperazione con i paesi industrializzati.

i) *"LIFE"* è lo strumento finanziario a sostegno dei progetti ambientali e di conservazione della natura nell'UE. Le principali azioni sono quelle previste nell'ambito dei cosiddetti "Progetti tradizionali".

l) *"FEIS"* Il Fondo europeo per gli investimenti strategici è un'iniziativa avviata congiuntamente dalla Commissione europea e dal gruppo BEI (Banca europea per gli investimenti e Fondo europeo per gli investimenti) nell'intento di ovviare all'attuale insufficienza degli investimenti nell'UE mobilitando finanziamenti privati per investimenti strategici.

m) *"FC"* il Fondo di coesione è uno dei cinque "Fondi strutturali e d'investimento europei" (fondi SIE). Al fine di ridurre le disparità socioeconomiche e promuovere lo sviluppo sostenibile, il Fondo di coesione si rivolge agli Stati membri il cui reddito nazionale lordo (RNL) per abitante è inferiore al 90% della media dell'UE.

n) *"FSE"* il Fondo sociale europeo è uno dei cinque "Fondi strutturali e d'investimento europei", (Fondi SIE). Esso punta in particolare al miglioramento dell'occupazione e della mobilità (e dei lavoratori), come pure del livello di qualifiche professionali nell'UE, le cui le azioni ammissibili sono elencate nei "Programmi operativi" stilati dagli Stati membri.

o) *"Crowdfunding"* è uno strumento utilizzato come mezzo di cofinanziamento in UE per progetti nazionali e regionali (per finanziare quei costi che non sono coperti dalla concessione).

p) *“Programmi di CTE 2014-2020:Strategia macro regionale adriatico ionica”*: Successivamente all'adozione delle Strategie Macro regionali Europee, il Consiglio Europeo ha riconosciuto l'opportunità di adottare una Strategia per la Macroregione Adriatico Ionica (EUSAIR) che punta a conferire nuovo slancio alla cooperazione e agli investimenti a beneficio di 8 Paesi dello spazio adriatico - ionico: 4 Stati membri Ue (Croazia, Grecia, Italia, Slovenia) e 4 paesi non - UE (Albania, Bosnia - Erzegovina, Montenegro, Serbia).La strategia EUSAIR promuove la crescita e la prosperità economiche della regione migliorandone l'attrattività, la competitività e la connettività.

Executive Summary

The research project titled "Cultural heritage and tourism industry in Puglia and Europe": financing policies and opportunities " is divided into three parts:

1. An analysis of the current situation in Europe, concerning cultural heritage and tourism industry;
2. An analysis of the current situation in Puglia, concerning cultural heritage and tourism industry
3. Financing instruments both at European and regional level

First part

The first part of this project aims to identify existing synergies between tourism and cultural heritage, tangible and intangible, functional for growth and employment.

Until a few years ago, the protection of cultural heritage passed to the isolation of daily life, however today the new approaches focus on the involvement of local communities in all phases of the process.

In this transition, the Communication adopted by the Commission in July 2014 "Towards an integrated approach to the cultural heritage for Europe " has had a fundamental role , aiming at supporting Member States and stakeholders to take full advantages from the support to the cultural heritage by the EU instruments, progressing together towards a more integrated approach at both national and European level and, at last, making Europe an innovation laboratory based on culture. Cultural heritage has a cultural and social value for Europe and makes a significant contribution in terms of employment, as demonstrated by countries like Scotland and Andalusia that have grown exponentially in the number of visitors generating an increase in GDP in recent years.

Cultural heritage is based on a "transverse" and on a "trans-sectorial" dimension of the policies that involves different public sectors, as for example cultural fields, social cohesion, tourism, education, Digital Agenda, research and innovation.

Cultural heritage also plays an important role in EU external policy, because it represents an important "aggregator" that allows the development of diplomatic relations, promoting the circulation and exchange of ideas and values, contributing to mutual understanding, promoting sustainable development, social cohesion and peaceful relations.

For the above mentioned reasons, 2018 will be the "*European Year of Cultural Heritage*", and the Organization's Assembly of the United Nations (UN) has already approved the adoption of 2017 as "*International Year of Sustainable Tourism for Development*" whose aims are to increase economic inclusive and sustainable growth, social inclusion and employment, resource efficiency and, at last, cultural values and the interactions of diversity.

In addition many technological changes are taking place in these years. For example *Europeana* is the first European digital library whose aim is to become one of the holders of the innovative culture at the service of cultural goods and of users.

Europeana intends to make Europe's cultural heritage available through its portal. The constant collaboration with museums, archives, audio-visual archives and libraries has the task to import scanned items in the portal.

To date, over 24 million digital objects are already accessible, creating the basis for growth and employment.

Second Part

In the second part, we will focus on the policies adopted by Apulia Region in the field of cultural heritage and tourism industry.

Puglia 365 is the Strategic Plan 2016-2025 adopted by the Apulia region with the involvement of the operators of the Apulian tourism sector, local authorities, employers 'and workers' associations, stakeholders, MIBACT, opinion leaders, universities and Gal ; different realities that have worked together on the six pillars on which the strategy is based on: training, promotion, product, innovation, infrastructure and hospitality.

The Apulian strategy aims to deseasonalize to create a network between municipalities, regions, businesses, local operators and citizens to make Apulia a real tourism industry, able to produce wealth and jobs throughout the year.

It also focuses on building of "cluster": bunch and / or group (of art, culture, active tourism) whose purpose is to promote the *Apulian* brand.

A strategy that looks to the future cannot be separated from the subject of innovation. This area has worked on the topic of *big data* and on the proliferation of the consumer.

The plan includes the use of *applications* and *tourist cards* that give the traveller information and suggestions in cultural and in public transport sector.

In this shared vision, the strategy that looks to 2025 must take into account the flight connections, decisive in recent years for the growing of tourism in Puglia.

The strategic dimensions linked to bike tourism has emerged in the field of infrastructure and European, national and regional investments have already been planned.

Puglia is also promoting urban policies towards a gradual pedestrianization of the city centres.

Much has been made on this issue. The strategy involves the overcoming of weaknesses emerged in the widespread hospitality sector. Puglia has a private and very dynamic system of promotion, but is weak in the field of territorial policies related to this sector.

Therefore it is necessary to network and renew the Tourist Information Service, promoting a market place of digital, as well as training human capital in foreign languages.

In addition to foreign languages, training emerges as a strategic issue in all areas.

Piill: Strategic Plan of Culture was born in the wake of *Puglia 365* and it will serve to define the 2014/2020 cultural policies through a participatory process, unique in Italy, which will involve institutions, cultural industry and territory.

Considering that Puglia is a land rich of cultural resources, the plan has the strategic goal of creating a management model able to give life to its heritage, involving the operators of culture so as to generate new employment.

It promotes the participation between institutions, businesses, artists, workers and citizens, aimed at creating an intervention strategy of the 2014/2020 cultural policies unique and shared, because culture is Identity, Innovation, as well as Product, Company and, then, Jobs. Today, more than ever, we need to generate more and more awareness of culture as an economic leverage, able to boost GDP and to produce benefits for the whole community.

The intervention areas of the project include live entertainment, cultural activities, audio-visual, cultural institutions, cultural and environmental heritage and creative industries.

The second part of the first chapter deals with the problem related to the change and the evolution of the concept of cultural heritage. Its meaning depends on the fruition that today cultural heritage is able to obtain from an audience of users.

At the same time the modern world and life in their everyday aspects have been completely revolutionized by technology that, very fast, in the last 10-15 years, have been able to take root in every age group up to change behaviours and habits.

On the model of Europeana, Apulia has digitized cultural heritage through the Digital Library, the digital instrument that has put online the Apulian cultural heritage in order to preserve their memory, to recount the present and to turn our gaze to the future.

Also in technology and innovation sector, LivingLabs SmartPuglia 2020 are inserted in the path of the regional strategy for research and innovation based on the Smart Specialization for the programming cycle 2014-2020 with the aim of involving all the regional innovation system in the quadruple helix logic (administrations, enterprises, research centres, public / users).

Living Labs are an important tool for the implementation of the innovation model based on user involvement. The basic idea is the creation of open contexts of design, testing and validation of new products and services, in which users can interact and experiment with such products and services, providing important feedback for their development and subsequent commercialization. The purpose of Living Labs is therefore to stimulate innovation by transferring research laboratories to real life contexts of cities and regions where citizens and users will be encouraged to cooperate with researchers, developers and designers to contribute to the innovation process as a whole

Third Part

The third chapter deals with a review of the existing funding opportunities in the field of cultural heritage and tourism industry, through the ERDF and the European funding programs directly managed by the European Commission.

Structural funds:

a) ERDF Apulia Operational Programme 2014/2020, Axis I "Research, Technological Development and Innovation. The Axis I has a budget of over 330 Meuro (value expressed in terms of the EU share) that contributes to the implementation of the regional strategy for smart specialization (Smart Puglia 2020), in line with the Europe 2020 objectives, with specific reference to the R & D strategies, to strengthen the regional innovation system, to interventions for innovation and technology transfer.

b) ERDF Apulia Operational Programme 2014/2020, Axis II "Improving the access, use and quality of ICT." Axis II resources amounted to about 136 Meuro and are programmed to allow the regional implementation of the Digital Agenda, with specific reference to both the spread of ultra-wideband networks and the development of digital services PA for the benefit of citizens and businesses.

c) ERDF Apulia Operational Programme 2014/2020, Axis III "competitiveness of small and medium-sized enterprises". Axis III has a budget of around 559 Meuro, functional to the implementation of regional industrial policy specifically aimed at supporting innovation in small and medium-sized enterprises and production systems, as well as the creation of new business initiatives, in line with Smart 2020 Puglia regional and the Europe 2020 objectives on increasing employment levels.

d) ERDF Apulia Operational Programme 2014/2020, Axis VI "Environmental protection and promotion of natural and cultural resources". Axis resources VI are aimed at enhancing the environmental and cultural resources. Particular attention was placed on:

6.6) Interventions for the enhancement and enjoyment of natural heritage;

6.7) Protection, enhancement and networking of cultural heritage, both tangible and intangible

6.8) competitive repositioning of tourist destinations and their promotion. Support for the full use of cultural and materials resources.

Programs directly managed by the EC:

e) "Horizon 2020" is the EU's Framework Programme for Research and Innovation (2014-20).

It is composed of "key areas" also called pillars, some of which are divided into subsectors. The most attractive areas for tourism are: "scientific excellence"; "industrial leadership" and the "societal challenges" (issues of memory, identity, tolerance and cultural heritage). Important is "Horizon 2020 Societal Challenge 5 and 6" with the issues of cultural heritage in coastal and marine areas; Virtual museums and social platforms of the European digital heritage, in order to access and analysis of European heritage for a richer interpretation of the past.

f) "Cosme", EU Programme for the Competitiveness of Enterprises and small and medium-sized enterprises (SMEs), supports SMEs in four areas: facilitating access to finance for SMEs through "loan guarantees" and the "capital instrument for growth"; improve access to markets (in particular thanks to the services provided by the Enterprise Europe Network); improve the framework conditions for the competitiveness and sustainability of Union enterprises, in particular through the Action Plan for tourism; promote entrepreneurship and entrepreneurial culture, especially thanks to the Erasmus exchange program for young entrepreneurs

g) "Creative Europe" is the program that assists the cultural and creative organizations wishing to operate transnationally, it helps to circulate the culture and to promote the mobility of cultural workers works. Born from the combination of three previous programs (Culture, MEDIA and MEDIA Mundus), the "Creative Europe" program consists of 3 parts:

"Sub-culture" for cultural and creative sectors;

"Subprogram Media" for the audio-visual industries;

“Cross-sectorial for joint projects between the cultural and creative industries and audiovisual industries.

h) "Erasmus +" aims to promote the skills and employability, and modernize education and training. Alongside the new action sports and the Youth in Action Programme, it brings together the programs implemented in the previous period:

Lifelong Learning Programme (Erasmus, Leonardo da Vinci, Comenius and Grundtvig); Erasmus Mundus, Tempus, Alfa, Edulink and the program of cooperation with industrialized countries.

i) "LIFE" is the financial instrument supporting environmental and conservation projects in the EU nature. The main actions are planned as part of the so-called "traditional projects".

l) "FEIS" The European Fund for Strategic Investments is an initiative jointly launched by the European Commission and the EIB group (European Investment Bank and European Investment Fund) in order to remedy the current lack of investment in 'EU mobilizing private funding for strategic investments.

m) "FC", the Cohesion Fund is one of the five "structural funds and European Investment" (SIE funds). In order to reduce socio-economic disparities and promote sustainable development, the Cohesion Fund is aimed at Member States whose gross national income (GNI) per inhabitant is less than 90% of the EU average.

n) "FSE" The European Social Fund is one of the five "structural funds and European Investment" (SIE Funds). It points in particular the improvement of employment and mobility (and workers), as well as the level of professional qualifications in the EU, which the eligible actions are listed in the "operational programs" drawn up by the Member States.

o) "Crowd funding" is a tool used as a mean of co-financing in the EU for national and regional projects (to finance the costs that are not covered by the grant).

p) "CTE Programs 2014-2020: Strategy Adriatic Ionian macro-regional": Following the adoption of the European macro-regional strategies, the European Council recognized the opportunity to adopt a Strategy for the Adriatic Ionian Macro-Region (EUSAIR) which aims to boost the cooperation and investment for the benefit of 8 countries of the Adriatic space - ion: 4 EU member states (Croatia, Greece, Italy, Slovenia) and 4 non - EU countries (Albania, Bosnia - Herzegovina, Montenegro, Serbia).

The EUSAIR strategy promotes growth and economic prosperity of the region by improving the attractiveness, competitiveness and connectivity.

Introduzione

Il Patrimonio culturale dell'Unione europea è un mosaico ricco e diversificato di espressioni culturali e creative, eredità delle generazioni che ci hanno preceduto e lasciato alle generazioni future.

Esso include siti naturali, edificati e archeologici, musei, monumenti e opere d'arte, centri storici, opere letterarie, musicali e audiovisive e le conoscenze, tradizioni e costumi dei popoli europei.

Il patrimonio culturale arricchisce la vita individuale dei cittadini, è una forza trainante per i settori culturali e creativi e contribuisce a creare e rafforzare il capitale sociale dell'Europa.

Rappresenta anche un'importante risorsa per la crescita economica, l'occupazione e la coesione sociale, offrendo la possibilità di rivitalizzare le aree urbane e rurali e di promuovere un turismo sostenibile.²

Lo stretto legame tra cultura ed economia è chiaramente esplicitato nella *Convenzione Unesco*, in vigore da marzo 2007, nel cui secondo articolo si afferma il principio della complementarità degli aspetti economici e culturali dello sviluppo, confermando quindi come non ci possa essere sviluppo economico senza sviluppo culturale (e viceversa).

In questo quadro rilanciare il turismo, e più nello specifico, il turismo culturale significa dunque creare le condizioni per lo sviluppo del paese in una logica territoriale omogenea, creare occupazione e fare del turismo uno strumento di crescita sostenibile per l'intera Europa.

Per queste ragioni, l'Assemblea dell'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU) ha approvato l'adozione del 2017 come *Anno Internazionale del Turismo Sostenibile*.³

Tutelare e valorizzare in chiave turistica le nostre ricchezze, non è più solo un dovere, ma allo stesso tempo costituisce un'opportunità che sfrutta il binomio tra cultura e turismo per creare le basi per un nuovo percorso di crescita e sviluppo europeo.

L'attuale crisi economica, caratterizzata da una forte instabilità ha infatti indotto i policy maker a ricercare nuove frontiere per lo sviluppo; una di queste frontiere è rappresentata dalla cultura, intesa come la chiave di volta per permettere ai paesi avanzati dell'unione europea di mantenere la propria posizione e a quelli meno avanzati di creare le condizioni per un nuovo sviluppo.

Ma non solo. Il patrimonio culturale, attraverso la grande diversità, materiale ed immateriale, è un bene dell'umanità da salvaguardare e da trasmettere ed è per questo motivo che la Commissione Cultura, il Parlamento europeo ed alcune associazioni come Europa Nostra si sono fortemente battute per proclamare il "2018 anno europeo del patrimonio culturale"

L'anno europeo costituirà l'occasione per riconoscere che la ricchezza e la diversità del patrimonio culturale europeo costituiscono una straordinaria risorsa identitaria e un fattore di coesione sociale, di dialogo interculturale, di sostenibilità e qualità dello sviluppo e della cooperazione con i paesi terzi, strategica per la diplomazia culturale⁴

Nella comunicazione congiunta "*Verso una strategia per le relazioni culturali internazionali*", presentata a Bruxelles a Giugno 2016 dalla Commissione Europea al Parlamento e al Consiglio europeo si definisce l'impegno prioritario della Commissione di rafforzare il ruolo dell'UE a livello mondiale. In questa cornice la cultura è lo strumento utile per il rafforzamento dei partenariati internazionali e per la promozione di un ordine mondiale basato sulla pace, sullo stato di diritto, sulla libertà di espressione, sulla comprensione reciproca e sul rispetto dei valori fondamentali, indispensabili per la costruzione della *Diplomazia Culturale* ⁵ .

²http://ec.europa.eu/culture/policy/culture-policies/cultural-heritage_it.htm

³ La risoluzione adottata il 4 Dicembre 2015 riconosce l' "importanza del turismo internazionale, e in particolare la designazione di un Anno internazionale del turismo sostenibile per lo sviluppo"

⁴ Discorso dell'on. Silvia Costa, presidente per la Cultura e l'istruzione presso il Parlamento europeo, al Forum Internazionale della Cultura, Bruxelles, Aprile 2016

⁵ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/uri=CELEX:52016JC0029>

PARTE PRIMA

Analisi della situazione attuale in Europa nei settori del Patrimonio Culturale e dell'Industria Turistica

1. Il Patrimonio culturale e l'industria turistica – Stato dell'arte in Europa

1.1 European Culture Forum

L' "European Culture Forum" tenutosi a Bruxelles il 19 e 20 Aprile 2016 è un evento di punta biennale organizzato dalla Commissione europea, volto a elevare il profilo della cooperazione culturale europea e che unisce i principali attori del settore. Il forum si pone l'obiettivo di fare il punto sull'Agenda europea⁶ per la realizzazione della cultura e di presentare dibattiti sulle iniziative in corso e/o future.

Più in particolare, l'evento ha rappresentato una grande possibilità di networking e ha messo in evidenza il ruolo della cultura all'interno del talento e della creatività.

Esso è stato una preziosa occasione per riflettere sul contributo della cultura rispetto alle nuove priorità della Commissione quali l'innovazione, l'occupazione e la crescita, il mercato unico digitale, la coesione sociale, il dialogo interculturale e la posizione dell'Europa nella scena mondiale.⁷

Il Forum europeo ha lanciato messaggi chiave per una adeguata strategia operativa quali:

- ❖ *2018, Anno Europeo del Patrimonio Culturale*: un risultato ottenuto grazie all'impegno della Commissione Cultura del Parlamento europeo e al sostegno dell'allora Presidente Schulz;
- ❖ *"Strategia per le relazioni culturali internazionali"*: presentata dalla Commissione europea e dall'Alta Rappresentante dell'Unione per gli affari esteri e la politica di sicurezza, mira ad incoraggiare la cooperazione culturale tra l'UE e i suoi paesi partner e a promuovere un ordine mondiale basato sulla pace, sullo stato di diritto, sulla libertà di espressione, sulla comprensione reciproca e sul rispetto dei valori fondamentali. La *diplomazia culturale* diventa, dunque, parte integrante della politica esterna comune dell'Unione Europea;
- ❖ *"Task Force Unite Heritage"* (i caschi blu della cultura) – nasce dalla pronta risposta dell'Italia all'appello dell'Unesco, che con questa iniziativa ha invitato le comunità internazionali ad adoperarsi con maggiore impegno per la tutela del patrimonio culturale mondiale nelle aree di crisi. L'auspicio è che altre forze da altri Paesi si uniscano agli uomini messi a disposizione dell'Italia;
- ❖ *Cultural Diplomacy Platform*: per migliorare il dialogo tra l'Unione europea e i paesi terzi a facilitarne gli scambi culturali è stata lanciata il 31 marzo 2016 tale piattaforma, tramite un accordo firmato dalla Commissione europea e il Goethe Institute che guiderà il consorzio della rete di istituti di cultura.

1.2 2018 Anno Europeo del Patrimonio Culturale

"2018: anno europeo del Patrimonio Culturale".

Tale risultato prende le mosse dalla proposta che, sotto la presidenza italiana, fu avanzata dal Consiglio dei Ministri della Cultura d'intesa con il Parlamento, che poi ha formalmente approvato lo scorso settembre 2015 nel suo *Rapporto di iniziativa sul patrimonio culturale*.

Tale proposta affonda le sue radici nell'analisi delle ragioni che ne giustificano l'approvazione.

Infatti, alla crisi europea si deve rispondere a partire da un forte messaggio culturale e solidale, e il patrimonio culturale è un bene dell'umanità da salvaguardare e trasmettere.

⁶ La strategia Europa 2020 per rilanciare l'economia dell'UE prevede cinque obiettivi ambiziosi, in materia di occupazione, innovazione, istruzione, integrazione sociale ed energia/clima da raggiungere appunto entro il 2020. Le tre iniziative prioritarie per l'occupazione, gli affari sociali e l'integrazione sono: "Youth on the move", "Un'agenda per nuove competenze e per l'occupazione" e la "Piattaforma europea contro la povertà e l'immigrazione". Con l'iniziativa per la realizzazione delle nuove competenze per aumentare l'occupabilità, la Commissione si propone di aiutare l'UE a raggiungere entro il 2020 l'obiettivo che si è posta nel campo dell'occupazione: far sì che il 75% della popolazione in età lavorativa (fascia di età compresa tra i 20-64 anni) abbia un impiego. Lanciata nel 2010, l'iniziativa rientra nella strategia globale dell'UE *Europa 2020*, che mira a promuovere una crescita intelligente, sostenibile e solidale nel prossimo decennio e oltre. Più nello specifico, l'Agenda presenta una serie di azioni concrete intese a:

- ❖ accelerare le riforme per migliorare la flessibilità e sicurezza del mercato del lavoro (flessicurezza)
- ❖ dotare le persone delle qualifiche necessarie per le professioni di oggi e di domani
- ❖ migliorare la qualità degli impieghi garantendo migliori condizioni di lavoro
- ❖ migliorare i presupposti per la creazione di posti di lavoro

⁷ Ec.europa.eu/culture/forum

L'Anno europeo sarà, quindi, l'occasione per condividere e riconoscere che la ricchezza e la diversità del patrimonio culturale europeo, materiale e immateriale, costituiscono una risorsa preziosa e un fattore di coesione sociale e di dialogo fra i paesi.

Si assiste, così, ad un cambiamento del significato della parola "cultura" che oggi assume un significato più ampio: conservare il patrimonio culturale, accettare e condividere la diversità culturale e rafforzare il dialogo interculturale aiuta a prevenire la radicalizzazione e a difendere le libertà di espressione culturali e alla creazione artistica come valore universale.

Il patrimonio culturale europeo beneficia, conseguentemente, di una serie di politiche, programmi e finanziamenti. Nel periodo 2007-2013 il Fondo europeo per lo sviluppo regionale ha investito nel patrimonio dell'UE 3,2 miliardi di euro, il Fondo agricolo europeo per lo sviluppo rurale ulteriori 1,2 miliardi nel patrimonio rurale, mentre il 7° programma quadro per la ricerca ha finanziato attività di ricerca per oltre 100 milioni di euro.

Allo stato, tre sono le azioni dell'UE specificamente destinate al patrimonio culturale:

- 1) giornate europee del patrimonio;
- 2) premio dell'Unione europea del patrimonio culturale;
- 3) marchio del patrimonio culturale.

In tale ottica, anche le politiche che l'UE conduce in altri settori tengono conto in modo crescente del patrimonio europeo (valutazioni d'impatto ambientale, aiuti di stato).

Nel maggio 2014, a conferma della scelta strategiche emerse, i ministri della cultura dei paesi europei hanno evidenziato la necessità di prendere in considerazione il patrimonio culturale in tutte le politiche nazionali ed europee e sollecitato lo sviluppo di un "approccio strategico al patrimonio culturale"

A seguito di tale invito, nel luglio 2014 la Commissione europea ha adottato la comunicazione "*Verso un approccio integrato al patrimonio culturale per l'Europa*" e, a seguire, nel novembre successivo, i ministri della cultura dei paesi europei hanno adottato le conclusioni del Consiglio sulla governance partecipativa del patrimonio culturale.

Il Patrimonio culturale può, attualmente, beneficiare dei finanziamenti previsti nei periodi 2014-2020 dai diversi programmi europei, tra cui i Fondi Strutturali e di investimento europei e i programmi Horizon 2020, Europa Creativa, Erasmus + e Europa per i cittadini, in particolare, per la salvaguardia, la digitalizzazione, le infrastrutture, la ricerca e le competenze.⁸

1.3 Il ruolo della Diplomazia Culturale: Una nuova strategia per porre la cultura al centro delle relazioni internazionali

La "*Strategia per le relazioni culturali internazionali*" è una politica in linea con l'impegno prioritario della Commissione europea di rafforzare il ruolo dell'UE a livello globale.

Diventa espressione, quindi, di volontà il ritenere la cultura, come già evidenziato, in grado di svolgere un ruolo cruciale nel rafforzamento dei partenariati internazionali.

Emerge tale assunto rilevando (così come si coglie anche dalle dichiarazioni di Federica Mogherini, Alta Rappresentante per gli affari esteri e la politica di sicurezza) che la cultura deve essere parte integrante della nostra politica estera.

Rappresenta un potente strumento per costruire ponti tra le persone, in particolare tra i giovani, e rafforzare la comprensione reciproca. Può essere un motore per lo sviluppo economico e sociale. E, di fronte a sfide comuni, la cultura può aiutare i popoli in Europa, Africa, Medio Oriente e Asia, a rimanere uniti per combattere la radicalizzazione e instaurare un'alleanza della civiltà contro chi tenta di dividerli. E' per questo motivo che la Diplomazia Culturale deve essere sempre di più al centro delle relazioni con il mondo di oggi.

A sostegno di tale scelta, fa eco la dichiarazione di Tibor Navracsics, Commissario europeo per l'istruzione, la cultura, i giovani e lo sport: "*la cultura è il tesoro nascosto della nostra politica estera. Essa contribuisce a promuovere il dialogo e la comprensione reciproca. La cultura è pertanto uno strumento indispensabile per costruire relazioni a lungo termine con i paesi di tutto il mondo: essa può essere determinante per rafforzare il ruolo dell'UE a livello mondiale*"

⁸ [Ec.europa.eu/culture/policy/culture-policies/cultural-heritage_it.htm](http://ec.europa.eu/culture/policy/culture-policies/cultural-heritage_it.htm)

La nuova strategia si va a consolidare anche grazie all'essere in linea con l'Agenda 2030⁹ recentemente adottata che riconosce la cittadinanza globale, la diversità culturale e il dialogo interculturale come principi orizzontali dello sviluppo sostenibile e della politica di vicinato dei negoziati di allargamento¹⁰.

La cultura è, quindi, nelle relazioni esterne dell'UE, uno dei pilastri fondamentali.

Un grande passo in avanti è stato realizzato con l'azione preparatoria del Parlamento europeo. La *"Cultura nelle relazioni esterne dell'UE"* (2013-2014) è il documento che ha messo in evidenza il considerevole potenziale della cultura nelle relazioni esterne dell'Europa e ha sottolineato che l'Unione europea e i suoi Stati membri hanno molto da guadagnare da un migliore coordinamento della diplomazia culturale.

A seguire, una relazione congiunta nel giugno 2016 *"Verso una strategia dell'Unione europea per le relazioni culturali internazionali"* afferma che il paesaggio culturale globale è cambiato rapidamente negli ultimi decenni e la domanda di scambi e la cooperazione interculturale è aumentata al passo con la rivoluzione digitale.

In un mondo che si ritrova dinanzi molte sfide e conflitti, la cultura ha un grande potenziale per superare le divisioni, rafforzare le società fragili e migliorare le relazioni internazionali. In tale framework, l'Europa è percepita nel mondo come un continente ricco di patrimonio culturale e di forze creative vivaci.

La comunicazione congiunta ha proposto tre pilastri per far avanzare il lavoro verso una strategia dell'Unione europea per le relazioni culturali internazionali.

In primo luogo, i principi guida proposti per l'azione dell'UE mirano ad assicurare che l'azione dell'UE in questo settore promuova i diritti umani, la diversità, il dialogo interculturale nel rispetto della sussidiarietà e complementarità e mantenga la coerenza delle politiche per la promozione della cultura all'interno di quadri di partenariato esistenti.

Il secondo pilastro ha proposto tre filoni al fine di creare un punto di riferimento per far progredire la cooperazione culturale con i paesi partner, tra cui:

- a) sostegno della cultura come motore di sviluppo sociale ed economico sostenibile;
- b) promozione della cultura e del dialogo interculturale per pacifiche relazioni tra le comunità;
- c) rafforzamento della cooperazione sul patrimonio culturale.

Il terzo pilastro propone un approccio strategico dell'UE alla diplomazia culturale: puntare su una maggiore cooperazione europea (in particolare tra gli Stati membri dell'UE e le delegazioni dell'UE) e gli scambi interculturali per promuovere le diverse culture dell'UE.

Sulla base dei suddetti tre pilastri proposti come parte di una "strategia UE per le relazioni culturali internazionali", si contribuirà a sviluppare ulteriormente i canali di comunicazione tra i popoli e le società. Questo contribuirà a creare un ambiente favorevole per le industrie culturali e creative nel continuare ad espandersi e nella creazione di occupazione e sviluppo.

Tale strategia sarà strumento per rafforzare la tutela e la promozione del patrimonio culturale, stimolerà il dialogo interculturale e la costruzione della pace, sosterrà la produzione culturale e il turismo come driver di sviluppo e di crescita economica e utilizzerà l'istruzione, la ricerca e la scienza come agenti per il dialogo e gli scambi.

Queste azioni contribuiranno a rendere l'Unione europea un attore globale più forte, un migliore partner internazionale e renderà un forte contributo alla crescita sostenibile e alla comprensione reciproca.¹¹

1.4 Verso un approccio integrato al patrimonio culturale per l'Europa

Il patrimonio culturale è il testimone silente della lunga storia, della creatività e delle lotte dei nostri secoli. È uno dei pilastri della cultura europea e della nostra comune eredità per le generazioni

⁹ L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU. Essa ingloba 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile: la lotta alla povertà, l'eliminazione della fame e il contrasto al cambiamento climatico tanto per citarne alcuni.

¹⁰ [Ec.europa.eu/Italy/news/2016/08062016_diplomazia_culturale_it.htm](http://ec.europa.eu/Italy/news/2016/08062016_diplomazia_culturale_it.htm)

¹¹ JOINT COMMUNICATION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL 08 Giugno 2016

future. Qualsiasi politica pubblica in materia di patrimonio culturale deve pertanto tener conto di due prospettive: innanzitutto il patrimonio può essere una fonte significativa di occupazione e di proventi, punti cruciali, questi di cui occorre tener conto nel contesto economico: in secondo luogo, il valore principale del patrimonio culturale rimane il suo valore culturale.

Una strategia integrata ideale per il patrimonio culturale deve, quindi, tener conto di entrambi i lati di questa medaglia e combinare la necessità di una crescita immediata e di occupazione con la consapevolezza che il patrimonio culturale è una risorsa a lungo termine che ha bisogno di un piano di sviluppo sostenibile.¹²

Una condivisione di tale strategia trova conferma nella risoluzione dell'08 Settembre 2015 il Parlamento europeo¹³ che:

1. ritiene di fondamentale importanza utilizzare le risorse disponibili per sostenere, valorizzare e promuovere il patrimonio culturale, sulla base di un approccio integrato, tenendo conto delle componenti culturali, economiche, sociali, storiche, educative, ambientali e scientifiche;
2. è del parere che, per quanto concerne il patrimonio culturale, sia necessario un approccio integrato per ottenere il dialogo culturale e la comprensione reciproca nel convincimento che tale approccio possa portare al rafforzamento della coesione sociale, economica e territoriale, contribuendo nel contempo anche al raggiungimento degli obiettivi fissati nella strategia Europa 2020;
3. rivolge alla Commissione la raccomandazione di riconoscere nel suo approccio politico e trasversale, il patrimonio culturale in quanto mobile e immobile, materiale e immateriale nonché come risorsa non rinnovabile la cui autenticità deve essere preservata;
4. invita a istituire nel prossimo futuro un quadro politico per l'ambiente storico – noto come patrimonio culturale immobile – che contenga un quadro normativo per i monumenti, l'archeologia e i paesaggi storici, in linea con l'articolo 4 TFUE;
5. promuove l'innovazione creativa contemporanea in architettura e nel design, sulla base del rispetto del passato come pure del presente, garantendo al contempo elevata qualità e coerenza.

Nel testo si fa chiaro riferimento al redigere linee guida per i nuovi modelli di governance partecipativa al settore del patrimonio culturale, valorizzandone la dimensione di risorsa condivisa e rafforzando i legami fra piani locali, regionali, nazionali ed europei. Più nello specifico, si sottolinea che i progetti FESR legati alla valorizzazione del patrimonio culturale rappresentano un esempio pratico di governance multilivello e di valida applicazione del principio di sussidiarietà e costituiscono un importante elemento della spesa FESR sottolineando, inoltre, l'importanza dei progetti culturali transfrontalieri che contribuiscano a rafforzare la coesione economica e sociale e incoraggino l'inclusione sociale. Infine, invita, a questo proposito, a rafforzare e sviluppare ulteriormente azioni di sostegno dei finanziamenti attraverso accordi di partenariato pubblico-privato.

Potenziale economico e strategico del patrimonio culturale

Nella risoluzione, il Parlamento europeo rileva che il patrimonio culturale contribuisce a creare posti di lavoro, prodotti, servizi e processi innovativi e può essere una fonte di idee creative, alimentando la nuova economia, pur avendo un basso impatto sull'ambiente, se si applica una corretta gestione. Riconosce che il PC svolge un ruolo fondamentale in molte delle iniziative faro della strategia Europa 2020, come ad esempio l'agenda digitale, l'Unione dell'Innovazione, l'Agenda per le nuove competenze e l'occupazione e, infine, la politica industriale per l'era della globalizzazione.

Chiede, quindi, di riconoscere con più forza il ruolo del PC europeo quale risorsa strategica per una crescita intelligente, sostenibile ed inclusiva, nella revisione intermedia della strategia Europea 2020.

In particolare, sottolinea l'importanza per il turismo europeo del PC naturale, materiale e immateriale, riconosciuto dall'Unesco. Al contempo, sottolinea la possibilità di porre maggiore

¹² Relazione “Verso un approccio integrato al patrimonio culturale in Europa (2014/2149(INI))

¹³ Risoluzione del Parlamento europeo dell'08 settembre 2015 *Verso un approccio integrato al patrimonio culturale per l'Europa* (2014/2149(INI))

enfasi sul turismo culturale nel contesto dello sviluppo di strategie macro regionali nel quadro strategico della cooperazione europea.

Evidenzia, infatti, che il turismo culturale, che rappresenta il 40% del turismo europeo, è un settore economico fondamentale in termini potenziali di crescita e occupazione, il cui sviluppo dovrebbe essere ulteriormente rafforzato con l'uso delle nuove tecnologie, anche se sottolinea, tuttavia, l'importanza di preservare il patrimonio culturale e naturale mettendo a punto forme di turismo sostenibili, meno invasive e a maggior valore aggiunto, in cui il settore del turismo sia integrato nelle strategie di sviluppo locale.

Richiama l'attenzione sulla necessità di migliorare il quadro metodologico per avere migliori statistiche relative ai settori dei beni culturali, esortando la Commissione a proporre una serie di indicatori che potrebbero essere utilizzati per il monitoraggio e la valutazione della situazione del patrimonio culturale e che siano uniformi tra gli stati membri.

Sottolinea la necessità di ottenere maggiori informazioni nel campo della ricerca per tutti gli aspetti del patrimonio culturale e di collegarli fra loro al fine di contrastare la frammentazione nel settore; evidenzia, a tale proposito, il potenziale dei "big data" ai fini dell'acquisizione di maggiori conoscenze dai progetti di ricerca e evidenzia che, al fine di valutare il valore economico reale e potenziale del patrimonio culturale, è essenziale una raccolta più sistematica di dati statistici.

Sottolinea, ancora, l'importante potenziale esistente a favore dello sviluppo di attività imprenditoriale e di un approccio partecipativo nel settore turistico, in particolare per le PMI attive nel settore, comprese le start-up, per il settore non profit e altre organizzazioni che contribuiscano alla conservazione, alla protezione e alla promozione del patrimonio culturale europeo.

Invita, inoltre, a prendere atto che, oltre alle risorse culturali, sono fattori essenziali per il successo e la competitività del settore turistico europeo la qualità dei servizi, un'elevata professionalità, la presenza del personale adeguatamente formato sul campo e in rete e sottolinea che la ricerca, l'innovazione e le nuove tecnologie, soprattutto in materia di telecomunicazioni, sono essenziali per far avvicinare il patrimonio culturale alle persone.

Opportunità e sfide

Nella risoluzione, il Parlamento evidenzia il potenziale legato alla digitalizzazione del patrimonio culturale, sia come strumento per preservare il nostro passato che come fonte di istruzione, opportunità di ricerca, posti di lavoro di qualità e migliore inclusione sociale, più ampio accesso dei disabili o degli abitanti delle zone periferiche e sviluppo economico sostenibile, sottolineando come la stessa digitalizzazione del patrimonio richieda un congruo sforzo finanziario per le istituzioni culturali di medie e ridotte dimensioni o isolate, e che l'adeguatezza dei finanziamenti è essenziale per garantirne un pubblico più ampio o una maggiore divulgazione di tale patrimonio.

Osserva che l'uso dell'infrastruttura informatica può coinvolgere nuovi tipi di pubblico e garantire un migliore accesso del patrimonio culturale digitale, ed evidenzia l'importanza degli strumenti esistenti, come il sito EUROPEANA, e incoraggia il miglioramento dei criteri di ricerca del sito, durante o dopo la digitalizzazione.

Osserva che il patrimonio culturale e il turismo sono reciprocamente vantaggiosi visto che, da un lato, il patrimonio culturale genera notevoli guadagni per l'industria del turismo e, dall'altro, il turismo è positivo per la cultura, incoraggia l'esposizione e la conservazione dei beni culturali e genera i proventi necessari alla loro conservazione

Invita la Commissione, il consiglio e gli stati membri a proseguire la loro cooperazione al fine di applicare, a tutti i rispettivi livelli, le azioni volte a promuovere il patrimonio culturale e il turismo culturale, di cui nella comunicazione del 30 Giugno 2010 dal titolo "l'Europa, prima destinazione turistica mondiale – un nuovo quadro per il turismo europeo"¹⁴

¹⁴ (COM(2010)0352) Con la comunicazione "L'Europa, prima destinazione turistica mondiale - un nuovo quadro politico per il turismo europeo" del giugno 2010 la Commissione, confermando il ruolo fondamentale del turismo culturale, ha sostenuto come l'Unione europea debba proporre un'offerta turistica sostenibile e di qualità puntando sui propri vantaggi comparativi, in particolare sulla diversità dei suoi paesaggi e sul suo straordinario patrimonio culturale. Le sinergie transnazionali si rivelano fondamentali per diversificare l'offerta, favorire una migliore promozione ed una maggiore visibilità del turismo, valorizzare il patrimonio culturale su scala europea. La creazione di itinerari culturali europei attraverso regioni o Paesi diversi del continente costituisce un punto di partenza per promuovere la varietà e la complessità dell'offerta di turismo culturale in Europa. Attualmente gli itinerari transnazionali sono rappresentativi dei valori comuni europei e con un notevole potenziale non ancora sfruttato per il settore turistico. Essi rappresentano un modello sostenibile, etico e sociale, perché fondati su conoscenze, competenze e ricchezze culturali

E' del parere che, soprattutto per le generazioni future, la comprensione del patrimonio culturale comune dell'Europa offra anche un orientamento e la possibilità di sviluppare un'identità europea e valori quali la rispettosa convivenza oltre i confini sul proprio stato membro; raccomanda quindi di rivolgere anche una particolare attenzione alle giovani generazioni, tra l'altro, nella fase di organizzazione dell'anno europeo del patrimonio culturale.

1.5 L'ONU dichiara il 2017 anno del "Turismo Sostenibile per lo Sviluppo"

L'assemblea dell'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU) ha approvato l'adozione del 2017 come anno internazionale del Turismo Sostenibile per lo Sviluppo. La risoluzione, adottata il 04 dicembre 2015, riconosce *"l'importanza de turismo internazionale, e in particolare la designazione di un Anno internazionale del turismo sostenibile per lo sviluppo, nel promuovere il tema fra il maggior numero di persone possibile, nel diffondere consapevolezza del grande patrimonio delle varie civiltà e nel portare al riguardo un miglior apprezzamento di valori intrinseci delle diverse culture, contribuendo così al rafforzamento della pace nel mondo"*.

È un'opportunità unica per *"migliorare il contributo del settore turismo ai tre pilastri della sostenibilità – economica, sociale e ambientale – e di risvegliare l'attenzione dell'opinione pubblica sulle reali dimensioni di questo importante settore, spesso sottovalutato"*¹⁵.

Questa decisione arriva in un momento particolarmente importante poiché la comunità internazionale abbraccia l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile e gli obiettivi di sviluppo sostenibile universali (OSS).

L'Assemblea Generale delle Nazioni Unite ha invitato l'OMT¹⁶ a "facilitare l'organizzazione e l'attuazione dell'Anno Internazionale, in collaborazione con i governi, le organizzazioni rilevanti delle Nazioni Unite, altre organizzazioni internazionali e regionali e più in generali gli stakeholder."

L'anno internazionale è un'opportunità preziosa per l'intero settore - in via di sviluppo, così come i paesi sviluppati - di comprendere e promuovere il valore del turismo sostenibile come strumento di sviluppo e di massimizzare il contributo che il turismo può offrire per una trasformazione della società.

Obiettivi:

L'Anno Internazionale mira ad aumentare la consapevolezza sul contributo del turismo sostenibile allo sviluppo tra decision-maker e pubblico, mobilitando tutte le parti interessate a lavorare insieme per rendere il turismo un catalizzatore per un cambiamento positivo.

Nel contesto dell'Agenda universale e l'OSS, l'anno internazionale dovrebbe così favorire un cambiamento nelle politiche, nelle pratiche commerciali e nel comportamento dei consumatori verso un settore turistico più sostenibile.

In questo contesto, l'anno internazionale mira ad evidenziare il ruolo del turismo nei seguenti cinque settori chiave¹⁷:

- crescita economica inclusiva e sostenibile;
- inclusione sociale, occupazione e riduzione della povertà;

locali, e spesso utili per promuovere destinazioni europee meno note. Si ricorda che, per favorire l'ulteriore sviluppo di itinerari turistici tematici paneuropei, la Commissione ha già avviato collaborazioni con il Consiglio d'Europa, la Commissione europea del turismo, l'Organizzazione mondiale per il turismo delle Nazioni Unite ed altri partner internazionali. Nel settembre 2010, Commissione europea e Consiglio d'Europa hanno presentato uno studio per valutare l'impatto della promozione degli itinerari culturali europei sull'innovazione, sulla competitività e sull'aggregazione delle PMI che operano nel settore turistico. La relazione dimostra come tali itinerari forniscano alle PMI numerose opportunità di innovazione per i servizi ed i prodotti offerti nel quadro delle attività legate ai percorsi.

¹⁵ Cfr: Il segretario dell'Organizzazione Mondiale per il turismo, Taleb Rifai, dimostra soddisfazione per questa scelta dell'ONU. Inoltre, secondo un comunicato stampa dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) la risoluzione riconosce l'importanza del turismo internazionale e, in particolare, della designazione di un anno internazionale del turismo sostenibile per lo sviluppo e la comprensione tra i paesi, affinché venga favorita una maggiore presa di coscienza della ricchezza del patrimonio culturale appartenente a civiltà diverse che comunicano fra loro contribuendo così al consolidamento della pace nel mondo.

¹⁶ Organizzazione Mondiale del Turismo

¹⁷ Cifr: International Year Of Sustainable Tourism for Development, 2017 Plan for the Observance – A Roadmap. Draft 6. 1 June 2016. UNWTO

- efficienza delle risorse, protezione ambientale e cambiamento climatico;
- valori culturali e interazione delle diversità;
- comprensione reciproca, pace e sicurezza.

Linee di azione:

Al fine di promuovere e rafforzare il ruolo del turismo nelle suddette cinque aree, le attività dell'Anno internazionale devono concentrarsi su:

Crescente Difesa e Consapevolezza per:

- ❖ promuovere il turismo sostenibile come strumento per lo sviluppo, favorire la sua piena integrazione nelle agende nazionali, regionali e globali, e mettere in evidenza la sua funzione catalitica per uno sviluppo economico sostenibile;
- ❖ stimolare un dibattito globale sul contributo del turismo per l'Agenda 2030;
- ❖ aumentare la consapevolezza tra i soggetti interessati.

Creazione di conoscenza e diffusione per:

- ❖ migliorare la comprensione di come il turismo sostenibile contribuisca allo sviluppo dei paesi interessati;
- ❖ promuovere strumenti e meccanismi per il monitoraggio e la misurazione di effetti positivi e negativi del turismo.

Definizione delle politiche per:

- ❖ promuovere politiche e lo scambio di buone pratiche;
- ❖ incoraggiare approcci integrati e olistici allo sviluppo del turismo attraverso le politiche nazionali del turismo trasversali che contribuiscono alla Agenda 2030;
- ❖ stimolare la cooperazione del settore pubblico / privato e promuovere la Corporate Social Responsibility come pilastro dello sviluppo turistico.

Costruzione delle capacità e l'istruzione per:

- ❖ sostenere l'elaborazione e l'attuazione delle politiche educative che promuovono il contributo del turismo allo sviluppo sostenibile;
- ❖ migliorare lo sviluppo programmi in linea con l'agenda 2030;
- ❖ potenziare la creazione delle competenze per le donne e le generazioni più giovani.

Un'occasione per far avanzare il ruolo del turismo sostenibile come strumento efficace per lo sviluppo

Nel corso degli ultimi decenni, il turismo ha registrato una crescita significativa e la diversificazione, essendo diventato uno dei più rapidi settori in crescita in tutto il mondo. Il suo importante contributo alle strategie di sviluppo nazionali e l'agenda di sviluppo mondiale è sempre più riconosciuto. Tuttavia, il turismo sostenibile non è stato pienamente integrato nei dibattiti nazionali e internazionali di politica. Così, è necessario intraprendere ampi sforzi tra i politici e l'opinione pubblica relativamente al ruolo che il turismo sostenibile può giocare in tutte e tre le dimensioni dello sviluppo sostenibile - economico, sociale e ambientale - oltre che per raggiungere gli obiettivi dell'Agenda il 2030.

1.6 Il Manifesto del Turismo Europeo

Al fine di formulare politiche di turismo efficaci, un approccio europeo globale, serve una presa in considerazione degli impatti multipli del settore, nonché la vasta gamma di parti interessate

coinvolte o interessate dal turismo. Ciò è stato riconosciuto dal *Trattato di Lisbona*¹⁸, che per l'articolo 195 del TFUE dà all'Unione europea la responsabilità di promuovere la competitività del settore turistico europeo con la creazione di un ambiente favorevole per la sua crescita e il suo sviluppo e stabilisce un approccio integrato al settore dei viaggi e del turismo.¹⁹

Per la prima volta in assoluto, una rappresentanza quasi totalitaria degli attori pubblici e privati del settore turismo in Europa si è riunita per chiedere all'Unione europea di agire con più forza per questo importante settore ed ha presentato il primo "*Manifesto europeo del turismo per la crescita e l'occupazione*". Il Manifesto evidenzia le principali priorità politiche dell'Unione europea per il settore nei prossimi anni, su temi che vanno dalla promozione delle mete turistiche alle qualifiche, dalla regolamentazione dell'economia collaborativa (la cosiddetta *sharing economy*) alla sostenibilità.

Ben 24 organizzazioni europee hanno firmato il Manifesto, che ha lo scopo di garantire che il continente rimanga una destinazione attraente e che il settore continui a dare un contributo significativo per l'economia europea. Anche altre organizzazioni di livello nazionale e regionale potranno aggiungersi in futuro²⁰.

Crescita e lavoro:

Dal documento si evince come il turismo rappresenti un importante motore di sviluppo economico e sociale. Questo settore stimola la crescita economica, generando reddito, occupazione, investimenti ed esportazioni. Esso genera anche preziosi benefici, tra cui la conservazione del patrimonio culturale, il miglioramento delle infrastrutture, strutture comunitarie locali e una più forte consapevolezza della cittadinanza europea.

L'Europa è prima destinazione turistica al mondo con una quota di mercato del 51% nel 2014. L'industria del turismo genera (direttamente e indirettamente) il 9,7% del totale UE-28 PIL, una cifra che i dati vedono in crescita al 10,4% entro il 2025.

Nell'Unione europea, il settore dei viaggi e del turismo impiega quasi 25 milioni di persone e visitatori e il totale delle esportazioni genera 351 miliardi di euro l'anno. Il ruolo del turismo diventa sempre più importante se si considera che, per sua natura, il lavoro da esso scaturito coinvolge principalmente piccole e medie imprese, arruolando giovani e un elevato numero di donne.

In tempi in cui i tassi di disoccupazione sono aumentati drammaticamente, i dati indicano che il settore legato ai viaggi è uno dei principali creatori di posti di lavoro in Europa e in tutto il mondo.

Competitività

Obiettivo del Manifesto è quello di rivedere il quadro normativo che oggi regola il settore al fine di ridurre gli oneri amministrativi e fiscali, garantendo un'equa concorrenza, sostenendo le istituzioni europee per la creazione di nuove imprese e promuovere i servizi transfrontalieri, promuovere politiche fiscali più intelligenti e migliorando il coordinamento tra le autorità comunitarie, nazionali, regionali e locali per far sì che l'Europa rimanga una destinazione competitiva..

Altro punto importante è quello di sviluppare il sostegno finanziario dell'UE per la digitalizzazione del settore turistico e creare un forum di esperti al fine di promuovere le buone pratiche e, ad un contempo, garantire la trasparenza e la neutralità per i consumatori e le imprese on-line.

¹⁸ Il Trattato di Lisbona risponde alla necessità di riformare la struttura e il funzionamento dell'UE. Gli allargamenti successivi hanno portato a 28 il numero di paesi dell'UE. Era pertanto necessario adattare il funzionamento delle istituzioni e il processo decisionale europeo. Un primo tentativo di riforma fu l'elaborazione del trattato che adotta una Costituzione per l'Europa. L'obiettivo era di sostituire i trattati istitutivi dell'UE con una Costituzione europea. La Costituzione fu quindi firmata a Roma il 29 ottobre 2004. Prima di entrare in vigore doveva tuttavia essere ratificata da tutti i paesi dell'UE. Il processo di ratifica si è però rivelato un fallimento in parecchi di essi. Il 23 Luglio 2007 è stata convocata una nuova conferenza intergovernativa a Lisbona per trovare un'alternativa al trattato costituzionale e compiere le riforme. L'idea di una Costituzione europea è allora stata abbandonata e sono state avviate negoziazioni al fine di elaborare un trattato modificativo. Il 13 dicembre 2007 i 27 capi di Stato e di governo dell'UE hanno firmato a Lisbona il nuovo trattato modificativo. Il trattato di Lisbona entra in vigore il 1° dicembre 2009, dopo essere stato ratificato da tutti i paesi dell'UE secondo le rispettive norme costituzionali.

¹⁹ Cfr: <http://www.tourismmanifesto.eu/#!the-manifesto/c1enr>

²⁰ <http://www.confcommercio.it/-/presentato-il-manifesto-europeo-del-turismo-per-la-crescita-e-occupazione>

Buon governo

Sviluppare una nuova strategia e un piano di lavoro con obiettivi chiari con indicatori che coinvolgano gli addetti ai lavori del settore, una semplificazione del diritto fiscale e di tutela dei consumatori e con la garanzia che venga applicato in modo coerente.

Individuare e promuovere le buone pratiche nella gestione e nella regolamentazione del turismo e la responsabilità sociale delle imprese.

Monitorare e misurare le prestazioni del settore del turismo più regolarmente e con precisione (ad esempio in termini di sostenibilità e occupazione).

Valutare l'impatto dei finanziamenti UE nel settore del turismo.

Facilitare l'accesso ai finanziamenti UE per le PMI del turismo in relazione alla crescita e alla creazione di posti di lavoro.

Promuovere finanziamento intelligente e sostenibile in base alle priorità della CE e le esigenze dei cittadini europei, i visitatori, i lavoratori, le imprese e le organizzazioni europee.

Promozione congiunta

Promuovere la diversità delle offerte di turismo in Europa.

Sostenere lo sviluppo e la promozione continua di prodotti turistici tematici paneuropei (ad esempio ciclo itinerari, gastronomia, cultura, terme e benessere, ecc).

Fornire finanziamenti per attività di promozione congiunta a lungo termine e facilitare una forte cooperazione con e tra i partner del settore privato attraverso iniziative pubbliche e private.

Riduzione della stagionalità

Promuovere le buone pratiche per ovviare al problema legato alla stagionalità (ad esempio, una migliore scaglionamento delle vacanze scolastiche).

Promuovere lo sviluppo e la conoscenza delle opportunità di bassa stagione (ad es. presentando festival ed eventi su mappe digitali e applicazioni).

Capacità e qualifiche

Promuovere il riconoscimento delle qualifiche, le conoscenze, le competenze e l'esperienza per tutto il singolo mercato:

- Aumentare la consapevolezza delle carriere all'interno del settore
- Incoraggiare un rapporto più produttivo tra i fornitori di formazione / istruzione e l'industria turistica.
- Fare un uso più ampio dei programmi esistenti a livello europeo per l'occupazione giovanile e lo sviluppo di nuovi programmi.
- Migliorare i programmi di apprendimento permanente per i lavoratori del turismo
- sostenere il miglioramento delle competenze linguistiche tra i professionisti del turismo e promuovere la loro libertà di movimento.
- Incoraggiare la formazione culturale per migliorare i servizi forniti per i visitatori provenienti da tutti i mercati di origine.

Sostenibilità

- Sostenibilità ambientale: creare il piano strategico per un turismo eco-sostenibile;
- Identificare e sostenere le buone pratiche di capacità e di gestione di destinazione in modo che l'offerta si adatti con successo alla domanda e venga salvaguardata la qualità dell'esperienza dei visitatori;
- Sostenibilità sociale: sostenere l'occupazione nel settore del turismo e promuovere condizioni di lavoro eque per tutti i dipendenti, compresi i principali sottosettori in cui le assunzioni rimangono ancora una sfida.

Connettività

Promuovere una piattaforma pubblico-privata dei consumatori per la mobilità multi-modale;

Migliorare il turismo e le infrastrutture di trasporto, anche in remoto, montagna, insulari e le zone costiere.

Sviluppare una strategia europea per aumentare la connettività di tutti i mezzi di trasporto in modo sostenibile, tra cui adattare le infrastrutture e le informazioni per far fronte alle esigenze di mobilità di tutti i viaggiatori.

Migliorare la qualità e il coordinamento dei sistemi di trasporto (ad esempio ferrovia, strade, itinerari, etc.) attraverso i finanziamenti UE;

Promuovere l'accesso equo e paritario ai dati pertinenti da parte degli operatori di viaggio e di trasporto per facilitare le pratiche digitali multimodali;

Favorire una migliore accessibilità e servizi posti nelle vicinanze delle attrazioni turistiche per facilitare l'accesso e minimizzare i disagi, nonché eliminare le barriere linguistiche;

Garantire un finanziamento delle infrastrutture ferroviarie sufficienti e prevedibile per aumentare l'attrattiva e la qualità dei servizi ferroviari.

1.7 Dati sull'industria turistica in Europa

Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT), gli arrivi turistici internazionali sono stati pari a quasi 1,2 miliardi nel 2015 e si prevede di raggiungere 1,8 miliardi entro il 2030. Inoltre, lo scorso anno hanno avuto luogo più di 6 miliardi di viaggi turistici nazionali.

Il Turismo, in tal modo, rappresenta il 10% del PIL mondiale, genera il 30% del commercio mondiale nel settore dei servizi e provvede a fornire uno su undici posti di lavoro in tutto il mondo²¹.

Eppure questi grandi numeri non rappresentano solo una forza economica, ma riflettono anche il vasto potenziale che il turismo ha nella capacità di affrontare alcune delle sfide più pressanti del mondo, tra cui la crescita economica, lo sviluppo inclusivo, il management delle risorse, la conservazione della biodiversità e la conservazione ambientale.

Se si guarda, poi, agli incontri interculturali che si tengono ogni giorno in tutto il mondo, il turismo può anche essere uno strumento efficace per una maggiore comprensione del mondo al di là dei nostri confini, ponendo le basi per una società più pacifica.

1.8 Europeana: Think Culture

Europeana è una biblioteca *digitale europea* che riunisce contributi già digitalizzati da diverse istituzioni dei 28 paesi membri dell'Unione europea in 30 lingue. La sua dotazione include libri, film, dipinti, giornali, archivi sonori, mappe, manoscritti ed archivi.

Il progetto è stato inaugurato nel 2008 dalla Commissione Europea per incentivare gli stati membri a digitalizzare e conservare il patrimonio culturale europeo, mettendolo a disposizione di tutti.²²

La convinzione profondamente sentita è che il patrimonio appartenga sostanzialmente a tutti noi.

L'infrastruttura connette 30 milioni di oggetti provenienti da oltre 2500 istituzioni.

Da Rijksmuseum al Cartografic Institut de Catalunya e dalla British Library all'Istituto Nazionale degli Audiovisivi di Varsavia tutti i dati descritti sono stati resi disponibili attraverso le "open licence"²³

In un momento storico come questo, in continuo cambiamento, l'ubiquità degli smartphone e tablet rappresenta una nuova e indicativa sfida. Oggi non è più sufficiente fornire scarsi dettagli o immagini di bassa qualità; bisogna altresì fornire contenuti diligentemente curati e progettati per funzionare con le tecnologie di oggi e con quelle di domani.

La visione di Europeana ha lo scopo di creare un'infrastruttura capace di collegare la cultura digitale europea così come le strade e le ferrovie hanno fisicamente collegato l'Europa. Essa, quindi, costituisce un laboratorio innovativo per il nostro nuovo mondo utilizzando la ricchezza del nostro passato.

Per la sua realizzazione, è necessaria una spina dorsale che permetta di immagazzinare, di accedere, di migliorare, ma soprattutto di condividere.

²¹ Cifr: International Year Of Sustainable Tourism for Development, 2017 Plan for the Observance – A Roadmap. Draft 6. 1 June 2016. UNWTO

²² <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/europeana-european-digital-library-all>

²³ <http://strategy2020.europeana.eu/it/>

Essa, quindi, diventa un luogo dove sia rispettato il diritto d'autore e dove vi sia, allo stesso tempo, una facilità di utilizzo.

Scopo di Europeana è, dunque, quello di diventare una *innovatrice della cultura a servizio dei possessori di beni culturali e degli utenti in pari misura*.

Il 27 ottobre 2011, attraverso una raccomandazione, la Commissione Europea ha invitato gli stati membri ad usare misure sulla digitalizzazione e sulla conservazione digitale, al fine di rendere la cultura apertamente accessibile in modo digitale, per promuovere lo scambio di idee e di informazioni.

Europeana si pone l'obiettivo di rendere il patrimonio culturale europeo disponibile attraverso il suo portale. La continua collaborazione con musei, archivi, archivi audiovisivi e biblioteche ha il compito di importare gli elementi digitalizzati nel portale.

Ad oggi, oltre 24 milioni di oggetti digitali sono già accessibili, creando le basi per crescita e occupazione.

Europeana diventa quindi un hub per le industrie creative e facilita l'attività economica basata sulle risorse culturali digitali.

Il materiale digitalizzato dalle istituzioni culturali può essere riutilizzato per sviluppare l'apprendimento e i contenuti educativi, documentari, applicazioni turistiche, giochi, animazioni e strumenti di progettazione.

Inoltre, Europeana può essere un importante banco di prova per nuove tecnologie e idee innovative che si dirigono successivamente verso il mercato.

1.9 E-RIHS *European Research Infrastructure for Heritage Science*

Lo European Research Infrastructure for Heritage Science (E-RIHS) è un progetto paneuropeo che si prefigge di sostenere la ricerca sull'interpretazione, la conservazione, la documentazione e la gestione del patrimonio. Il progetto metterà a disposizione della comunità di ricerca in ambito interdisciplinare risorse strumentali e servizi altamente avanzati per promuovere la conoscenza e la conservazione del patrimonio globale.

Varato nel marzo scorso ad Amsterdam, l'E-RIHS è stato integrato nella Roadmap ESFRI (European Strategy Forum on Research Infrastructure) 2016 con lo scopo di dare impulso all'innovazione sociale e culturale. Attualmente, 18 Paesi europei sono membri fondatori e firmatari dell'E-RIHS, altri dieci Paesi sono stati identificati come potenziali membri sostenitori e 80 istituti di ricerca operano nell'ambito del suo network. Si prevede di estendere la partecipazione anche a istituzioni non europee. Il processo verrà sviluppato nei prossimi cinque anni.

L'ICCROM²⁴ è stato invitato a dare il suo contributo all'E-RIHS promuovendo la portata globale del network E-RIHS tramite i suoi Stati membri e stabilendo partnership strategiche a livello internazionale e intergovernative per potenziare il network stesso e favorendo la misurazione degli indicatori di performance e delle statistiche di settore.

L'E-RIHS si occuperà del patrimonio culturale e naturale – collezioni, edifici, siti archeologici, patrimonio digitale e immateriale – e della messa in atto di sistemi di informazione aperti per agevolare la collaborazione a livello mondiale. Grazie alle sue risorse strumentali, le comunità di ricerca potranno usufruire di un accesso coordinato e semplificato alle infrastrutture distribuite e portare avanti la loro ricerca sulle scienze del patrimonio tramite un approccio integrato. Tra i servizi forniti, l'E-RIHS offrirà l'accesso a una vasta gamma di metodologie, dati, strumenti e infrastrutture scientifiche all'avanguardia e la formazione all'uso di tali strumenti, nonché una piattaforma di partecipazione pubblica e l'accesso agli archivi per la conservazione, l'analisi e l'interpretazione standardizzate dei dati.²⁵

²⁴ Centro Internazionale di studi per la conservazione ed il restauro dei beni culturali

²⁵ <http://www.iccrom.org/it/e-rihs-a-new-heritage-research-infrastructure/>

1.10 Sinergie tra Turismo, Cultura e Industrie Creative. Politiche e strumenti per la crescita e lo sviluppo. Action Plan²⁶

Turismo e industrie culturali e creative offrono un contributo molto consistente alla creazione di crescita e occupazione nell'UE. Nel 2014, direttamente e indirettamente il settore ha sostenuto più di quasi il 15% dei posti di lavoro nell'UE, generando il 20% del PIL dell'UE (3 trilioni di euro).

Nei prossimi 10 anni il loro contributo totale sull'economia europea crescerà in maniera esponenziale.

Inoltre, il turismo è uno dei principali punti di ingresso nel mercato del lavoro per i giovani, nonché per i migranti e i rifugiati. Venti dei lavoratori impiegati nel settore hanno un'età inferiore ai 25 anni. Esso apporta grandi benefici di ricaduta per l'economia europea, stimola la domanda interna e promuove i settori come le industrie culturali e creative – non solo quelle legate alla moda e ai prodotti di fascia alta - ma anche quelle agro-alimentare, i trasporti, l'edilizia, la costruzione navale, o al dettaglio.

Ancora più importante, il turismo deve restare fra i settori in più rapida crescita al mondo nei prossimi anni.

Molti settori industriali miglioreranno la loro produttività grazie alle nuove tecnologie (ICT, robotica, la stampa 3D), ma si potrà anche assistere ad una riduzione nell'occupazione. Per contro, l'economia dei visitatori rimarrà ad alta intensità di lavoro e potrebbe impiegare 5 milioni di lavoratori supplementari in Europa nei prossimi 10 anni.

Questa la ragione per la quale il turismo e le ICC hanno un enorme potenziale per contribuire alle 10 priorità del Piano Juncker finalizzate a riportare l'Europa "al lavoro".

La forte concorrenza turistica sarà vinta da chi è in grado di offrire la maggior parte dell'offerta creativa e innovativa: nel 2000 l'Europa ha conquistato più del 50% del mercato mondiale, ora siamo sotto il 40%, e nel 2030 potremmo solo attirare meno di 1/3 di turisti internazionali.

L'Europa necessita, quindi, di una strategia per aumentare la sua attrattiva

La creatività diventa dunque un driver principale per attirare più visitatori in Europa e per rafforzare la competitività dell'industria del turismo.

Il numero crescente di turisti della classe media da parte delle economie emergenti con l'aumento della capacità di spesa vengono in Europa soprattutto perché attratti dalla nostra cultura e dallo stile di vita (incarnate in eredità, disegno, fine culturale alto e la moda, artigianato, gastronomia, architettura o di intrattenimento).

In altre parole, essi non sono solo attratti dalla creatività del nostro passato, ma anche dal presente e dal futuro.

Come sfruttare al meglio le sinergie tra il turismo e le ICC:

Le ICC sono uno dei settori più vivaci dell'economia dell'UE. Creatività è il denominatore comune. Con grande impatto culturale, le industrie culturali e creative operano in mercati altamente dinamici con tendenze di consumo rapidamente mutevoli. Esse guidano innovazione e valore aggiunto verso molti altri settori dell'economia.

I prodotti audiovisivi, tra cui film, serie TV e documentari sono uno dei modi migliori per promuovere le destinazioni in tutto il mondo.

Le nuove tecnologie audio-visive, come la videocamera HD montata su drone, il 3D, l'ologramma, il casco per la realtà virtuale, ecc., possono aumentare l'attrattiva di architettura, di parchi naturali o del patrimonio culturale.

I principali concorrenti, provenienti per la maggior parte da paesi asiatici come il Giappone, la Corea del Sud e Cina, in questo momento stanno investendo sempre maggiori risorse e l'Europa non deve farsi cogliere impreparata.

Turismo e ICC sono settori molto frammentati. È, quindi, difficile per loro di progettare le politiche di collaborazione e aiuto con le autorità pubbliche per impostare giuste priorità.

²⁶

Nel febbraio 2016, nel corso della riunione del Turismo Task Force del Parlamento europeo (commissione TRAN), la Commissaria Bienkowska *DG Growth Commissione Europea, Turismo, industrie creative ed emergenti* ha annunciato la preparazione di un piano d'azione per il turismo puntando sulle sinergie con le industrie culturali e creative. La Commissaria ha chiarito che il documento non deve ripetere la comunicazione del 2010 sul turismo, ma dovrebbe piuttosto concentrarsi su un numero limitato di azioni con elementi chiari da fornire nell'ambito del mandato di questa Commissione. A questo fa seguito l'Action Plan .

L'Action Plan²⁷ deve pertanto concentrarsi sui seguenti pilastri:

1. migliorare l'uso dei fondi UE, la cooperazione tra gli stakeholder, il ruolo degli investimenti privati; migliorare il quadro regolamentare e ridurre gli oneri burocratici
2. contribuire allo sviluppo e all'applicazione di nuove tecnologie (digitalizzazione del turismo culturale).
3. supportare lo sviluppo delle competenze richieste dal settore (Formazione del capitale umano):
4. Promuovere l'Europa come destinazione nei mercati mondiali, in particolare extra europei e asiatici (visitor economy). Per farlo, l'UE pensa di identificare dei Cluster per la promozione congiunta, che tengano assieme più regioni europee e si presentino come un cartello unico all'estero. A tal fine saranno resi disponibili risorse da COSME per la formazione degli operatori e si richiederà un impegno anche finanziario all'industria privata;

1.11 Best practice in Europa

1.11.1 Il ricco Patrimonio Culturale della Scozia: Case History I

La Scozia è un paese dal Patrimonio culturale ricco e variegato.

La musica tradizionale è celebrata tutto l'anno a Highland Games in eventi e festival, i castelli e le dimore storiche sono concentrati soprattutto nella regione di Aberdeenshire a nord est dove se ne contano circa 350. Il paese vanta 460 tra musei e gallerie e la grande letteratura di Robert Burns, celebrata in tutto il mondo, offre la possibilità di arricchire l'offerta culturale.

Patrimonio Culturale e Turismo

Il Patrimonio Culturale è la seconda ragione principale per la quale i turisti visitano il paese. Secondo un recente sondaggio effettuato sui visitatori, il patrimonio culturale costituisce la motivazione chiave per la scelta della Scozia come destinazione turistica.

Il 57% dei turisti visita i castelli o le case signorili e solo nel 2015 i visitatori sono stati circa mezzo milione, mentre il più famoso castello di Edimburgo ha accolto oltre 1,5 milioni di presenze. Il 56% dei nuovi arrivati ha voluto sperimentare l'arte culinaria campionando il cibo scozzese e le bevande locali, anche se la Scozia è meglio conosciuta per il salmone e il whisky.

Il 44% di essi ha visitato musei e gallerie come il Glasgow's Museum che nel 2015 ha accolto quasi 1,3 milioni di visitatori, (un aumento di quasi il 12% rispetto all'anno precedente)

Strategia economica del governo scozzese:

La strategia adottata dal governo scozzese ha puntato molto sul fatto di rendere il turismo culturale un vettore rilevante per la crescita economica del paese, basandosi principalmente su due pilastri:

- crescita dell'economia
- risoluzione delle diseguaglianze.

I due pilastri sono stati a loro volta supportati da azioni governative basate su: investimenti innovazione, crescita inclusiva e internazionalizzazione.

L'impatto economico che ne deriva è di tutto rispetto.

Si stima, infatti, che 460 tra musei e gallerie della Scozia producano circa 3500 posti di lavoro.

Il "Festival Città del mondo" celebrato ad Edimburgo continua ad attrarre artisti e un pubblico di oltre 4 milioni di persone che genera £ 261m ogni anno.

²⁷

Piano redatto dalla *DG Growth Commissione Europea, Turismo, industrie creative ed emergenti.*

Così, guardando i singoli elementi del patrimonio culturale, diventa abbastanza chiaro che c'è un enorme beneficio economico derivante dagli investimenti nel settore e un grande impatto sulla crescita economica del paese.

1.11.2 L'Andalusia e il Flamenco: Case History II

L'Andalusia possiede un patrimonio storico e culturale molto variegato, riflesso diretto della varietà dei popoli che hanno conquistato e abitato questa terra.

È una regione della Spagna molto conosciuta tra i turisti internazionali e gli appassionati di viaggi poiché offre una varietà eccezionale di cose da fare e da vedere, nonché un clima favorevole per tutto l'anno.

Questa è una terra ricca di intrecci, di cultura e tradizione, perché un tempo abitata da Fenici, Cartaginesi, Greci, Romani e Arabi che, come è facile da immaginare, hanno lasciato sul territorio segni tangibili del loro passaggio.

Nel corso dei secoli è stata terreno di una complessa e stimolante mescolanza di tradizioni, arti, culture e storie che oggi ci hanno consegnato una delle regioni spagnole più importanti a livello culturale, antropologico e storico.

Patrimonio culturale e Turismo: alleanza naturale

L'Andalusia ospita 26 milioni di turisti attratti dalle bellezze naturali del paese, mentre 7 milioni sono gli arrivi dei visitatori che scelgono la destinazione spagnola come meta per una vacanza all'insegna del turismo culturale. Il Patrimonio culturale, quindi, se da un lato provvede ad incrementare il numero degli arrivi in un periodo di crisi, dall'altro contribuisce notevolmente a destagionalizzare il settore, favorendo la crescita inclusiva ed economica del paese non solo nel periodo estivo.

L'Andalusia vanta un ricco patrimonio materiale ed immateriale:

Patrimonio materiale: Alhambra

L'Alhambra di Granada, uno dei monumenti più belli che siano mai stati costruiti dall'uomo, è stato dichiarato nel 1984 Patrimonio dell'Umanità dall'Unesco e genera circa 2,5 milioni di visite all'anno. L'Alhambra fu palazzo, cittadella e fortezza, residenza dei sultani Nazarîes, e degli alti funzionari, servitori della corte e soldati dell'élite. Attualmente è un monumento nel quale si distinguono quattro zone: i palazzi, la zona militare o Alcazaba, la città o medina e la zona agraria di Generalife, circondata da zone boschive, giardini e terreni irrigati.

Patrimonio immateriale: Flamenco:

Dal 16 Novembre 2010 il Flamenco entra a far parte ufficialmente delle arti universali. L'Unesco ha infatti introdotto la tanto amata arte nella lista rappresentativa del Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità, definita "universale" perché espressione di tutti i sentimenti del genere umano: dall'amore, alla solitudine, al dolore, l'allegria e la morte: da qui la sua affinità con l'umanità intera. Il Flamenco, quindi, è una forma di vita oltre che una semplice musica e danza. Per tutte le persone che vivono nella culla del flamenco, l'Andalusia, esso diventa quindi espressione della propria identità.

PARTE SECONDA

Analisi della situazione attuale in Puglia nei settori del Patrimonio Culturale e dell'Industria Turistica

2. Il Patrimonio culturale e l'Industria Turistica – Stato dell'arte in Puglia

L'azione pubblica su cultura, beni culturali e creatività, patrimonio naturale e risorse turistiche costituisce per la Regione Puglia una componente prioritaria delle proprie politiche per lo sviluppo socioeconomico, la coesione territoriale e l'inclusione sociale. L'aspettativa è di rafforzare il cambiamento verso una regione più attrattiva, capace di tutelare la propria bellezza e renderla più fruibile e conosciuta, incardinare su di essa nuove opportunità di sviluppo, di espressione artistica, di inclusione, di spirito civico.

Il patrimonio culturale (storico, artistico, monumentale, architettonico, ecc.) e naturale viene considerato quale vera e propria risorsa del territorio, capace di fornire un vantaggio specifico, a livello collettivo, non solo per il miglioramento della qualità di vita delle comunità locali, bensì quale fattore di crescita economica sostenibile e sviluppo territoriale.

Tale impostazione implica una forte discontinuità rispetto al passato, ossia la necessità di operare significativi cambiamenti innanzitutto nella gestione delle organizzazioni culturali — non più soltanto luoghi della conservazione e del ricordo, bensì luoghi della contemporaneità e fonti dell'innovazione, in continua interazione con i contesti locali ed internazionali — nonché nella predisposizione dei servizi culturali che accompagnano e completano l'offerta di cultura al pubblico. Sul versante delle risorse naturali, l'esigenza di miglioramento riguarda essenzialmente l'innovazione dei modelli di fruizione e la loro piena integrazione in una logica di valorizzazione e tutela del patrimonio territoriale, nonché l'attivazione ed il rafforzamento delle filiere economiche ad essi collegate.

La nuova strategia sulla valorizzazione territoriale della Regione Puglia è basata sull'assegnazione di una piena funzione trasversale alla cultura, considerata quale strumento di sviluppo locale e regionale di rigenerazione urbana, di sviluppo rurale e di occupabilità, di promozione della creatività e di nuovi processi innovativi. Un ruolo analogo — di stimolo alla generazione di opportunità di sviluppo sostenibile, alla difesa del paesaggio, alla qualità della vita dei cittadini, all'attrazione territoriale ed all'educazione ambientale — viene prospettato per la valorizzazione delle risorse naturali.

Si deve compiere, quindi, un salto di intelligenza creativa e apportare valore aggiunto in chiave di forte innovazione non solo a compimento o miglioramento di quanto già in atto, ma come frutto di una visione in grado di puntare su diversità e connessioni.

E' importante dire che la Regione Puglia assume come proprie le priorità dettate dalla strategia europea di sviluppo "Europa 2020":

- ❖ crescita intelligente: sviluppare un'economia basata sulla conoscenza e sull'innovazione, puntando su innovazione, istruzione, formazione, formazione continua e società digitale;
- ❖ crescita sostenibile: promuovere un'economia più efficiente sotto il profilo delle risorse, più verde e più competitiva, agendo su competitività, lotta al cambiamento climatico, energia pulita ed efficiente;
- ❖ crescita inclusiva: promuovere un'economia con un alto tasso di occupazione che favorisca la coesione sociale e territoriale, la diffusione culturale e la costruzione di risorse civiche puntando su occupazione, competenze, lotta alla povertà, maggiore accessibilità dei servizi alle persone e qualità della vita.

Tali approcci programmatici sono stati poi tradotti in percorsi partecipati settoriali di seguito descritti.

2.1 Puglia 365: Il piano strategico del Turismo

"Puglia 365" è il Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia 2016-2025 che ha visto coinvolti gli operatori del settore turistico pugliese, gli enti locali, le associazioni datoriali e sindacali, gli stakeholder, il MIBACT, gli opinion leader, le Università e i Gal; realtà diverse che

hanno lavorato insieme dal 22 Marzo 2016 per tre mesi ininterrottamente attraverso diciotto incontri tenutisi in varie località pugliesi sui temi:

- 1) Formazione
- 2) Promozione
- 3) Prodotto
- 4) Innovazione
- 5) Infrastrutture
- 6) Accoglienza

La parola d'ordine, leitmotif del piano strategico è: destagionalizzare, creando una rete tra Comuni, Regioni, imprese, operatori del territorio e cittadini per rendere la Puglia una *vera industria del turismo*, in grado di produrre ricchezza e lavoro tutto l'anno.

L'obiettivo politico dell'amministrazione regionale di rendere partecipato il processo di pianificazione strategica del turismo è stato raggiunto sia in termini quantitativi che qualitativi.

Costruito come un vero e proprio business plan, Puglia 365 propone, accanto alla visione generale e agli obiettivi strategici, una serie di progetti specifici con schede dei soggetti attuatori, volti a consolidare il turismo migliorando la qualità dei servizi e delle infrastrutture. Un piano partecipato e condiviso, che, per quanto riguarda l'aspetto legato alle risorse economiche, ha visto l'utilizzo di fondi pubblici accanto a quelli di sponsor privati.

Due gli obiettivi principali, ambiziosi ma non impossibili : sviluppare una visione condivisa degli obiettivi pluriennali del settore e determinare una strategia che si compone di azioni di marketing, advertising, realizzazione di reti di impresa, implementazione di trasporti pubblici efficienti, e secondo continuare a crescere in un settore trainante dell'economia e della società pugliese per diventare traino del Sistema Italia e caso di studio sempre più innovativo anche in Europa.

Più nello specifico lo scopo è quello di aumentare l'offerta per gli ospiti nel territorio implementando così un'industria e un indotto capace di competere ai massimi livelli con realtà analoghe in Italia e, soprattutto, all'estero a cominciare da una serie di nuovi mercati quali l'Est Europa e l'America del Nord.²⁸

La strategia si compone di aspetti di ricerca, di dati, di temi di governance interna ed esterna e, discendendo dalla sua visione, ha come obiettivo quella di realizzarla attraverso azioni i progetti che comprendono il business plan definitivo.

Dalle indicazioni emerse nell'ambito delle ricerche effettuate per l'elaborazione del piano, un elemento risulta essere molto chiaro: destagionalizzare uguale internazionalizzare.

A questa prima osservazione ne è seguita un'altra legata ai target di turisti stranieri, alla loro provenienza ed è emerso che il mercato europeo resta di gran lunga il più produttivo dei nostri operatori.

Si distinguono in questo il target delle cosiddette *pantere grigie*: persone over 55/60 che vivono in Paesi che hanno un buon sistema di welfare, che hanno già visitato l'Italia e che si predispongono a vacanze in gruppo in Puglia attratte dal wellness e dal binomio cibo-natura.

Altro elemento chiave della strategia è quello legato alla *brand identity* e più in generale alla prospettiva di commercializzazione e promozione della Puglia nel prossimo futuro.

²⁸ *Turismo, un'eccellenza in crescita* articolo pubblicato su ItaliaOggi Sette il 30 Maggio 2016. Il turismo si conferma la nuova industria della Puglia. I numeri parlano chiaro: in base ai dati del World Tourism Organization nel 2015 si è registrato un incremento della presenza degli stranieri (+ 10% degli arrivi e + 5% i pernottamenti) e della domanda turistica nazionale (+3,7% gli arrivi e +1,1% le presenze) con una crescita complessiva rispettivamente del 5 e dell'1,9%. Una tendenza che ha buone chance di proseguire anche in futuro e addirittura sopraperformare la media nazionale. Almeno stando alle previsioni di Guido Romano, responsabile del Centro Studi di Cerved Group, che durante la recente edizione del "Premio Industria Felix" (fondato e diretto dal giornalista Michele Montemurro e patrocinato da Confindustria Puglia, Politecnico di Bari e Università di Bari, di Foggia e del Salento) ha dichiarato: "Per alcuni dei settori tipici dell'economia pugliese, Cerved stima per l'Italia nel suo complesso nel prossimo biennio una crescita debole: in media il settore olio crescerà dell'1,5%, la siderurgia dell'1,3% e le strutture alberghiere dell'1,3%. Tuttavia la Puglia ha già dimostrato negli ultimi anni di avere un sistema imprenditoriale in grado di realizzare ottime performance in anni di crisi, a cominciare a dal settore del turismo. Come è accaduto, per esempio, con 141 PMI che hanno raddoppiato il fatturato dal 2007 o con oltre 350 società del territorio che abbinano un'elevata crescita a una solidità di bilancio.

Partendo dal presupposto che il 65% dei visitatori sceglie la destinazione indipendentemente dagli intermediari classici (tour operator, agenzie di viaggio) è di tutta evidenza che una promozione “generalista” va perseguita cercando, però, di essere coerenti con i target da raggiungere.

L'orientamento condiviso è stato quello di andare verso un “club di prodotto” da strutturare attraverso *cluster* (ad esempio *arte e cultura, turismo attivo etc*).

Decisiva per una strategia di valorizzazione turistica è quella del digitale tenendo conto della nuova categoria dei *prosumers* (consumatori turistici che diventano produttori di informazione e promozione “involontaria”).

Una strategia che guarda al futuro non può poi prescindere dal tema dell'innovazione e dell'innovazione tecnologica in senso stretto. Questo ambito, pur difficilmente prevedibile, ha lavorato sul tema dei *big data* e sulla proliferazione del consumatore.

Su questo punto nasce la necessità trasversale di *app* e *card* turistiche che forniscano al viaggiatore informazioni e suggestioni sia in ambito culturale che di trasporto pubblico.

In questa visione condivisa, si è fatto riferimento alla strategia che guarda al 2025 e che non può prescindere anche dai collegamenti aerei che sono risultati decisivi negli anni scorsi per far crescere il turismo in Puglia a partire dal “putting on the map” che i voli low cost hanno rappresentato.

Sempre in ambito infrastrutturale è emersa come strategica la dimensione legata al *bike tourism*, alla mobilità lenta e al nuovo emergere dei “cammini” come prodotto turistico.

Su questo punto sono previsti investimenti europei, nazionali e regionali: la Puglia è peraltro regione capofila in due progetti di “cammini” e si propone di incentivare le politiche urbane verso una progressiva pedonalizzazione dei centri storici.

Molto si è lavorato sul tema dell'accoglienza. La strategia comporta il superamento dei punti di debolezza emersi in particolare nel settore dell'accoglienza diffusa. Definita da molti come una destinazione *cool*, oggi la Puglia ha eroso fette di mercato a regioni competitive negli anni '80 e '90 come Toscana, Sardegna e Sicilia. Ha un sistema privato molto dinamico e un'ottima promozione, ma resta indietro nell'ambito delle politiche territoriali legate all'accoglienza.

Per questo si rende necessario mettere in rete e rinnovare gli IAT²⁹, promuovere un *market place* anche digitale, oltre che fornire al settore capitale umano formato e che parli le lingue straniere.

Oltre alle lingue straniere, la formazione emerge come tema strategico in tutti i settori.

Da distinguere in quattro macro-aree: mondo della formazione universitaria, formazione professionale, e-learning a regia regionale, mondo dell'impresa.

Infatti, sebbene il turismo rappresenti un vettore di crescita inclusiva, ad oggi è fortemente richiesta una rivalutazione delle competenze da parte degli addetti ai lavori con l'obiettivo di contrastare l'immagine di lavoro mal retribuito oltre che di innalzare il livello culturale delle risorse da impiegare, attraverso una formazione mirata a trasferire competenze e professionalità.

Sulla base dei sei assi tematici appena descritti, Pugliapromozione³⁰, il suo staff e i propri coordinatori di tavolo hanno messo in campo una elaborazione di “progetti bandiera” che andranno a comporre un portafoglio in un vero e proprio *business plan*³¹

²⁹ Informazione e Accoglienza turistica

³⁰ Pugliapromozione è lo strumento operativo delle politiche della Regione Puglia in materia di promozione dell'immagine unitaria della Regione che fa riferimento alla programmazione regionale e opera d'intesa con il sistema delle Province e dei Comuni nell'ottica dello sviluppo sostenibile, durevole e integrato, facendo perno sui valori dell'accoglienza, dell'ospitalità e della qualità.

Le funzioni principali di Pugliapromozione sono:

- ❖ promuove la conoscenza e l'attrattività del territorio nelle sue componenti naturali, paesaggistiche e culturali, materiali e immateriali, valorizzandone pienamente le eccellenze;
- ❖ sulla base di specifici obiettivi definiti dalla Regione favorisce lo sviluppo di occupazione stabile nell'ambito del turismo;
- ❖ promuove e qualifica l'offerta turistica dei sistemi territoriali della Puglia, favorendone la competitività sui mercati nazionali e internazionali e sostenendo la cooperazione tra pubblico e privato nell'ambito degli interventi di settore; promuove inoltre l'incontro fra l'offerta territoriale regionale e i mediatori dei flussi internazionali di turismo;
- ❖ promuove lo sviluppo del turismo sostenibile, slow, enogastronomico, culturale, giovanile, sociale e religioso, nonché di tutti i “turismi” attivi ed esperienziali, sostenendo la valorizzazione degli indotti connessi;
- ❖ sviluppa e coordina gli interventi a fini turistici per la fruizione e la promozione integrata a livello territoriale del patrimonio culturale, delle aree naturali protette e delle attività culturali, nel quadro delle vocazioni produttive dell'intero territorio regionale;

2.2 PiiiL: Piano Strategico della cultura della Regione Puglia

La Puglia sembra ben agganciata alla ripresa dei consumi culturali e, anzi, in alcuni ambiti si evidenzia una crescita maggiore dei dati medi nazionali. Questa dinamica appare evidente se si considera la partecipazione dei cittadini alle attività culturali: in Puglia i residenti che frequentano il teatro crescono del 10%, nel 2015 rispetto al 2014, il dato nazionale è del +4%; anche nei musei e mostre la fruizione cresce in Puglia del 10% (+7% dato Italia); per quanto riguarda le visite a siti archeologici e monumenti il dato regionale segna un +11% contro un +8% del valore nazionale. Significativo, nell'ambito regionale anche l'incremento dei lettori di libri che nel 2015 è stato del 3%, il doppio di quanto accaduto a livello nazionale +1,6%.

In questo contesto è molto importante anche il dato relativo all'astensione culturale (coloro che non fruiscono di alcun intrattenimento culturale) il cui dato medio per quanto riguarda la Puglia è del 28,2% della popolazione residente; dato più alto di quello nazionale (18,3%) e in linea con quello del medio delle regioni del Sud. Ma questo arretramento di partenza della Puglia appare compensato dal fatto che il dato sull'astensione si contrae in misura doppia rispetto a quanto si registra a livello paese: nel 2015, infatti, nella regione coloro che non hanno fruito di cultura sono diminuiti dell'8%, il doppio del dato sia nazionale che macro-regionale, in entrambi i casi (Italia e Sud) pari a un -4%.

Infine, la Puglia è ormai in modo consolidato una regione a grande attrattività turistica. Il turismo in regione rappresenta il 27% di quello dell'intero Sud e sembra caratterizzarsi come un turismo più diversificato, non solo legato a quello balneare. Infatti, il turismo culturale verso le località d'arte che in Puglia costituisce il 18,6% del turismo complessivo in termini di arrivi e il 10% in termini di presenze, nel 2015 vede un incremento del 9%, più del turismo generale (+5%) e più di quanto accaduto nel segmento cultura a livello nazionale cresciuto del 7%³².

Considerato, inoltre, che la Puglia è una terra ricca di beni culturali, il piano si pone l'obiettivo strategico di creare un modello gestionale che riesca a rendere vivo il suo patrimonio, coinvolgendo gli operatori della cultura in maniera tale da generare nuova occupazione.

Esso promuove un percorso partecipato tra istituzioni, imprese, artisti, operatori e cittadini, finalizzato alla creazione di una strategia d'intervento delle politiche culturali 2014/2020 unica e condivisa. Perché la cultura è Identità, Innovazione, ma anche Prodotto, Impresa e, quindi, Lavoro, e oggi, più che mai, occorre generare sempre maggiore consapevolezza sulla cultura come leva economica, in grado di incrementare il PIL, di produrre benefici per l'intera comunità.

Nello specifico, le aree di intervento riguardano gli spettacoli dal vivo, le attività culturali, l'audiovisivo, le istituzioni culturali, i beni culturali e ambientali e le industrie creative i cui obiettivi sono:

-
- ❖ attiva e coordina, anche in collaborazione con altri enti pubblici e privati, iniziative, manifestazioni ed eventi, nonché progetti di arte urbana che si configurino quali attrattori per il turismo e motivi di promozione delle eccellenze territoriali, materiali e immateriali;
 - ❖ favorisce la diffusione di un'ampia cultura dell'ospitalità tra gli operatori pubblici e privati e la popolazione locale anche attraverso la rimozione di ogni orientamento e condotta direttamente o indirettamente discriminatori sotto il profilo dei diritti soggettivi, della privacy e delle condizioni personali;
 - ❖ promuove la cultura della tutela dei diritti del turista consumatore;
 - ❖ assicura alle strutture regionali strumenti operativi a supporto del coordinamento delle attività e delle iniziative Sistemi Turistici Locali, fornendo altresì supporti di consulenza tecnico-amministrativa;
 - ❖ esercita le funzioni e i compiti amministrativi già assegnati alle Aziende di promozione turistica (APT) assicurandone l'articolazione organizzativa e l'efficacia operativa nelle sei province; coordina il sistema a rete degli IAT, anche nel loro raccordo con le Pro Loco;
 - ❖ collabora con il sistema delle Camere di Commercio e, ai fini della predisposizione di specifici studi, piani e progetti, può avvalersi della collaborazione di istituzioni universitarie e centri di ricerca, amministrazioni, enti pubblici, organismi e agenzie specializzate;
 - ❖ svolge ogni altra attività a essa affidata dalla normativa regionale, dagli indirizzi strategici e dagli strumenti programmatori della Regione Puglia, anche in riferimento a leggi nazionali e a programmi interregionali e comunitari.

³¹ Il business plan è dunque la somma dei progetti bandiera approvati e condivisi con il partenariato, realizzati con la partecipazione attiva dei cittadini, e validata dal dipartimento e dall'assessore all'Industria Cultura e Turistica

³² Dati provenienti da Rapporto Annuale Federculture 2016

- 1)sviluppare il prodotto culturale;
- 2)valorizzare l'identità del territorio;
- 3)costruire una nuova cultura d'impresa;
- 4)puntare su: innovazione, internazionalizzazione, formazione;
- 5)generare lavoro e buona occupazione.

Per prodotto culturale³³ si intende un'opera d'arte, un festival o una serie di mostre, eventi e progetti permanenti che installano nuovi file di nutrimento delle sinapsi, ma anche dispositivi di senso che affidano ai nostri sensi la decodifica personale dei nostri percorsi mentali e percettivi; il prodotto culturale non è un prodotto qualsiasi. Non è un manufatto, non è solo un pensiero puro, perché è fisico e, insieme, metafisico, immagine e indagine, scoglio e approdo.

Le sagre, i libri, le tradizioni, i riti, ma anche i parchi, i percorsi storico-artistici, i cammini, le piazze indicano la storia di una comunità che si è formata attraverso i secoli, costituendo una solida identità che va rafforzata e sviluppata, attraverso la valorizzazione di luoghi e momenti catalizzatori della memoria comune. In questo contesto la Puglia, terra di confine e ponte naturale verso il Mediterraneo, ritrova la propria identità comune riconoscendo e valorizzando le diverse culture, sviluppando progetti di politica culturale dell'interdipendenza che creino condizioni di accoglienza, incontro e dialogo.

All'interno del piano strategico, l'innovazione è letta quale risposta alle sfide dei cambiamenti sociali e di sviluppo di un territorio, elemento che favorisce l'eccellenza e la specializzazione intelligente, intensifica la cooperazione tra università, centri di ricerca e imprese nell'ottica dell'attuazione di una programmazione congiunta tra settori affini, facendo in modo che le idee innovative si trasformino in prodotti e servizi tali da sviluppare la crescita e l'occupazione.

A fronte di una enorme quantità di risorse tese a sostenere la produzione, si riscontra uno scarsissimo sostegno alla distribuzione dei prodotti culturali e, a fronte di un ancora più grande sforzo per il recupero del patrimonio culturale, si registra uno scarsissimo investimento verso la sua valorizzazione. Queste due tendenze vanno invertite al fine di moltiplicare la capacità di creare sviluppo ed occupazione. In questo senso, tutto il fronte dell'innovazione e della digitalizzazione può produrre risultati importanti per sopperire alle problematiche della promozione e distribuzione dei prodotti culturali: la professionalizzazione nell'utilizzo di software e hardware, la consapevolezza nell'utilizzo di piattaforme di distribuzione e vendita digitale, il ricollocamento delle aziende creative in un'ottica realmente nazionale ed internazionale rappresentano le vere sfide del presente. C'è bisogno di sostenere l'impresa creativa nelle stesse modalità con cui ci si avvicina ad altri comparti produttivi, insistendo sul rafforzamento delle competenze, sull'implementazione del digitale e sul costante dialogo interdisciplinare. Il rafforzamento dell'informazione, l'approfondimento trasversale, il corretto e costante utilizzo di spazi pubblici per la diffusione della cultura, il forte raccordo istituzionale possono fungere da elementi di base per una rielaborazione della cultura in Puglia³⁴.

Sostenere la cultura significa, quindi, prevedere un'articolata serie d'interventi pubblico/privato per promuovere la realizzazione di attività sia in termini di contribuzione a Enti, Istituzioni e Associazioni sia per lo svolgimento della loro attività ordinaria, sia per la realizzazione di specifici progetti, iniziative e manifestazioni.

La politica di internazionalizzazione rappresenta un asset fondamentale dello sviluppo della nostra regione, attuato mediante la promozione della cultura regionale all'estero, la valorizzazione di esperienze di permanenza di residenze internazionali in territorio pugliese e lo sviluppo di forme di presenza all'estero.

Il moto economico generato negli ultimi anni e tutt'ora in gran fermento, deve trovare adesso un nuovo impulso volto al rafforzamento del sistema messo in atto attraverso una rinnovata rete normativa che ne indirizzi la compiuta, voluta, funzionale relazione nei confronti dell'intero sistema economico regionale. E' necessario passare dalla costituzione del sistema alla creazione di un nuovo "eco-sistema" come lo definiscono i sociologi, un sistema fatto di tanti sistemi, che punti alla sostenibilità dei processi innovativi trasformando l'azione delle ICC (Industrie Culturali e Creative) in un reale, concreto, semplice ed efficace motore dello sviluppo economico regionale.

³³ <http://www.piiilculturapuglia.it/>

³⁴ <http://www.piiilculturapuglia.it/>

Le Imprese Culturali e Creative devono rispondere opportunamente al fabbisogno di nuove competenze attraverso la creazione di reti con la formazione accademica e di sinergie con la formazione professionale affidata ai privati: azioni che possono realizzarsi a partire da un preventivo monitoraggio del fabbisogno formativo. Il nuovo mercato globale del lavoro necessita di un miglioramento accurato e sistematico delle competenze, modernizzando il mercato occupazionale e conciliando meglio offerta e domanda, con particolare riferimento al mercato del lavoro giovanile.

2.3 L'Industria turistica e i beni culturali in Puglia. Conservazione e utilizzo dell'ICT per un uso innovativo del patrimonio culturale come nuova leva di crescita economica

Le nuove tecnologie multimediali³⁵ dell'Information and Communication Technology, denominate in seguito ICT stanno sperimentando strumenti di comunicazione e di divulgazione impensabili fino a pochi anni fa, "used to bridge over distance"³⁶. Per l'enorme impatto su ogni aspetto della società le ICT vengono ormai necessariamente considerate come un indicatore di capitale culturale. L'applicazione della multimedialità anche al settore dei beni culturali non va interpretata come un'alterazione o uno snaturamento ma come "un'opportunità di estendere la fruibilità superando i confini geografici per arrivare alle ricchezze dell'arte laddove non si potrebbe arrivare con i canali tradizionali", dal momento che la multimedialità può consentire "una comunicazione 'attiva' intensa e rivelatrice rispetto alla passiva azione di 'guardare' soltanto"³⁷. Negli ultimi anni pure i musei hanno cominciato a confrontarsi sempre di più con le ICT ma questo confronto, per essere fruttuoso, deve tuttavia essere pianificato alla luce di scelte strategiche lungimiranti. I musei possono sfruttare queste tecnologie per 'liberarsi' e migliorare la accessibilità, la comunicazione e la comprensione delle proprie collezioni ed esposizioni, instaurando un fitto dialogo tra la struttura museale e l'oggetto esposto da un lato ed il visitatore dall'altro. A questo scopo si rivelano utilissime le più disparate soluzioni tecnologiche: dalle audioguide agli schermi touch screen, dai percorsi interattivi a dispositivi portatili come i palmari, da Internet alle visite virtuali, per arrivare fino alle sperimentazioni dirette e alle installazioni interattive, come accade in numerosi musei artistici e scientifici, nei quali "new technologies have been used to create new forms of exhibit and exhibition"

Il concetto di bene culturale è oggi in una fase di cambiamento ed evoluzione. Il valore attribuito comincia a dipendere in qualche modo dal grado di fruizione che è capace di ottenere da parte di un pubblico di utenti. Il valore del patrimonio culturale, sia esso storico, artistico, archeologico o paesaggistico oggi è dunque sempre più legato al grado di fruizione che si riesce a conferirgli.

Al contempo il mondo contemporaneo e la vita nei suoi aspetti più quotidiani sono stati negli ultimi 10-15 anni completamente rivoluzionati da tecnologie che, in maniera estremamente rapida, hanno saputo radicarsi in ogni fascia di utenza e di benessere fino a modificare comportamenti ed abitudini.

L'uso quotidiano di smartphone e tablet per operazioni più eterogenee sta facendo diventare questi oggetti parte integrante della quotidianità di un numero sempre maggiore di utenti.

L'utilizzo di questi dispositivi non è inoltre più relegato solo all'ambito lavorativo o specialistico ma diventa uso comune anche per i momenti di svago, di vacanza e di intrattenimento.

L'intero sistema di comunicazione interpersonale in pochi anni ha subito dunque un mutamento ed un ampliamento di enormi proporzioni: telefonate e messaggi passano attraverso quasi esclusivamente la rete con una immediatezza impensabile fino a pochi anni fa.

La stessa ricerca di informazioni passa in un suo primo stadio attraverso la rete, sia che si tratti di servizi, come ristoranti o alberghi, sia che si tratti di informazioni storiche o culturali. Le stesse

³⁵ Per multimedialità dobbiamo intendere: "la possibilità di produrre e di ricevere informazione e di comunicare attraverso testi scritti, voci, musica, immagini o grafica, utilizzando lo stesso supporto fisico o gli stessi canali di trasmissione" (Bertuglia et alii 1999, p. 156). Si possono, quindi, trovare media differenti: se almeno due di questi elementi sono presenti, allora il documento può essere definito multimediale

³⁶ Licoppe - Smoreida 2006, p. 296-.

³⁷ Cataldo - Paraventi 2007, p. 251.

mappe e guide legate al turismo stanno adattandosi poco a poco ad una fruizione online da affiancare ad una più tradizionale consultazione cartacea.

Uno stadio ancora più estremo si profila, nel quale, grazie a tecnologie come la realtà aumentata, non è più l'utente a cercare le informazioni legate ad un luogo, ma sono queste che si propongono a lui a seconda del posto o dell'oggetto al quale si trova di fronte.

Tutti questi cambiamenti impongono una riflessione sulle modalità di accesso e di proposta delle informazioni legate ai beni culturali; è necessario predisporre tecniche e tecnologie al passo con i tempi che possano non sostituire ma affiancare le metodologie già presenti.

I tipi di utenza non sono infatti semplicemente mutati in un processo dove l'utenza legata all'uso di tecnologie scalza e rimpiazza un tipo di utenza più tradizionale; al contrario queste due realtà convivono parallelamente ed in tal senso vanno affrontate.

Si possono scorgere almeno tre indirizzi all'interno dell'ambito della valorizzazione dei beni culturali mediante le tecniche di ICT; queste non sono ancora nettamente distinte fra loro, tuttavia cominciano a proporre problematiche ed esigenze proprie, sviluppando dunque anche metodologie e soluzioni adeguate.

Il primo indirizzo nell'uso delle tecnologie informatiche per la valorizzazione del patrimonio culturale è di tipo comunicativo: questo mira semplicemente a presentare in maniera narrativa ed espositiva uno studio o una serie di contenuti ad un pubblico ampio e variegato per mezzo di tecnologie e dispositivi audio-video come gli smartphone ed i tablet. Ne sono un esempio le mostre o esposizioni che fanno uso di sistemi mobili per una maggiore comprensione ed approfondimento dei temi trattati.

Un secondo indirizzo prevede un intento didattico: generalmente le applicazioni culturali tecnologiche con questo specifico indirizzo prevedono un pubblico definito (scolari di vari gradi di istruzione) ed hanno dunque una struttura ed un linguaggio estremamente organizzati. Attraverso sistemi mobili, ricostruzioni tridimensionali interattive ed ambienti immersivi il processo cognitivo viene arricchito di contenuti visivi in realtà virtuale ed aumentata, usati come mezzo privilegiato per presentare anche visivamente concetti e situazioni storiche.

Il terzo indirizzo è quello che negli ultimi tempi sta sicuramente attirando maggiore interesse, sia in fase di sviluppo che di fruizione ed è l'ambito del turismo culturale. L'uso delle tecnologie in questo campo prevede un uso sempre maggiore di device mobili per poter consultare la storia di un territorio e dei suoi beni direttamente in loco, usando un sistema che fonde dati geografici con informazioni di tipo storico e culturale.

2.4 Le tecnologie per la fruizione³⁸

Le tecnologie ad oggi maggiormente utilizzate per la fruizione del patrimonio culturale si possono sintetizzare in: siti e portali dinamici, social network; app per dispositivi mobili; ricostruzioni virtuali, semplici ed interattive; realtà aumentata.

Queste tecnologie non sono tra loro isolate, al contrario si trovano spesso incrociate in un sistema di interazione reciproca che porta ad esempio a trovare una stessa ricostruzione virtuale all'interno di un sito consultabile via web, all'interno di un'app per tablet o ancora come contenuto attivabile per mezzo di realtà aumentata. La stessa realtà aumentata trova la sua naturale collocazione nell'uso tramite device mobili, sfruttando la camera presente in ognuno di essi.

Uno dei vantaggi del dato digitale risiede proprio nella modularità del dato, che può essere reimpiegato con adattamenti minimi a diversi scopi e strumentazioni.

I siti dinamici (web 2.0) permettono una continua interazione degli utenti, i quali possono registrarsi, commentare, alle volte scrivere articoli, caricare immagini e altro ancora. I vari social network ne rappresentano un esempio; questo tipo di coinvolgimento del fruitore, la relativa facilità di creazione e mantenimento di queste piattaforme insieme alla larghissima diffusione tra gli internauti ha fatto in modo che molte istituzioni, soprattutto museali, abbiano aperto dei canali web appositi così da permettere al visitatore di poter interagire in maniera diretta raccontando o commentando la propria esperienza per condividerla con i propri contatti. Questo ha portato ad un

³⁸

<http://storiaefuturo.eu/didattica-e-turismo-2-0-nuove-tecnologie-per-la-divulgazione-del-patrimonio-culturale/>

incremento medio delle visite dirette presso i locali del museo in virtù anche di speciali iniziative rivolte proprio agli utilizzatori di social network.

Le applicazioni per sistemi mobili (generalmente iPhone, iPad e sistemi Android) sono una tecnologia ancora in fase di evoluzione nonostante la sempre maggiore diffusione in ogni ambito. Rispetto al sito dinamico presentano un approccio più complesso nella progettazione; creare una applicazione infatti prevede la conoscenza di linguaggi di programmazione nativi (objective-C per i dispositivi Apple o Java per Android) a seconda delle diverse piattaforme di destinazione. Questo significa che una stessa applicazione, per poter essere usata su dispositivi con sistema operativo differente, deve essere per così dire “tradotta” almeno due volte con conseguente allungamento dei tempi e lievitazione dei costi. Un procedimento che si sta affiancando è quello delle web app e ibride. In questi casi un’app viene scritta usando i linguaggi propri del web (HTML, CSS, Javascript); il prodotto sarà dunque già *cross-platform* (visibile su qualunque piattaforma) in tempi più rapidi e non necessiterà dell’apporto di esperti per ogni linguaggio nativo come per Objective-C o Java. Tuttavia, l’applicazione creata via web o ibrida non sfrutterà completamente le potenzialità a disposizione delle applicazioni native: in particolar modo l’integrazione con i dispositivi come la camera, il gps, il telefono non saranno sempre e completamente integrabili.

L’uso della grafica 3D come visualizzazione per il patrimonio culturale è uno strumento sempre più comune. Oltre a rendering fissi e filmati virtuali si stanno sviluppando inoltre una serie di tecniche di visualizzazione e fruizione di contenuti di tipo immersivo ed interattivo, come i tour virtuali. Questi ricreano degli spazi virtuali o panorami all’interno dei quali l’utente può spostarsi liberamente tra vari punti di stazionamento, guardarsi attorno a 360 gradi ed interagire con l’ambiente attivando dei punti di approfondimento che danno accesso a schede con contenuti testuali e multimediali. I tour virtuali sono, inoltre, fruibili sia su computer desktop, ossia da remoto, sia su dispositivi mobili, permettendone un uso anche “sul campo” arrivando, quindi, ad aumentare la realtà attraverso l’aggiunta di contenuti. Nati per ricreare ambienti esistenti, se uniti alla grafica 3D, è possibile utilizzarli per ricreare tour virtuali anche di ricostruzioni storiche per fasi non più esistenti.

La realtà aumentata, sebbene di antica concezione, sta ritornando profondamente attuale proprio per l’aggiornamento e la diffusione dei dispositivi che ne permettono un’usabilità molto più semplice che fino a pochi anni or sono. Lo smartphone o il tablet diventano strumenti con i quali “leggere” in maniera aumentata la realtà e la scena circostante. Il contenuto informativo viene “attivato” mediante un marker di qualche tipo che, una volta inquadrato dalla camera del dispositivo, fa partire un approfondimento sotto forma di scheda HTML, filmato, file audio ecc. La modalità più diffusa è quella che sfrutta come markers i QR code. Assimilabile come principio al codice a barre di tipo commerciale, il codice QR può essere creato senza necessità di particolari nozioni attraverso software gratuiti via web e generato a costi quasi nulli attraverso la stampa in carta semplice. Mediante software viene associato ad un codice univoco una risorsa (perlopiù web) come l’URL di una scheda museale; una volta che l’utente inquadrerà con il dispositivo il codice QR, il contenuto si attiverà automaticamente, portando le informazioni a schermo. Una nuova tecnologia che si sta affiancando al codice QR è quella che fa capo al metodo NFC (Near Field Communication). Questa si basa sul riconoscimento a distanza da parte del device di un punto sensibile associato ad un’opera; questo punto, una volta entrato nel raggio di ricezione del dispositivo, attiva in maniera automatica l’avvio del contenuto multimediale. Rispetto alla precedente tecnica la NFC non necessita di inquadrare con la fotocamera nessun marker prestampato ma l’attivazione avviene in maniera automatizzata, risultando di più semplice uso anche per una utenza meno tecnologicamente avvezzata all’uso di questi dispositivi.

2.5 Esempi di interazione tra tecnologie, didattica e turismo³⁹

I principali ambiti di applicazione dell’ICT alla fruizione del patrimonio culturale riguardano, come accennato in precedenza, il campo della comunicazione, quello didattico e quello relativo al turismo culturale. Numerosi cominciano ad essere i casi di studio, alcuni dei quali presentano in maniera particolarmente efficace un uso intelligente delle moderne tecnologie.

³⁹

<http://storiaefuturo.eu/didattica-e-turismo-2-0-nuove-tecnologie-per-la-divulgazione-del-patrimonio-culturale/>

Il primo campo prevede un tipo di comunicazione si è detto più generale, mirata a diffondere i risultati di uno studio o di una ricerca ad un pubblico ampio e non particolarmente definito. Si rivolge a diverse fasce di età di fruitori, dai giovani fino ai più anziani, e di diversa estrazione e preparazione. Si possono considerare ad esempio le mostre e le esposizioni di varia natura, artistiche ed archeologiche. In questi casi verranno fornite informazioni di base con alcuni approfondimenti, demandando poi una migliore o peggiore comprensione alla diversa preparazione di base dell'utente.

In questo campo si è visto come le tecnologie permettano un aumento della comunicatività di questi eventi. Molte realtà museali si stanno dotando di applicazioni per sistemi mobili, come smartphone o tablet per arricchire di contenuti la visita degli utenti. Oltre alle app personalizzate (Louvre, Prado solo per citarne alcuni) molti musei minori si sono dotati anche solo di sistemi basati su QRCode, più economici e veloci da predisporre.

Una condizione imprescindibile per questo sistema di navigazione multimediale è la presenza di una rete wi-fi con la quale i dispositivi possano interfacciarsi per richiamare i contenuti da visualizzare a video. È da sottolineare che, per quanto riguarda i musei, questa è già presente nella grande maggioranza dei casi.

Nell'approccio comunicativo maggiore è il coinvolgimento emotivo dell'utente e maggiori saranno le possibilità di un alto grado di soddisfazione. Le moderne tecnologie permettono diversi gradi di immersione dell'utente all'interno di un ambiente ricreato in maniera digitale come ad esempio la realtà virtuale o la visione stereoscopica del cinema 3D.

L'utilizzo di tecnologie per scopo didattico si differenzia dagli altri utilizzi per alcuni aspetti preponderanti. Il cosiddetto *Edutainment* (vocabolo nato dalla crasi dei due termini anglofoni Education e Entertainment) possiede infatti una forte vocazione paideutica rivolgendosi ad una particolare tipologia di fruitori, generalmente in età scolare. Dunque, le tecnologie in questo caso servono come mezzo facilitato per portare lo studente a compiere un percorso verso l'acquisizione di conoscenze/competenze su di un particolare tema o argomento. Il percorso educativo che viene impostato prevede, basandosi su un procedimento tipico dell'ambiente ludico, una serie di step sequenziali che una volta superati portano al raggiungimento di un obiettivo didattico.

Un caso in questo senso è rappresentato dal MediaEvo Project dell'Università di Foggia; in questo progetto è stata ricostruita la fase medievale della città di Otranto partendo da dati storici, archeologici, architettonici e territoriali. Questa viene poi utilizzata come ambiente di apprendimento a vari livelli di interazione con fini didattici; l'utente può, infatti, navigare la città più o meno liberamente decidendo di utilizzare l'ausilio di un avatar-guida virtuale che introduce la visita attraverso determinati punti di interesse. Inoltre, il sistema è stato sviluppato con una versione mobile per gestire una caccia al tesoro per la città. I punti di interesse inseriti nella ricostruzione, una volta forniti di coordinate geografiche, si interfacciano con il gps presente sugli smartphone emettendo un segnale quando l'utente si trova entro un certo raggio. Una volta raggiunto il punto, si possono consultare schede multimediali di approfondimento tematico.

Anche nel campo del turismo culturale si sta assistendo ad un uso sempre più frequente dei moderni dispositivi mobili. Le applicazioni ed i casi di studio più frequenti riguardano l'integrazione con gli strumenti di geolocalizzazione presenti nei device, sempre più precisi e in continuo miglioramento. Questo permette di sfruttare al meglio la stretta connessione che vi è fra un bene culturale ed il territorio all'interno del quale è inserito; basti pensare ai portali ed alle applicazioni mobili di Regioni ed Enti del Turismo nazionali ed internazionali, i quali propongono itinerari culturali caratterizzati da una sempre maggiore tematicità. Questi vengono proposti come elenco consultabile via web o mobile ma anche sotto forma di mappa territoriale, alla stregua di un vero e proprio webgis, sulla quale l'utente può attraverso il gps visualizzare la propria posizione e dunque calcolare percorsi ed itinerari per una visita personalizzata. Quando, poi, l'utente non si trovi all'interno del territorio da visitare, può comunque predisporre un itinerario da remoto, pronto ad essere utilizzato una volta in loco.

Proprio il concetto di personalizzazione sembra essere alla base dei presenti sviluppi delle applicazioni tecnologiche legate al turismo culturale. Le informazioni relative a luoghi, opere, architetture storiche, parchi e resti archeologici devono essere a disposizione di una utenza

estremamente variegata per genere, sesso, età, preparazione. Dunque, la segmentazione delle informazioni diventa un concetto fondamentale. Data la crescente necessità di attirare sempre maggiori utenti verso le forme di turismo culturale, la presentazione delle informazioni diventa un concetto chiave; per attirare l'attenzione e la curiosità suscitando la voglia di approfondire e sperimentare itinerari culturali di una regione o di un territorio è giocoforza cercare di adattarsi alle esigenze ed ai punti di vista dei diversi fruitori. In sostanza le informazioni contenute saranno le medesime per tutti mentre i modi, le forme ed il linguaggio varieranno a seconda della tipologia di utenza che vi accede. Una classe di scolari di scuola primaria dovrà necessariamente disporre di un linguaggio semplice, che possa con pochi passaggi spiegare alcuni concetti di base; studenti a livello universitario avranno, invece, bisogno di un linguaggio più formale e tecnico con possibilità di approfondimento. Allo stesso modo, dovrà accadere nel predisporre itinerari culturali per un appassionato od un turista generico, una famiglia od una coppia di amici. Una segmentazione corretta dovrebbe, dunque, tenere presente alcuni diversi profili di utenti medi che si prevede potranno beneficiare dell'applicazione culturale. Non si può pensare che il linguaggio di comunicazione possa essere unico per tutti.

Una caratteristica ulteriore che un'applicazione di turismo culturale dovrebbe prevedere è la connessione con la rete di servizi presenti sul territorio, a supporto degli itinerari previsti. L'integrazione con le offerte turistiche è essenziale per una corretta promozione culturale di una regione o un territorio. L'utente in questo modo può progettare, secondo le proprie esigenze, un viaggio per poter visitare le risorse culturali predisponendo già dove dormire, dove poter mangiare o rifornirsi.

I concetti esposti e gli esempi presentati non sono che una piccola finestra sul mondo della fruizione didattica e culturale che oggi appare essere in profondo cambiamento. I relativamente esigui investimenti e le attuali difficili condizioni sociopolitiche ed economiche impongono al settore di individuare forme nuove ed attuali per poter attrarre l'attenzione di un pubblico sempre maggiore.

Questo rappresenta anche una grande opportunità, quella di poter rafforzare ed espandere il legame di un pubblico non specialistico verso lo sconfinato patrimonio culturale nazionale/regionale.

2.6 Digital Library: una sfida culturale per universalizzare le ricchezze della Puglia

Il concetto di bene culturale è oggi in una fase di cambiamento ed evoluzione. Il valore attribuito comincia a dipendere in qualche modo dal grado di fruizione che è capace di ottenere da parte di un pubblico di utenti. Il valore del patrimonio culturale, sia esso storico, artistico, archeologico o paesaggistico oggi è dunque sempre più legato al grado di fruizione che si riesce a conferirgli.

Al contempo il mondo contemporaneo e la vita nei suoi aspetti più quotidiani sono stati negli ultimi 10-15 anni completamente rivoluzionati da tecnologie che, in maniera estremamente rapida, hanno saputo radicarsi in ogni fascia di utenza e di benessere fino a modificare comportamenti ed abitudini.

Già attraverso Europeana⁴⁰, la Commissione Europea ha sottolineato l'importanza di diffondere la conoscenza del patrimonio culturale in modo libero e capillare e sostenere lo sviluppo delle industrie creative attraverso il riuso dei dati pubblicati.

I materiali digitalizzati possono essere riutilizzati anche a fini commerciali, per usi educativi e istruttivi, documentari, applicazioni turistiche, giochi, strumenti di animazione e progettazione etc..

I punti di forza della DL sono:

- 1) Accessibilità – fruibile da qualsiasi tipologia di utente;
- 2) Facilità d'uso – utilizzo di sistemi evolutivi di ricerca;

⁴⁰ Il 27 ottobre 2011 la Commissione ha adottato una raccomandazione sulla digitalizzazione e la conservazione digitale. La raccomandazione invita gli Stati membri a intensificare i loro sforzi, le loro risorse e coinvolgere attori privati nella digitalizzazione del materiale culturale e renderla disponibile attraverso Europeana. La visione è quella di rendere la cultura apertamente accessibili in modo digitale, per promuovere lo scambio di idee e di informazioni.

- 3) Interoperabilità – con i sistemi analoghi di fruizione della cultura digitale (Cultura Italia, Europea, Musei d'Italia, Internet Culturale, Sistema archivistico Nazionale...);
- 4) Attualità – aggiornamenti di formazione di visualizzazione;
- 5) Open Data – amministrazione trasparente dati liberamente accessibili e riutilizzabili.

Il suo utilizzo e la navigazione risulta essere semplice ed immediata ed avviene per media, argomenti, collezione, cartografia.

Tipologie di Metadati:

- ❖ Descrittivi: per l'identificazione e il recupero degli oggetti digitali;
- ❖ Amministrativi e gestionali: per operazioni di gestione degli oggetti digitali all'interno dell'archivio;
- ❖ Strutturali: per descrivere la struttura interna dei documenti (ad esempio, introduzione, capitoli, indice di un libro) e gestire le relazioni fra le varie parti componenti gli oggetti digitali.

Il paradigma *Linked Open Data* definisce delle regole per la pubblicazione dei dati sul Web in modo che possano essere facilmente individuati, incrociati e manipolati dalle macchine indipendentemente dalla provenienza dei dati. La DI presenta i metadati sotto forma di LOD⁴¹ mentre i dati inseriti sono articolati in raggruppamenti coerenti (dataset) appartenenti alla stessa collezione

I dati, in questo senso, rappresentano il nuovo oro: diventano la base per creare la conoscenza arricchendola di valore.

L'adozione di una politica "aperta" e gratuita nella distribuzione dei dati delle risorse digitali, attraverso la filosofia dei Linked Open Data, consentirà di connettere ed esplorare le informazioni.

Gli stessi dati non saranno, quindi, isolati ma collegati ad ulteriori dati appartenenti a fonti esterne in modo da creare un contesto: una rete fatta di informazioni semanticamente rilevanti, permettendo, a chi cerca, di scoprire nuovi collegamenti.

Tutti i cittadini e i meno esperti potranno accedere facilmente alle informazioni attraverso applicazioni sviluppate da parti terze e basate sul riutilizzo dei dati stessi.

L'utente può, al tempo stesso, essere fruitore e produttore di nuovi servizi.

Il patrimonio culturale appartiene ad ogni cittadino che ha il dovere di averne cura e la sua buona condizione è strettamente connessa al livello di sensibilizzazione delle popolazioni. Il territorio pugliese presenta una molteplicità di paesaggi contraddistinti da una forte densità di presenze culturali e naturalistiche. Tali elementi identitari costituiscono un patrimonio da preservare e assumono un ruolo determinante per produrre sviluppo culturale ed economico.

Per queste ragioni, il Politecnico di Bari, la Regione Puglia, attraverso l'Assessorato alla Qualità del Territorio e InnoVaPuglia S.p.A., società controllata dall'ente Regione per la programmazione strategica a sostegno dell'innovazione ICT (Information and Communication Technology), hanno formalizzato, mediante la sottoscrizione di un protocollo, un rapporto di collaborazione finalizzato alla sua realizzazione ⁴²

2.7 Livinglabs Smart Puglia 2020: supporto alla crescita e allo sviluppo delle PMI

Il Living Lab è un nuovo paradigma nelle attività di ricerca e innovazione in ambito industriale e non solo, che consente agli utilizzatori finali – rappresentati da un gruppo di potenziali utenti e/o consumatori o dagli stessi abitanti di un'intera città, provincia o regione, - di collaborare attivamente con i progettisti nello sviluppo e nella sperimentazione dei nuovi prodotti o servizi ad essi destinati.

I Living Lab stimolano l'innovazione sociale ed organizzativa, in quanto trasferiscono la ricerca e lo sviluppo dal chiuso dei laboratori aziendali verso contesti di vita reale, dove i cittadini e gli utenti diventano essi stessi "co-sviluppatori".

⁴¹ Linked Open Data. I dati, se isolati, hanno poco valore; viceversa, il loro valore aumenta sensibilmente quando dataset differenti, prodotti e pubblicati in modo indipendente da diversi soggetti, possono essere combinati liberamente da terze parti, realizzando applicazioni innovative e per scopi non previsti.

⁴² <http://www.controcampus.it/2015/04/digital-library-collaborazione-poliba-regione-puglia-innovapuglia/>

Questo nuovo approccio si sta rapidamente affermando in molti contesti produttivi a livello internazionale consentendo, in particolare, alle piccole e medie imprese di creare sperimentazioni su scala reale in “mercati pilota” attraverso cui migliorare gli attuali prototipi e sperimentare nuove soluzioni tecnologiche.

LivingLabs SmartPuglia 2020 si inserisce, infatti, nel percorso di costruzione della Strategia regionale per la ricerca e l'innovazione basata sulla Smart Specialization per il ciclo di programmazione 2014-2020 con l'obiettivo di coinvolgere tutto il sistema innovativo regionale nella logica della quadrupla elica (amministrazioni, imprese, centri di ricerca, cittadini/utenti). La SmartPuglia è una proposta di visione prospettica finalizzata al potenziamento progressivo e collettivo di capacità di dialogo e ascolto attraverso un uso intelligente, inclusivo e sostenibile delle tecnologie. SmartPuglia individua una nuova generazione di politiche per la ricerca e l'innovazione capace di stimolare:

- ❖ il rafforzamento delle capacità competitive del sistema produttivo in grado di coniugare il saper fare e la creatività del nostro territorio con l'uso sapiente delle tecnologie;
- ❖ la valorizzazione dei talenti e delle competenze come fattore chiave del cambiamento;
- ❖ il sostegno alle emergenti sfide sociali e ambientali che richiedono politiche pubbliche più intelligenti, ovvero capaci di mettere in connessione fabbisogni del territorio e innovazioni di prodotti/servizi;
- ❖ la diffusione della digitalizzazione come acceleratore della “intelligenza” delle comunità locali e diffuse e strumento per l'open government;
- ❖ la creazione di reti lunghe di connessione per facilitare la circolazione dei saperi anche oltre la dimensione territoriale.

PARTE TERZA

Strumenti di finanziamento a livello europeo e regionale

3.1. La Strategia di Specializzazione intelligente “Smart Puglia 2020” e Agenda Digitale Puglia 2020

Il 1° agosto 2014, con la Deliberazione n. 1732, la Giunta regionale ha approvato la versione definitiva della Strategia Regionale per la Specializzazione Intelligente “Smart Puglia 2020 e dell’Agenda Digitale Puglia 2020⁴³”, richiesto dalla Commissione Europea quale condizione ex ante per l’allocazione dei fondi FESR OT 1-2-3

“Smart Puglia 2020” è un documento redatto dalla Regione Puglia e accompagnato da un intenso percorso partecipativo che ha coinvolto il partenariato socio-economico, i distretti produttivi e tecnologici, e l’eco sistema regionale della ricerca e innovazione.

Documento che descrive i principali elementi della Strategia regionale su ricerca e innovazione per il ciclo di programmazione 2014-2020, partendo dalla lettura critica di quanto è stato fatto fino ad oggi e per arrivare alla Puglia del 2020.

A valle di azioni “ponte” sperimentate nel ciclo di programmazione 2007-2013, la strategia rende sistemica una nuova generazione di politiche per la ricerca e l’innovazione capace di stimolare:

- il rafforzamento delle capacità competitive del sistema produttivo in grado di coniugare il saper fare e la creatività del nostro territorio con l’uso sapiente delle tecnologie;
- la valorizzazione dei talenti e delle competenze come fattore chiave del cambiamento;
- il sostegno alle emergenti sfide sociali e ambientali che richiedono politiche pubbliche più intelligenti, ovvero capaci di mettere in connessione fabbisogni del territorio e innovazioni di prodotti/servizi;
- a diffusione della digitalizzazione come acceleratore della “intelligenza” delle comunità locali e diffuse e strumento per l’open government;
- la creazione di reti lunghe di connessione per facilitare la circolazione dei saperi anche oltre la dimensione territoriale.

Con l’appellativo “Smart Puglia”, si fa, quindi, riferimento ad una regione capace di politiche intelligenti fra loro, che rispondano ai bisogni del futuro e che individuano, quindi, un approccio per una giovane generazione di politiche che determinano e accompagnano il processo di innovazione.

In tale contesto non poteva mancare un riferimento ai settori culturale e creativo, rinvenibile nella terza area di innovazione prioritaria individuata dalla Regione Puglia, a testimonianza del ruolo rilevante che giocano l’innovazione tecnologica e l’innovazione sociale nei settori oggetto di questo lavoro di ricerca ⁴⁴.

L’obiettivo della crescita va perseguito attraverso più impresa, più occupazione, più qualità della vita, più sviluppo. In questo contesto la Smart Puglia 2020, in unione con Agenda Digitale Puglia 2020, offre alla strategia regionale una proposta di visione prospettica che incide nelle scelte del programma operativo proponendo una stretta integrazione delle politiche “trasversali” per l’innovazione, la competitività, l’internazionalizzazione, con le politiche “verticali” dell’ambiente, dei trasporti, del welfare e della salute, del patrimonio culturale; un supporto fondamentale è costituito dalla ricerca industriale, dalla formazione del capitale umano, e dalle azioni di connessione.

Le sue azioni, inoltre, sottolineano la connessione tra gli interventi programmati con tutti i Fondi Strutturali e l’ampia gamma dei programmi europei (Horizon 2020, COSME, Erasmus+, etc.), attuando e combinando sinergie tra gli stessi⁴⁵.

3.2 Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR)

Il Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) è uno dei cinque “Fondi strutturali e d’investimento europei” (fondi SIE)⁴⁶. Secondo le regole dei fondi SIE, ogni Stato membro redige un piano

⁴³ L’Agenda Digitale della Puglia è un documento attraverso il quale la Regione Puglia, come hanno già fatto l’Europa e l’Italia, indica le tappe della prossima rivoluzione digitale made in Puglia che favorirà l’innovazione, la crescita economica e il progresso sfruttando al meglio le Tecnologie dell’informazione e della comunicazione

⁴⁴ http://www.sistema.puglia.it/SistemaPuglia/smart_puglia2020

⁴⁵ CFR: Por Puglia 2014-2020

strategico indicante i propri obiettivi e priorità d'investimento per l'utilizzo di tali fondi nel periodo 2014-2020. Una volta tenute in debito conto le osservazioni della Commissione europea, il piano diventa un "Accordo di partenariato". Gli Stati membri devono inoltre stilare "Programmi operativi" che traducono le priorità elencate nell'Accordo di partenariato in azioni concrete. I "Programmi operativi" (PO) sono attuati dalle Autorità di gestione istituite dagli Stati membri (a livello nazionale, regionale o altro).

Il FESR mira a rafforzare la coesione economica e sociale nell'Unione europea correggendo gli squilibri tra le regioni. Può fornire un sostegno fondamentale per migliorare la competitività e la qualità del turismo a livello regionale e locale, in particolare nelle aree in declino industriale o rurale o in quelle in cui sia in corso un processo di riqualificazione urbana.

Il FESR non sostiene solo i programmi regionali e nazionali negli Stati membri. Finanzia anche la "Cooperazione territoriale europea" (CTE) in cui rientrano i programmi di cooperazione transfrontaliera (noti come Interreg A)⁴⁷ i programmi di cooperazione transnazionale (noti come Interreg B, fra regioni di diversi Stati membri dell'UE – cfr. di seguito) e i programmi di cooperazione interregionale (noti come Interreg C, che operano a livello paneuropeo). La CTE può inoltre contribuire alle "strategie macroregionali".

3.2.1 Programma Operativo FESR Puglia 2014-2020 – Asse I “Ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione”

l'Asse I (OT 1) presenta una dotazione finanziaria di oltre 330 Meuro (valore espresso in termini di quota UE) che concorre all'attuazione della strategia regionale di specializzazione intelligente (Smart Puglia 2020), coerentemente con gli obiettivi di Europa 2020, con specifico riferimento alle strategie di R&S, al rafforzamento del sistema regionale dell'innovazione, agli interventi per l'innovazione ed il trasferimento tecnologico. Una parte delle risorse risulta, inoltre, funzionale a sostenere gli investimenti in ricerca e innovazione delle grandi imprese. Nell'Asse I sono, poi, previsti interventi di promozione di nuovi mercati per l'innovazione, anche riferiti ad azioni di pre-commercial public procurement e di sviluppo di ambienti di innovazione aperta.

Linee di intervento:

Sono previste sette linee di intervento:

1) Interventi di sostegno alle attività di R&S per lo sviluppo di nuove tecnologie sostenibili, di nuovi prodotti e servizi. Esempi di attività che con questa azione si intende realizzare sono mirate a sostenere progetti di R&S delle imprese operanti in Puglia con riferimento sia alle PMI che a quelle di grande dimensione e/o di aggregazioni pubblico private: tali progetti potranno essere predisposti in forma singola, oppure nell'ambito di più ampi e articolati progetti integrati di investimento che associano investimenti materiali e immateriali. Il sostegno agli investimenti di R&S punta pertanto a conseguire significativi risultati quali:

- aggregare competenze sia tra imprese interessate a promuovere programmi congiunti di ricerca, sia tra imprese e organismi specializzati in grado di mettere a disposizione adeguate capacità ed esperienze specialistiche;
- individuare soluzioni tecnologiche innovative che sostengono l'innovazione industriale salvaguardando allo stesso tempo l'ambiente e producendo impatti positivi su di esso (eco innovazione);

⁴⁶ Elenco dei fondi SIE: Fondo europeo di sviluppo regionale, Fondo sociale europeo, Fondo di coesione, Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale, Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca.

⁴⁷ Lo scopo principale della cooperazione transfrontaliera è ridurre gli effetti negativi delle frontiere in quanto barriere amministrative, giuridiche e fisiche, affrontare problematiche comuni e sfruttare le potenzialità inutilizzate. Esistono programmi fra Stati membri che condividono una frontiera interna dell'UE (ad es., la zona transfrontaliera fra Bulgaria e Romania) o concernenti un territorio alle frontiere esterne dell'UE (con paesi candidati o potenziali candidati, cofinanziati dallo "Strumento di assistenza preadesione", o con paesi partner, cofinanziati dallo "Strumento europeo di vicinato").

- sostenere la diffusione della cultura della ricerca e dell'innovazione quale fattore prioritario di competitività del sistema produttivo regionale, sia nelle attività ad elevata intensità di conoscenza, sia nei settori maturi.

Le tipologie di beneficiari sono grandi, piccole e medie imprese.

2) Interventi di sostegno alla valorizzazione economica dell'innovazione e dell'industrializzazione dei risultati della ricerca. Esempi di attività da realizzare sono:

- investimenti in attivi immateriali integrati con investimenti in ricerca e sviluppo per l'acquisizione di servizi per grandi imprese. Le grandi imprese sono finanziabili nella fase di industrializzazione laddove questa sia riferibile allo sfruttamento di tecnologie o soluzioni innovative nei processi, nei prodotti/servizi e nelle formule organizzative. Coerentemente con gli orientamenti comunitari sulla necessità di aumentare il contributo dell'industria europea alla formazione del valore aggiunto complessivo, con questa linea di azione si interviene per rafforzare ulteriormente la creazione di un contesto territoriale più favorevole alla crescita e allo sviluppo economico e occupazionale dell'industria manifatturiera pugliese, a partire dalle ricadute che gli investimenti delle imprese di maggiore dimensione sono in grado di generare sia sul fronte occupazionale in modo diretto, sia per quanto concerne i processi di innovazione e di specializzazione intelligente del sistema di indotto di PMI locali, cui si aggiunge il contributo alla crescita complessiva dei livelli di produttività e di reddito.

Le tipologie di beneficiari sono grandi imprese.

3) Interventi per l'innovazione e l'avanzamento tecnologico delle imprese. Esempi di attività da realizzare sono:

a) sostegno per l'acquisto di servizi per l'innovazione tecnologica, strategica, organizzativa e commerciale delle imprese. Con questa azione si intende perseguire un duplice obiettivo:

- supportare la domanda di innovazione da parte delle imprese attraverso l'acquisizione di servizi qualificati per l'implementazione di processi virtuosi e non occasionali, anche in un'ottica di innovazione organizzativa con riferimento agli orari di lavoro per una maggiore conciliazione vita-lavoro e flessibilità produttiva funzionali ad un incremento effettivo di innovazione, misurabile non solo a livello locale ma anche internazionale;
- contribuire alla razionalizzazione e alla qualificazione dell'offerta di servizi lungo tutto il ciclo di vita dell'innovazione. I servizi devono consentire alle imprese di creare, assorbire e condurre sul mercato conoscenza.

b) Sostegno all'avanzamento tecnologico delle imprese attraverso il finanziamento di linee pilota e azioni di validazione precoce dei prodotti e di dimostrazione su larga scala

4) Interventi di promozione di nuovi mercati per l'innovazione

Esempi di attività che si intendono attivare sono:

a) supporto agli appalti pubblici di innovazione (pre-commercial procurement, procurement dell'innovazione e innovation partnership);

b) supporto alla generazione di soluzioni innovative a specifici problemi di rilevanza sociale (Living labs).

L'azione mira alla creazione di un ecosistema aperto dove sperimentare insieme un nuovo approccio alle attività di ricerca in cui Ricercatori, imprese e cittadini, scambiano fabbisogni, idee e conoscenze, progettano insieme e sperimentano soluzioni tecnologiche innovative, funzionali alla risoluzioni di problemi esistenti.

I Living Labs stimolano l'innovazione sociale e organizzativa, in quanto trasferiscono la ricerca e sviluppo dal chiuso dei laboratori aziendali verso contesti di vita reale, dove i cittadini e gli utenti diventano essi stessi "co-sviluppatori" di soluzioni innovative.

c) supporto alle imprese operanti nel settore dei servizi ad alta intensità di conoscenza.

Le tipologie di beneficiari delle suddette azioni sono: imprese, organismi di ricerca, Enti locali e associazioni socioeconomiche

5) Interventi per la creazione e il consolidamento di start up innovative

L'azione garantirà, il supporto alla concretizzazione e alla valorizzazione di idee innovative di business anche attraverso incubatori, acceleratori, Fablab e makerspace;
Le tipologie di beneficiari a cui è rivolta l'azione sono imprese, università, enti pubblici di ricerca, associazioni socio-economiche.

6) Interventi per il rafforzamento del sistema innovativo regionale e nazionale e incremento della collaborazione tra imprese e strutture di ricerca e il loro potenziamento.

Nell'azione si intende realizzare:

- promozione di cluster ad alta intensità di ricerca per stimolare l'attività innovativa promuovendo la condivisione di strutture e di scambio di conoscenze e competenze e per contribuire efficacemente al trasferimento di conoscenze, networking, alla diffusione di informazioni e alla collaborazione tra le imprese e le altre organizzazioni nel cluster, e sostegno alle loro connessioni a livello nazionale ed europeo;
- sostegno alle sinergie tra i vari programmi comunitari di tipo diretto (H2020, etc.) e i fondi SIE: nel caso di singole PMI, potranno essere attivate misure rivolte al sostegno di studi di fattibilità finalizzati alla partecipazione alle call europee a condizione che queste ultime siano sottoposte e ammesse, anche se non finanziate.

7) Interventi di sostegno alle infrastrutture della ricerca del sistema regionale

L'azione mira a stimolare l'impiego e lo sviluppo delle infrastrutture di ricerca regionali in modo sinergico e complementare con i piani nazionali ed europei.

L'azione considera come principali beneficiari le infrastrutture di ricerca, i laboratori privati di ricerca, le imprese, gli organismi di ricerca e le aggregazioni pubblico private.

3.2.2 Programma Operativo FESR Puglia 2014-2020 – Asse II “Migliorare l'accesso, l'impiego e la qualità delle TIC”

Le risorse dell' Asse II (OT 2) risultano pari a circa 136 Meuro e sono programmate per consentire l'attuazione dell'Agenda digitale regionale, con specifico riferimento sia alla diffusione delle reti a banda ultra larga, sia allo sviluppo di servizi digitali della PA a favore di cittadini ed imprese.

Sono previste tre linee di intervento:

1) Interventi per la riduzione dei divari digitali nei territori e diffusione di connettività in banda ultra larga.

Le tipologie di beneficiari sono enti locali e imprese.

2) Interventi per la digitalizzazione dei processi amministrativi e diffusione di servizi digitali della PA a cittadini e imprese

Per quanto concerne il turismo e i beni culturali, si intende agire su due livelli: il primo nella direzione dello sviluppo e implementazione di nuovi modelli di fruizione e di gestione coordinata dell'offerta turistica attraverso la sperimentazione delle tecnologie dell'Internet delle cose (IOT) e della virtualizzazione del patrimonio culturale; il secondo relativo allo sviluppo e all'implementazione di nuovi modelli per il supporto della fruizione in loco, finalizzati a fornire al turista, sia esso disabile, sia esso genitore con bambini piccoli, le condizioni per usufruire a pieno del diritto di vivere un'esperienza completa, inclusiva, immersiva e partecipativa (Destination Management).

3) Interventi per il potenziamento della domanda di ICT dei cittadini e imprese in termini di utilizzo dei servizi on line, inclusione digitale e partecipazione in rete.

Esempi di attività da realizzare sono le seguenti:

- Sensibilizzazione all'uso e alla sperimentazione della banda larga e ultra larga presso cittadini e imprese: si intende promuovere i vantaggi dell'uso della banda ultra larga presso

i diversi segmenti di utenza ed evidenziandone per ciascuno i vantaggi ottenibili vantaggi dal punto di vista sociale ed economico;

- Sviluppo di punti di accesso e laboratori per le smart community e la cittadinanza digitale: si intende attivare interventi volti sia a contrastare il divario digitale di base e sia a rendere i cittadini, in particolare quelli rientranti nelle fasce giovanili e svantaggiare, attori della vita civile e motori di innovazione anche attraverso forme di servizio civile digitale. L'azione sarà realizzata su due fronti: il potenziamento dei punti di accesso fisico alla rete e ai servizi digitali e di comunicazione da essa messi a disposizione e lo sviluppo di luoghi fisici e virtuali di condivisione, democrazia partecipata, co-progettazione, co-design, co-working, per la crescita sostenibile del territorio;
- Smart Cultural Objects a supporto della Didattica 2.0: si tratta di interventi per lo sviluppo e l'implementazione di nuovi modelli di apprendimento nell'ambito dei beni culturali basati sulla rete degli Smart Cultural Objects, finalizzati a offrire percorsi formativi caratterizzati da modularità, adattabilità, adattività e componibilità;
- Living lab per lo sviluppo delle applicazioni e i servizi basati sugli open data: si tratta di laboratori volti a promuovere nuove iniziative imprenditoriali e nuovi mercati per l'innovazione per lo sviluppo di app e servizi (market place), in ambiente open source, e basati sul patrimonio informativo della PA. In tal senso si privilegeranno iniziative operanti nell'ambito della più complessiva programmazione 2014 – 2020 con particolare riferimento alle smart cities & communities e smart specialization regionale.
- *Open data e cittadino digitale*: si tratta di interventi che, anche attraverso iniziative di co-progettazione, co-design, co-working, coinvolgano i cittadini quali fornitori di feed-back sui dati, produttori di nuovi dati e contenuti, agenti di cambiamento della PA nell'ottica di una democrazia partecipativa.

Le tipologie di beneficiari interessati sono: Regione Puglia, Amministrazioni pubbliche, Imprese, Organismi di ricerca e Associazioni socioeconomiche.

3.2.3 Programma Operativo FESR Puglia 2014-2020 – Asse III “competitività delle piccole e medie imprese”

L'Asse III (OT3) presenta una dotazione finanziaria di circa 559 Meuro funzionale all'implementazione della politica industriale regionale specificamente rivolta al sostegno dell'innovazione delle piccole e medie imprese e dei sistemi produttivi, così come alla creazione di nuove iniziative imprenditoriali, coerentemente con la Smart Puglia 2020 regionale e con gli obiettivi di Europa 2020 in tema di aumento dei livelli occupazionali. Tale politica viene attuata anche attraverso il ricorso a strumenti di ingegneria finanziaria aventi l'obiettivo di sostenere l'accesso delle PMI al mercato dei capitali in una fase particolarmente critica dal punto di vista dell'accesso al credito. A tale riguardo si prevede l'attivazione di alcune azioni nel campo della finanza innovativa e degli strumenti del capitale di rischio. Una parte dell'Asse è, inoltre, rivolta al sostegno dei processi di allargamento dei mercati esteri delle imprese, sia sul versante delle manifestazioni promozionali, sia per quanto concerne lo sviluppo di progetti di internazionalizzazione.

Sono previste otto linee di intervento:

1) Interventi per il rilancio e la propensione agli investimenti del sistema produttivo;

2) interventi di diffusione e rafforzamento delle attività economiche a contenuto sociale;
Le tipologie di beneficiari sono: Micro, piccole e medie imprese, associazioni.

3) Interventi per il sostegno agli investimenti delle imprese turistiche

Esempi di attività da realizzare:

- Con questa linea si vuole sostenere la competitività delle imprese nelle destinazioni turistiche, attraverso interventi di qualificazione dell'offerta e innovazione di

prodotto/servizio, strategica ed organizzativa. L'azione concerne aiuti agli investimenti inattivi materiali ed immateriali per l'ampliamento, l'ammodernamento e la ristrutturazione delle piccole e medie imprese turistico-alberghiere in forma singola o associata. Quest'azione vedrà un alto livello di coordinamento con le azioni previste dal FSE con particolare riferimento al rafforzamento delle competenze.

Le tipologie di beneficiari sono PMI.

4) Interventi di sostegno alle imprese delle filiere culturali, turistiche, creative e dello spettacolo

Esempi di attività da realizzare sono le seguenti:

- Supporto allo sviluppo di prodotti e servizi complementari alla valorizzazione di identificati attrattori culturali e naturali del territorio, anche attraverso l'integrazione tra imprese delle filiere culturali, turistiche, creative e dello spettacolo;
- Sostegno a processi di aggregazione e integrazione tra imprese (ad esempio, reti di imprese) nella costruzione di un prodotto integrato nelle destinazioni turistiche (anche sperimentando modelli innovativi, quali, ad esempio, dynamic packaging, marketing networking, tourism information system, customer relationship management);
- Sostegno agli investimenti in promo-commercializzazione dei prodotti turistici regionali identificati per target di domanda e segmento di mercato, realizzate da reti di impresa, coerenti con la strategia complessiva del marketing della destinazione turistica Puglia, attraverso sia il processo di riconoscimento delle aggregazioni rappresentative delle singole filiere di prodotto (ad esempio, club di prodotto) sia sistemi di aiuto alle forme aggregative con particolare riferimento agli investimenti promozionali e di vendita innovativi sui mercati internazionali e sui più moderni canali di commercializzazione del turismo internazionale ed anche sistemi di aiuto alla gestione in comune dei servizi connessi ai bisogni del target di riferimento del prodotto turistico⁴⁸.

Le tipologie di beneficiari sono le imprese.

5) Interventi di rafforzamento del livello di internazionalizzazione dei sistemi produttivi;

Le tipologie di beneficiari sono PMI e Regione Puglia.

6) Interventi di supporto alla nascita e consolidamento di micro, piccole e medie imprese;

Le tipologie di beneficiari sono piccole e medie imprese e soggetti appartenenti a categorie svantaggiate.

7) Interventi di supporto a soluzioni ICT nei processi produttivi delle PMI;

8) Interventi di miglioramento dell'accesso al credito e di finanza innovativa.

Esempi di attività da realizzare sono le seguenti:

- Potenziamento del sistema delle garanzie pubbliche per l'espansione del credito;
- Promozione della finanza obbligazionaria innovativa delle PMI pugliesi;
- Contributo allo sviluppo del mercato dei fondi di capitale di rischio per la creazione e lo sviluppo d'impresa.

Le tipologie di beneficiari sono gli Organismi gestori degli strumenti finanziari.

3.2.4 Programma Operativo FESR Puglia 2014-2020 – Asse VI “Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali”

Le risorse dell'Asse VI (OT6), pari a circa 571 Meuro, sono rivolte alla valorizzazione delle risorse ambientali e culturali. In particolare si interviene per soddisfare alcuni fabbisogni strutturali in tema di gestione ottimale delle risorse idriche e dei rifiuti, intervenendo sui sistemi della depurazione,

⁴⁸ Tali interventi risultano complementari con gli obiettivi del pilastro 4 “Turismo sostenibile” della strategia EUSAIR che, nell'ambito delle iniziative per migliorare la qualità e la sostenibilità dell'offerta, promuove azioni di cooperazione pubblico/privata ed azioni di networking delle filiere del turismo sostenibile

così come della tutela e della riduzione delle perdite, nonché sostenendo i migliori modelli e strumenti per aumentare la percentuale di raccolta differenziata dei rifiuti.

Le risorse dell'Asse sono messe a disposizione anche delle politiche per la valorizzazione culturale e del turismo agendo in particolare sul versante della qualità dell'offerta di servizi. In particolare sono promossi prodotti turistici coerenti con la realtà regionale e con le sue potenzialità territoriali, anche attraverso la promozione di sistemi turistici locali e "club di prodotto" connotati da specializzazioni tematiche e territoriali. Costituisce parte integrante di questa strategia l'estensione e la diversificazione delle filiere dell'industria culturale e creativa, al fine di determinare impatti rilevanti e spill-over territoriali nei processi di generazione produttiva e di trasformazione sociale. La dotazione FESR dedicata all'implementazione del PAF pari a circa 16 Meuro sarà integrata da risorse nell'ambito del FEASR e del FEAMP⁴⁹.

Sono previste otto linee di intervento

1) Interventi per l'ottimizzazione della gestione dei rifiuti urbani;

Le tipologie di beneficiari sono: ARO – Comuni in forma singola o associata.

2) Interventi per la bonifica di aree inquinate;

3) Interventi di miglioramento del servizio idrico integrato per usi civili e riduzione delle perdite di rete di acquedotto;

4) Interventi per il mantenimento e miglioramento della qualità dei corpi idrici;

5) Interventi per la tutela e la valorizzazione della biodiversità terrestre e marina;

6.1) Conservare, proteggere, promuovere e sviluppare il patrimonio naturale e culturale⁵⁰;

⁴⁹ Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e la Pesca

⁵⁰ specifico RA 6.6

Migliorare le condizioni e gli standard di offerta e fruizione del patrimonio nelle aree di attrazione naturale

Risultato Atteso :

Si intende migliorare la qualità ambientale e paesaggistica del territorio con riferimento al vigente Piano Paesaggistico Territoriale Regionale (PPTR) che, tra l'altro, individua specifici progetti strategici per la riqualificazione e valorizzazione delle aree costiere, la costituzione della rete ecologica regionale, la fruizione lenta dei paesaggi, la valorizzazione delle aree rurali e del loro rapporto con i centri urbani. In coerenza con quanto indicato dal Piano Paesaggistico Territoriale Regionale (PPTR), nonché dal PAF (Prioritized Action Framework) per la rete Natura 2000, si intendono realizzare interventi che mirano a tutelare e salvaguardare le aree di pregio naturalistico e paesaggistico presenti in quantità rilevante lungo la costa e in alcune aree interne, anche attraverso la creazione di sistemi e servizi innovativi di fruizione delle risorse e le attività formative indispensabili per elevare le competenze e qualificare il capitale umano (Asse 8). L'obiettivo è quello di salvaguardare e valorizzare le aree identificate di maggior pregio naturalistico presenti lungo la costa, prevedendo ove necessario interventi di riqualificazione e interventi ricostruttivi con metodi e tecniche dell'ingegneria naturalistica e dell'architettura del paesaggio. Creare un sistema costiero di spazi aperti ad alto grado di naturalità per il potenziamento della resilienza ecologica dell'ecotono costiero, e per il potenziamento delle connessioni e della connettività ecologica tra costa ed entroterra. Una parte consistente dei paesaggi costieri è stata oggetto di attività edilizie stratificatesi negli anni, per questo motivo si prevedono azioni per la riqualificazione ecologicamente orientata dei paesaggi costieri di recente formazione. Nel caso dei fronti mare occupati da insediamenti o piattaforme a prevalente specializzazione residenziale turistico-ricettiva, si rendono necessari progetti che puntino a migliorarne la qualità ecologica, paesaggistica, urbana e architettonica anche al fine di qualificare l'offerta turistico-ricettiva e la dotazione di spazi collettivi. Si dovrà inoltre procedere alla riduzione della pressione insediativa sugli ecosistemi costieri attraverso la rimozione dei detrattori di qualità paesaggistica e il successivo ripristino naturalistico, ivi compresa la delocalizzazione di infrastrutture a rete e spazi annessi, al fine di decomprimere il sistema ambientale costiero con particolare riferimento alla costa bassa, con effetti positivi, da un lato, sul fenomeno della erosione costiera, e, dall'altro, sul sistema delle attività turistico-balneari. Per quanto attiene nello specifico al rapporto fra centri urbani e campagna, in aree tutelate o in prossimità di esse (aree parco o paesaggi tutelati), si procederà alla tutela e valorizzazione delle componenti e delle relazioni funzionali, storiche, visive, culturali, simboliche ed ecologiche che caratterizzano le strutture paesaggistiche di lunga durata (cfr. PPTR); alla riqualificazione dei margini lungo i viali storici di accesso ai centri urbani, attraverso la regolamentazione unitaria dei manufatti e/o la tutela degli elementi presenti lungo i viali storici di accesso che rappresentano quinte visive di pregio (filari alberati, ville periurbane). Dovranno altresì essere salvaguardate l'integrità, le trame e i mosaici culturali dei territori rurali di interesse paesaggistico, con particolare riguardo, per es. ai pascoli rocciosi dell'altopiano murgiano o garganico; alle colture cerealicole in corrispondenza delle lame; ai paesaggi delle quotizzazioni ottocentesche; alla valorizzazione dell'edilizia e dei manufatti rurali storici diffusi e al loro contesto di riferimento. Dovranno essere promosse al contempo azioni di conoscenza e comunicazione e produzione di specifiche rappresentazioni dei valori paesaggistici descritti per ambito di riferimento, anche al fine di incrementarne la consapevolezza sociale e limitare le alterazioni.

3.2.5 (6.6) Interventi per la valorizzazione e fruizione del patrimonio naturale.

Esempi di attività che si intendono realizzare sono:

Interventi per la tutela e la valorizzazione di aree di attrazione naturale di rilevanza strategica con particolare riferimento a⁵¹:

- riqualificazione e ricostruzione di paesaggi degradati con metodi e tecniche dell'ingegneria naturalistica e dell'architettura del paesaggio;
- creazione di spazi aperti ad alto grado di naturalità per il potenziamento della resilienza ecologica dell'ecotono costiero (ripristino dei sistemi naturali di difesa dall'erosione e dall'intrusione salina e dei meccanismi naturali di ripascimento degli arenili);
- interventi di potenziamento delle connessioni naturalistiche e della connettività ecologica tra costa ed entroterra;
- interventi di rimozione dei detrattori di qualità paesaggistica, delocalizzazione di infrastrutture a rete e spazi annessi, ripristino naturalistico;
- riqualificazione dei viali storici di accesso ai centri urbani, attraverso la regolamentazione unitaria dei manufatti e/o la tutela degli elementi di pregio (filari alberati, ville periurbane, ecc.) anche ai fini della costituzione di reti ecologiche urbane.

Sostegno alla diffusione della conoscenza e alla fruizione del patrimonio naturale attraverso la creazione di servizi e/o sistemi innovativi e l'utilizzo di tecnologie avanzate con particolare riferimento a:

- produzione di specifiche rappresentazioni dei valori paesaggistici descritti per ciascun ambito di riferimento;
- creazione di sistemi e servizi innovativi di fruizione delle risorse;
- attività divulgative indispensabili per elevare le competenze e qualificare il capitale umano e le reti degli operatori nel campo della valorizzazione naturalistica e culturale;
- elaborazione di strumenti per la regolamentazione delle attività antropiche potenzialmente impattanti su habitat o sulle popolazioni delle specie faunistiche obiettivo di conservazione;
- azioni integrate per la realizzazione di infrastrutture verdi multifunzionali e il miglioramento del microclima;
- azioni specifiche di networking e di sensibilizzazione e comunicazione su Rete Natura 2000.

Le tipologie di beneficiari sono le seguenti: Regione Puglia, Enti e Amministrazioni Pubbliche, Enti gestori delle aree protette.

3.2.6 (6.7) Interventi per la valorizzazione e la fruizione del patrimonio culturale

A) Interventi per la tutela, la valorizzazione e la messa in rete del patrimonio culturale, materiale e immateriale, nelle aree di attrazione di rilevanza strategica tale da consolidare e promuovere processi di sviluppo.

Gli esempi di attività relativi a questa azione che si intende realizzare sono riportati di seguito:

- Recupero e funzionalizzazione delle infrastrutture materiali del patrimonio culturale, secondo standard di elevata qualità nonché promuovendo il ricorso a tecnologie innovative. Il recupero consisterà, a completamento dell'azione complessiva già intrapresa in Puglia nei periodi di programmazione precedenti, in interventi di restauro, sicurezza, allestimento di strutture di servizio e altre attività, dove necessari e strettamente finalizzati alla loro valorizzazione e fruizione. Le funzionalizzazioni dei beni culturali riguarderanno la predisposizione di allestimenti e servizi strettamente necessari alla loro funzione d'uso nell'ambito dei processi di valorizzazione e fruizione. Questa attività completa e innova le

⁵¹ Questa azione si integra, in particolare per quanto attiene alle aree protette costiere e al paesaggio costiero, con le azioni di manutenzione e rinaturalizzazione di infrastrutture verdi e servizi ecosistemici, nonché con gli interventi per la riduzione del rischio idrogeologico e di erosione costiera.

politiche pregresse della Regione Puglia in questo campo, concentrandosi su luoghi e siti fortemente rappresentativi per potenzialità di sviluppo e valore identitario.

- Potenziamento strutturale dell'offerta integrata di servizi culturali e ambientali e costituzione di reti di fruizione, ad esempio attraverso la infrastrutturazione e l'allestimento di laboratori per il restauro, la digitalizzazione delle informazioni, la raccolta ed elaborazione di materiale fotografico, sonoro, etc.; l'adeguamento tecnologico del patrimonio culturale (musei, biblioteche, etc.); la realizzazione, nell'ambito della rete di poli culturali, di strutture di servizio per la fruizione destinate sia alle collettività locali (scuole, anziani, etc.) che ai turisti; l'infrastrutturazione di singoli beni per l'offerta di servizi sia culturali che per l'accoglienza (bookshop, prodotti tipici del territorio, centri di informazione e accoglienza territoriale e così via); la realizzazione, anche all'interno degli spazi recuperati, di incubatori di impresa destinati a promuovere le industrie culturali e creative collegate alla valorizzazione delle risorse culturali; l'allestimento di spazi per attività formative interdisciplinari destinate ai soggetti pubblici e privati che operano nel campo culturale e per sostenere processi di avviamento all'imprenditorialità creativa.
- Promozione di un forte orientamento alla gestione sostenibile e integrata dei beni culturali, ad esempio attraverso lo sviluppo di programmi gestionali orientati alla sostenibilità nel medio lungo periodo; l'elaborazione di servizi integrati per l'offerta culturale materiale e immateriale della rete territoriale; la progettazione e implementazione di sistemi gestionali integrati (es. card) comprendenti servizi di trasporti, attività culturali, accesso ai luoghi del patrimonio, etc.; interventi sul patrimonio culturale in grado di valorizzare il valore identitario delle comunità locali, che siano frutto di un processo di condivisione tra gli attori pubblici e privati.

B) Sostegno alla diffusione della conoscenza e alla fruizione del patrimonio culturale, materiale e immateriale, attraverso la creazione di servizi e/o sistemi innovativi e l'utilizzo di tecnologie avanzate

Gli esempi di attività relativi a questa azione che si intende realizzare sono riportati di seguito.

- Interventi per la crescita in quantità, qualità e innovatività dei sistemi, degli standard di offerta e dei servizi di fruizione e conoscenza del patrimonio culturale, ad esempio attraverso: l'applicazione presso beni e luoghi della cultura, singoli o messi in rete, di tecnologie innovative e di opportunità associate all'attuazione della smart specialization; l'aumento dell'offerta di servizi collegati agli istituti e luoghi della cultura per la creazione di presidi, all'interno dei contesti urbani; lo sviluppo nell'ambito delle strutture recuperate di servizi e prodotti destinati agli esperti (ricostruzioni in 3D, elaborazione di modelli per le analisi dei materiali, costruzione di banche dati territoriali multimediali, ecc.) e/o per il pubblico più vasto (prodotti multimediali per la diffusione della conoscenza del patrimonio locale, progettazione e realizzazione di eventi, etc.); la realizzazione nell'ambito delle strutture recuperate di "botteghe" per la produzione di prodotti tecnologicamente innovativi ma che diano conto della cultura materiale e immateriale dei territori; la creazione di poli di integrazione tra formazione e lavoro dove i responsabili della formazione (università, musei, istituzioni culturali) collaborano con il mondo delle imprese e del lavoro per proporre e sperimentare nuovi prodotti e nuove attività; la creazione di banche dati multimediali che raccolgono il saper fare territoriale e implementano processi per la formazione nel campo del recupero e tutela del patrimonio materiale tradizionale (restauratori, mastri d'ascia, ecc.); la realizzazione di servizi "family friendly" adeguati per l'accoglienza di famiglie con bimbi piccoli.
- Interventi a favore dello Spettacolo dal vivo e dell'Audiovisivo in Puglia, ad esempio attraverso: lo sviluppo e l'internazionalizzazione della filiera artistica e produttiva della musica pugliese, anche attraverso il miglioramento della circuitazione e distribuzione della cultura musicale pugliese nei mercati nazionale e internazionale, nonché il supporto alle produzioni discografiche di artisti pugliesi e/o di produzioni discografiche realizzate in Puglia; lo sviluppo e valorizzazione del Sistema del Teatro e della Danza in Puglia, attraverso la promozione della produzione, della creazione artistica, della distribuzione e della formazione del pubblico, nonché il sostegno alla diffusione nazionale e internazionale dei prodotti di questo Sistema; la valorizzazione delle eccellenze della rete dei festival e

rassegne di spettacolo dal vivo che promuovono location di particolare interesse storico, architettonico, naturalistico e paesaggistico, che siano state oggetto di intervento nell'ambito delle politiche di coesione; la valorizzazione e promozione di eventi espositivi d'arte di rilevanza nazionale e internazionale in connessione con interventi strutturali di valorizzazione di luoghi e territori promossi dalle politiche di coesione; la promozione dell'integrazione tra le imprese delle filiere culturali, turistiche, creative e dello spettacolo;

- Promozione di azioni rivolte a favorire la fruizione del patrimonio culturale audiovisivo e l'integrazione tra le imprese culturali e creative correlate; il completamento della strategia regionale di costruzione della filiera dell'audiovisivo attraverso la promozione di scambi di buone pratiche tra gli operatori del settore e la crescita delle capacità; la diffusione della conoscenza e fruizione dei poli di eccellenza della filiera dell'audiovisivo, attraverso la creazione di servizi e/o di sistemi innovativi;
- Valorizzazione e promozione anche a livello internazionale del patrimonio culturale del territorio, favorendone la diffusione e conoscenza attraverso la creazione di servizi e/o sistemi innovativi e l'utilizzo di tecnologie avanzate.

C) Supporto allo sviluppo di prodotti e servizi complementari alla valorizzazione di identificati attrattori culturali e naturali del territorio⁵².

Il risultato atteso consiste nella valorizzazione del potenziale competitivo delle destinazioni turistiche rappresentate dalle aree turisticamente rilevanti (sistemi di attrattori) della Puglia, da riposizionare nei mercati nazionali e internazionali, selezionando i target di domanda potenziale nel quadro di uno sviluppo turistico sostenibile. Questa maggiore competitività viene perseguita, più specificamente, attraverso:

- Il miglioramento dell'awareness e della reputazione del brand turistico Puglia;
- La riconoscibilità e la qualità della reputazione del brand territoriale è condizione essenziale per la competizione. Pertanto è necessario l'intervento pubblico di management del brand Puglia e del connesso marketing placement del portafoglio di prodotti turistici, puntando soprattutto ai mercati internazionali, sui quali la Puglia ha maggiore potenzialità di sviluppo, costruendo una brand image di destinazione dinamica, moderna e capace di adattarsi ai bisogni e agli interessi degli ospiti;
- Una maggiore capacità di adattamento dell'offerta alle evoluzioni della domanda moderna (tourism experiences);
- La capacità competitiva delle destinazioni, nel quadro delle continue evoluzioni del mercato turistico, non si misura più soltanto sulla consistenza degli attrattori presenti sul territorio ma sulla capacità della filiera turistica di integrare i propri elementi di offerta (adattando i servizi connessi) secondo le esigenze della domanda, in continuo mutamento e specializzazione;
- La sensibilizzazione degli operatori della filiera sulla reale domanda dei turisti verso il prodotto;

⁵² Questa attività (corrispondente all'Azione 6.7.3 dell'Accordo di Partenariato) viene finanziata nell'Asse III, linea 3.4 "Interventi di sostegno alle imprese delle filiere culturali, turistiche, creative e dello spettacolo". Per tutte le attività si darà priorità ad interventi che si integrino e/o siano complementari con le azioni del PON "Cultura e Sviluppo". Questi interventi saranno definiti nell'ambito degli Accordi Operativi di Attuazione previsti dal PON. Inoltre, quest'azione sarà coordinata con la Misura 19 "LEADER Sviluppo Locale" del Programma di Sviluppo Rurale della Puglia (PSR), in particolare nelle situazioni e nei territori in cui venga attuato il Tematismo n. 2 "Valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio". Elementi di complementarità e coerenza saranno anche assicurati con gli interventi di valorizzazione culturale della Priorità "Sviluppo Sostenibile" della Strategia EUSAIR. La Regione Puglia intende contribuire agli obiettivi specifici di EUSAIR riguardanti la diversificazione e la qualità di prodotti e servizi turistici. Le azioni riguarderanno, in coerenza con l'Action Plan di EUSAIR, il rafforzamento del patrimonio culturale della regione adriatico-ionica.

L'integrazione tra gli investimenti sul patrimonio e la promozione delle attività culturali sarà garantita attraverso la definizione di quadri di programmazione delle iniziative di valorizzazione condotte a livello regionale e territoriale. Queste programmazioni avranno il compito di garantire la coerenza e il raccordo fra gli interventi definiti a livello nazionale (in particolare nell'ambito degli Accordi Operativi di Attuazione MIBACT/Regioni previsti dal PON "Cultura e Sviluppo"), regionale e territoriale. Esse stabiliranno i contenuti delle attività di valorizzazione integrata che convergono sulle aree di attrazione culturale, per ricercare l'allineamento di fasi e modalità attuative tra programmazione nazionale, regionale e territoriale.

Le tipologie dei beneficiari dell'Azione 6.7 sono i soggetti pubblici e privati no profit responsabili della progettazione e realizzazione delle azioni di valorizzazione sul patrimonio materiale e immateriale.

- Per essere competitiva, una filiera produttiva che opera in mercati caratterizzati da rapide trasformazioni ha bisogno di accedere con facilità ai dati che riguardano le evoluzioni della domanda e condividere le strategie di destination marketing in base alle quali orientare le proprie strategie di sviluppo;
- L'ampliamento e la differenziazione del portafoglio di prodotti turistici della destinazione;
- Lo sviluppo futuro del turismo pugliese dipende dalla capacità del sistema di ampliare il proprio portafoglio di prodotti per intercettare nuovi flussi di domanda (e dunque destagionalizzare i flussi), selezionando quelli a maggior potenziale di spesa e che cercano offerte sempre più differenziate;
- Il coordinamento efficiente, dinamico e veloce dell'azione degli attori pubblici e privati delle aree turisticamente rilevanti;
- Predisporre una offerta turistica in grado di soddisfare la domanda e reggere alla competizione moderna tra le destinazioni è competenza di un'ampia platea di player territoriali, pubblici e privati, che devono organizzarsi in modo evoluto ed efficiente, in modo da incidere sulla costruzione dei prodotti turistici che il mercato richiede;
- Il miglioramento degli standard di qualità dei servizi pubblici connessi alla fruizione ed alla accessibilità degli attrattori turistici;
- La specializzazione di prodotto richiesta dal mercato ha a che fare con la qualità dei servizi connessi alla fruizione e con la loro capacità di soddisfare le esigenze di target specifici;
- Il miglioramento della cooperazione tra gli Enti pubblici interessati dalla gestione dei servizi connessi alla fruizione turistica del territorio, al fine di sviluppare efficienza ed economie di scala.
- L'efficienza dei servizi pubblici al turista incide anche sull'immagine complessiva della destinazione, innescando "racconti" positivi e contribuendo a creare e a mantenere una reputazione funzionale al posizionamento ricercato.

3.2.7 (6.8) Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche

Esempi di attività da realizzare consistono in attività di promozione e valorizzazione turistica degli attrattori culturali e naturali concentrati sulle aree turisticamente rilevanti della Puglia. Le azioni si concentreranno su prodotti turistici coerenti con la realtà regionale e con le sue potenzialità territoriali, anche attraverso la promozione di sistemi turistici locali e "club di prodotto" connotati da specializzazioni tematiche e territoriali.

Tutti gli interventi saranno concentrati nelle aree turisticamente rilevanti della Puglia, ovvero le destinazioni (quali "sistemi di attrattori") individuate dagli atti di programmazione turistica regionale, al fine di permettere un miglioramento dei prodotti turistici: Gargano e Dania (prodotti turistici prioritari: turismo attivo, turismo slow, turismo balneare); Puglia di Federico II (prodotto turistico prioritario: arte e cultura); Bari e la Costa (prodotti turistici prioritari: Meeting Incentives Conferences Events (M.I.C.E) turismo culturale, turismo balneare); Valle d'Itria (prodotti turistici prioritari: lusso ed esclusività, turismo rurale, turismo balneare); Magna Grecia, Murgia e Gravine (prodotti turistici prioritari: turismo culturale, turismo rurale, turismo balneare); Salento (prodotti turistici prioritari: turismo culturale, eventi e intrattenimento, turismo balneare).

Le azioni di "destination marketing" saranno coordinate e inquadrare all'interno di una complessiva strategia di "marketing territoriale" (che comprenda anche la promozione del made in Italy e l'attrazione degli investimenti). Le motivazioni di "acquisto" di un territorio (di una vacanza o di un viaggio d'affari, dei prodotti autoctoni, per un investimento produttivo) in gran parte coincidono e attengono ad un complesso di valori materiali e immateriali del territorio e alla capacità di quest'ultimo di rappresentarsi in modo coerente e convincente

Gli esempi di interventi che si intende attuare sono descritti di seguito:

- Interventi di promozione nei mercati intermediati (business to business), diretti ad affinare e selezionare le forme di promozione turistica in questi mercati in funzione della domanda nonché ad attivare l'incontro domanda-offerta. Saranno realizzate attività quali workshop BtoB, organizzazione e/o partecipazione a manifestazioni e borse fieristiche e iniziative settoriali di livello nazionale ed internazionale, educational tour e familiarisation trips. Queste attività sono finalizzate alla promo-commercializzazione dei prodotti turistici pugliesi

presso mercati mirati e a cogliere i nuovi trend del settore attraverso il contatto diretto con gli operatori della domanda turistica e i mediatori dei flussi internazionali;

- Interventi di comunicazione dei prodotti turistici regionali (business to consumer). Si tratta di attività quali ad esempio media planning, road show, copromotion, cobranding, produzione di contenuti e strumenti on e off line, destinate al management del brand Puglia e della sua reputazione attraverso il potenziamento dei canali di informazione, interazione e vendita a cui accedono, in particolare, i turisti “fai da te”, privilegiando tecniche di promozione segmentate e targettizzate, selezionando i segmenti di domanda a più alto potenziale di crescita sostenibile e i prodotti turistici più innovativi e differenziati. Questi interventi rispondono alle tendenze emergenti nel mercato turistico che vedono, da un lato, la crescita impetuosa dei processi di acquisto one-to-one e dei canali di vendita innovativi e diretti anche alla luce delle maggiori opportunità offerte dalle nuove tecnologie informatiche, dall'altro, l'affermarsi di nuove forme di comunicazione che permettono di aumentare la visibilità e la conoscenza della destinazione.
- Attività di coinvolgimento degli operatori della filiera (club di prodotto) per la condivisione delle strategie di promo-commercializzazione, quali ad esempio organizzazione e diffusione delle informazioni di mercato, programmi di analisi della domanda, monitoraggio della brand reputation e sistemi di ascolto della rete, sistemi di pianificazione bottom-up, creazioni di marchi di prodotto e altre misure dirette all'innovazione e innalzamento degli standard di qualità a tutela dei turisti. Queste attività sono finalizzate a dotare il sistema turistico di strumenti di analisi e monitoraggio sia per l'orientamento e la condivisione delle strategie pubbliche, che per l'adattamento e il rinnovamento dei sistemi produttivi e dei canali di distribuzione.
- Interventi di valorizzazione e potenziamento della offerta turistica regionale ed organizzazione dei Sistemi Turistici Locali. Questi interventi promuovono, negli STL, la collaborazione tra enti per l'implementazione di politiche comuni di governo dei territori quali destinazioni turistiche e il management degli attrattori culturali e naturali in un'ottica di sistema. Le azioni di valorizzazione dell'offerta agiranno, ad esempio, sull'accoglienza, l'estensione degli orari dei principali siti nei periodi di maggiore afflusso, l'innalzamento della qualità e la differenziazione dei servizi connessi alla fruizione, l'accessibilità e le informazioni sugli attrattori, la d
- definizione di percorsi tematici, il miglioramento dei servizi pubblici a disposizione dei turisti, la programmazione delle attività, etc.

Le tipologie di soggetti beneficiari sono: Regione Puglia, Enti ed Amministrazioni Pubbliche, Imprese.

3.3 PIA Turismo - Programmi Integrati di Agevolazione

Con il PIA Turismo si possono realizzare investimenti in unità locali ubicate/da ubicare nel territorio della Regione Puglia e riguardanti:

- a. la realizzazione di nuove unità produttive;
- b. l'ampliamento di unità produttive esistenti;
- c. la diversificazione della produzione di uno stabilimento esistente per ottenere prodotti mai fabbricati precedentemente;
- d. un cambiamento fondamentale del processo di produzione complessivo di un'unità produttiva esistente.

Possono richiedere l'agevolazione:

Imprese di grandi, piccole e medie dimensioni

Le istanze di accesso presentate da grandi imprese devono riguardare programmi integrati di investimento di importo complessivo dei costi ammissibili non inferiore a 3 milioni di euro e non superiore a 40 milioni di euro; Le istanze di accesso da medie imprese devono riguardare programmi integrati di investimento di importo complessivo dei costi ammissibili non inferiore a 2

milioni di euro e non superiore a 30 milioni di euro; Le istanze di accesso da piccole imprese devono riguardare programmi integrati di investimento di importo complessivo dei costi ammissibili non inferiore a 1 milione di euro e non superiore a 20 milioni di euro. Gli investimenti delle eventuali PMI aderenti all'iniziativa promossa dalla grande o dalla media impresa devono prevedere costi ammissibili non inferiori ad € 1.000.000,00.

3.4 PIN: Pugliesi Innovativi

La Regione Puglia ha approvato PIN – Pugliesi Innovativi - la nuova iniziativa dell'Assessorato alle Politiche Giovanili che intende offrire ai giovani pugliesi occasioni di apprendimento in situazione attraverso la sperimentazione di progetti imprenditoriali ad alto potenziale di sviluppo locale nei seguenti ambiti:

- Innovazione culturale (es: valorizzazione del patrimonio ambientale, culturale e artistico; turismo; sviluppo sostenibile etc.)
- Innovazione tecnologica (es: innovazioni di prodotto e di processo; media e comunicazione; nuove tecnologie etc.)
- Innovazione sociale (es: servizi per favorire l'inclusione sociale, il miglioramento della qualità della vita, l'utilizzo di beni comuni etc.)

La misura è rivolta a gruppi informali di almeno due giovani residenti in Puglia, di età compresa tra i 18 e i 35 anni, che hanno un'idea imprenditoriale innovativa e vogliono svilupparla. PIN supporta i progetti giovanili con:

Un finanziamento di entità compresa tra 10.000 e 30.000 € a fondo perduto a copertura delle spese di gestione e degli investimenti del primo anno di attività;

Una serie di servizi di supporto e rafforzamento delle competenze erogati dall'ARTI – Agenzia Regionale per la Tecnologia e l'Innovazione - e co-progettati con gli stessi giovani beneficiari.

Il bando funzionerà a sportello e ha una dotazione finanziaria pari a 10 milioni di euro, proveniente da fondi del P.O. Puglia 2014-2020 e del FSC, di cui 8 dedicati al finanziamento di progetti e 2 ai servizi di affiancamento e rafforzamento delle competenze dei partecipanti.

3.5 FONDO SOCIALE EUROPEO

Il Fondo sociale europeo (FSE) è uno dei cinque "Fondi strutturali e d'investimento europei", (Fondi SIE)

Il FSE punta in particolare al miglioramento dell'occupazione e della mobilità (e dei lavoratori), come pure del livello di qualifiche professionali nell'UE.

2. Tipo di azioni in ambito turistico ammissibili al finanziamento

Le azioni ammissibili sono elencate nei "Programmi operativi" stilati dagli Stati membri. A seconda delle scelte operate, i finanziamenti del Fondo sociale europeo possono essere utilizzati, fra le altre cose, per:

- ❖ formare i lavoratori e assistere le imprese che devono affrontare una ristrutturazione o la carenza di lavoratori qualificati;
- ❖ formare i soggetti in difficoltà e quelli appartenenti a gruppi svantaggiati perché possano acquisire migliori competenze e trovare un'occupazione migliore;

- ❖ sostenere l'apprendimento reciproco, la creazione di reti, la diffusione e la promozione di buone pratiche e metodologie nell'ambito dell'innovazione sociale.

La maggior parte delle azioni è di carattere regionale o nazionale, ma il sostegno del FSE può andare anche a favore della cooperazione interregionale e transnazionale, a seconda dell'approccio definito nei Programmi operativi.

3. Chi può presentare la candidatura nel settore del turismo?

- Tutte le persone giuridiche attive sul mercato del lavoro o nei settori dell'istruzione e della formazione (ad es., PMI, camere di commercio, sindacati, fondazioni, ONG, ecc.).

Tipo e livello di finanziamento

Il FSE eroga sovvenzioni. Tutti i progetti devono essere cofinanziati, con un contributo massimo dell'UE che va dal 50% all'85% (95% in casi eccezionali) dei costi totali del progetto, a seconda del livello di ricchezza relativa della regione ("Regioni più sviluppate", "Regioni in transizione" o "Regioni meno sviluppate"). Il livello di finanziamento varia notevolmente, a seconda del progetto e del Programma operativo. Gli esempi elencati di seguito vanno dai 50 000 ai 3 milioni di EUR.

Il FSE può anche sostenere azioni tramite strumenti finanziari, fra cui i micro crediti e i fondi di garanzia.

3.6 Horizon 2020

"Horizon 2020" è il programma quadro dell'Ue di ricerca e innovazione (2014-20).

È composto da "settori chiave" detti anche pilastri, alcuni dei quali suddivisi in sotto settori. I settori più interessanti per il turismo sono:

1. "Eccellenza scientifica"

Sottosezione MSCA ("Azione Marie Skłodowska – Curie") per lo sviluppo delle carriere e la formazione dei ricercatori, incentrata soprattutto sulle competenze innovative, in tutte le discipline tramite la mobilità a livello mondiale e intersettoriale⁵³;

2. "Leadership industriale"

Sottosezione LEIT (leadership nelle tecnologie abilitanti e industriali) che punta, fra l'altro, a una maggiore competitività dei settori culturali e creativo europei tramite la promozione dell'innovazione TIC a livello delle tecnologie delle PMI⁵⁴;

3. "Sfide per la società"

Sottosezione "l'Europa in un mondo che cambia –società inclusive, innovative e riflessive", di seguito *Società riflessive*, affronta in particolare le questioni della memoria, dell'identità, della tolleranza e del patrimonio culturale⁵⁵;

⁵³ I fondi delle "azioni Marie Skłodowska-Curie" sono destinati in particolare al sostegno di: a) "Borse di ricerca individuali" che consentono ai ricercatori di lavorare a progetti in Europa o in paesi non appartenenti all'UE; b) "Reti di formazione innovative" che offrono programmi comuni di formazione alla ricerca e/o di dottorato presso università, istituti di ricerca e organizzazioni non accademiche; e c) "Scambi di personale della ricerca e dell'innovazione," che consentono scambi fra i membri del personale, ad esempio fra il settore accademico e quello non accademico. Cfr. la Pocket guide del programma MSCA.

⁵⁴ Questa sottosezione finanzia le "Azioni innovative" e le "Azioni di coordinamento e di sostegno" d'interesse per il settore turistico. Le "Azioni innovative" dovrebbero, fra l'altro, sviluppare prodotti, strumenti, applicazioni e servizi delle TIC innovativi per i settori culturale e creativo (ad es., 3D, realtà aumentata, interfacce utente avanzate, tecnologie informatiche visive). Le proposte devono dimostrare chiaramente il loro elevato potenziale commerciale e d'innovazione. Le "azioni di coordinamento e di sostegno" sono incentrate su attività non di ricerca, come la diffusione dei risultati e la promozione dell'uso delle innovazioni guidate dalle TIC, grazie a una rete sostenibile di "moltiplicatori". Possono anche contribuire a mettere le PMI dei settori creativi in contatto con fonti di finanziamento adeguate (ad es., prestiti, capitali di rischio, investimenti dei business angel, crowd-funding, ecc.) e con le reti imprenditoriali internazionali.

⁵⁵ Questa sottosezione finanzia in particolare "Azioni di ricerca e innovazione", "Azioni innovative" e "Azioni di coordinamento e di sostegno" riguardanti la trasmissione del patrimonio culturale europeo, la conservazione dei panorami culturali delle zone marittime e costiere europee, i beni culturali digitali e i musei virtuali⁵⁴, la modellizzazione 3D del patrimonio culturale⁵⁵ e modelli innovativi per il riuso del patrimonio culturale⁵⁶.

4. "Strumenti per le PMI" per lo sviluppo da parte delle PMI con grandi potenzialità di prodotti, servizi o processi innovativi pionieristici, in grado di affrontare la concorrenza sul mercato globale⁵⁶.

Chi può presentare la candidatura nel settore del turismo?

MSCA, LEIT e SOCIETÀ RIFLESSIVE

Tutte le persone fisiche o giuridiche (enti pubblici, società, enti di ricerca, università, organizzazioni non governative, ecc.) a prescindere dal luogo di stabilimento o di residenza, purché dotate della capacità operativa e finanziaria per condurre le attività di ricerca preposte;

Le PMI appartenenti al settore delle industrie creative e culturali (destinatari, per quanto non in via esclusiva, di LEIT);

Fornitori di TIC (destinatari, per quanto non in via esclusiva, di LEIT);

Le PMI.

Tipo e livello di finanziamento:

Per quanto concerne l'MSCA: sono previste sovvenzioni per tutti i livelli di carriera dei ricercatori. Il contributo dell'UE è calcolato sulla base di un "costo unitario per ricercatore" pari a 4 650 EUR/mese⁶¹ + 800 EUR/mese per i costi di ricerca + 650 EUR/mese per i costi di gestione delle istituzioni ospitanti.

Per quanto concerne LEIT e SOCIETÀ RIFLESSIVE: per le "Azioni di ricerca e innovazione", le sovvenzioni per i progetti durano di norma dai 36 ai 48 mesi, con una partecipazione media dell'UE fra i 2 e i 5 milioni di EUR su tutto il periodo. La sovvenzione può coprire il 100% dei costi totali ammissibili. Per le "Azioni di innovazione", le sovvenzioni per i progetti durano di norma dai 30 ai 36 mesi, con una partecipazione media dell'UE fra i 2 e i 5 milioni di EUR su tutto il periodo. La sovvenzione può coprire il 100% dei costi totali ammissibili per le organizzazioni senza scopo di lucro e al massimo il 70% per i soggetti che producono utili (società ecc.). Per le "Azioni di coordinamento e di sostegno", le sovvenzioni per i progetti durano di norma dai 12 ai 30 mesi, con una partecipazione media dell'UE fra i 500 000 e i 2 milioni di EUR su tutto il periodo. La sovvenzione copre il 100% dei costi totali ammissibili.

Per quanto concerne lo STRUMENTO per le PMI: per la valutazione della fattibilità, sono previste sovvenzioni per 50 000 EUR (forfettari), di norma per un periodo di 6 mesi a copertura del 70% al massimo del costo totale del progetto. Per i progetti di sviluppo e dimostrazione dell'innovazione, sono previste sovvenzioni da 500 000 a 2,5 milioni di EUR (indicativamente), in genere per una durata da 1 a 2 anni, a copertura del costo totale del progetto, come regola generale. Per quanto concerne i capitali di rischio, questo strumento consente agli intermediari finanziari di fornire alle PMI prestiti, garanzie o controgaranzie migliori nonché finanziamenti ibridi, di capitale mezzanino o capitale proprio⁵⁷.

3.6.1 Esempi di progetti selezionati

⁵⁶ Lo strumento per le PMI sostiene la valutazione della fattibilità tecnica e commerciale di un concetto innovativo e lo sviluppo di un piano aziendale. Se lo studio di fattibilità conclude che un concetto ha potenzialità ma richiede ulteriori finanziamenti prima di poter essere commercializzato, lo strumento per le PMI può sostenere le fasi di sviluppo e dimostrazione. Ultimo ma non meno importante il fatto che lo strumento può facilitare l'accesso ai finanziamenti con capitali di rischio.

⁵⁷ Guide on EU Funding 2014 - 2020

3.6.2 CHESS – Storie interattive personalizzate nei musei e nei siti culturali

Quando sfruttano le biblioteche digitali recentemente create, le istituzioni che curano il patrimonio culturale devono rendere le proprie collezioni più interessanti, soprattutto agli occhi dei giovani "nativi digitali". I nuovi dispositivi mobili (smartphone, tablet) consentono, per altro, un utilizzo ampio e diffuso delle app nei musei e nei siti culturali, migliorando così l'esperienza del visitatore.

Di conseguenza, CHESS (Cultural Heritage Experiences through Socio-personal interaction and Storytelling) ha utilizzato varie tecniche per proporre alla fruizione storie interattive personalizzate. Spesso dotate di un'interfaccia di realtà aumentata, queste "avventure" culturali si adattano di continuo ai profili individuali e alle preferenze dei visitatori. Sono state collaudate in diversi siti; soprattutto in due musei di fama mondiale, il Nuovo museo dell'Acropoli, in Grecia e la Cité de L'Espace in Francia.

Per poter conseguire questi risultati Chess ha dovuto condurre una ricerca interdisciplinare su personalizzazione e adattabilità, storytelling digitale, metodologie d'interazione e tecnologie mobili e di realtà mista orientate alla narrazione, con una solida base teorica in scienze museali, cognitive e dell'apprendimento.

Contributo dell'UE: 2 859 712 EUR (2011 -02014). Livello di finanziamento dell'UE 67%.⁵⁸

3.6.2 CrossCult: riutilizzo del patrimonio culturale digitale

CROSSCULT intende promuovere lo sviluppo di nuove imprese che sfruttino il ricco patrimonio culturale digitale europeo, utilizzando ad esempio i beni culturali digitali per la reinterpretazione delle storie e della storia europee. Il progetto creerà prospettive transfrontaliere uniche, realizzando un collegamento fra le risorse storiche digitali esistenti e realizzandone di nuove, tramite la partecipazione del pubblico (punti di vista dei cittadini e opere da digitalizzare).

CROSSCULT sarà attuato a livello di 4 iniziative - faro pilota - che coinvolgeranno in totale 8 siti europei. Il progetto sarà realizzato con la partecipazione di 11 partner e 14 partner associati, fra cui informatici, ricercatori di scienze sociali e umane, storici e società private di 7 paesi dell'UE.

Contributo dell'UE: 3 503 358 EUR (2016-2019) – Livello di finanziamento dell'UE: 95%.⁵⁹

3.6.3 RICHES - Rinnovamento, innovazione e cambiamento nel patrimonio culturale

Le tecnologie digitali, che oggi permeano ogni aspetto della nostra vita, ci costringono a porci delle domande: come possono le istituzioni del patrimonio culturale innovarsi e ricostruirsi? Come dovrebbe una società sempre più variegata utilizzare il proprio patrimonio culturale? Come potrebbe il cittadino europeo, come singolo o come membro di una comunità, giocare un importante ruolo di partecipazione alla creazione? Quali sono i limiti delle nuove tecnologie nel rappresentare e promuovere il patrimonio culturale? Come si possono avvicinare i beni culturali al loro pubblico di innovatori, esperti creatori, conservatori, artisti, soggetti economici? Come possono i beni culturali diventare una forza della nuova economia dell'UE?

Questo progetto di ricerca si occuperà, fra le altre cose, delle questioni legate al diritto d'autore e ai diritti di proprietà intellettuale, del patrimonio culturale sotto i profili della mercificazione e dei risultati economici. Saranno elaborate relazioni, raccomandazioni e linee guida circostanziate a uso dei decisori politici, delle agenzie nazionali e degli addetti ai lavori.

Contributo dell'UE: 327 900 EUR (2013-2017) – Livello di finanziamento dell'UE: 100%.⁶⁰

3.6.4 Horizon 2020 Societal Challenge 5 e 6 .

⁵⁸ <http://www.chessexperience.eu/>; <http://cordis.europa.eu/>.

⁵⁹ Fonte: <http://cordis.europa.eu/>.

⁶⁰ <http://cordis.europa.eu/>; <http://www.riches-project.eu/>.

L'attuale programma SC6 affronta quattro grandi sfide importanti (Calls) e mette a disposizione finanziamenti per il periodo 2016/2017:

- 2 Co-Creazione per la crescita e l'inclusione sociale (€ 56,65M)
- 3 Inversione delle disuguaglianze e promozione dell'equità in Europa (46,5 M)
- 4 Impegno globale al cambiamento dinamico dei contesti strategici e geopolitici (€ 42 M)
- 5 Comprensione dell'Europa (CULT-COOP) attraverso la promozione dello spazio pubblico e culturale (€ 67 M).

Più nello specifico, il quarto punto include 11 topics riguardanti:

- discorsi democratici e stato di diritto (Ria -2017: € 5M)
- miglioramento della comprensione reciproca tra i cittadini europei (Ria -2017: € 5M)
- alfabetizzazione culturale delle nuove generazioni in Europa (Ria -2017: € 5M)
- storie contemporanee di rappresentazioni europee nella letteratura e nelle arti (Ria -2017: € 2,5M)
- diversità religiosa in Europa – tra passato, presente e futuro (Ria -2017: € 2,5M)
- approcci partecipativi e innovazione sociale (Ria -2017: € 2,5M CSA -2017: € 1,5M)
- patrimonio culturale delle regioni europee costiere e marittime (Ria -2017: € 2,5M)
- Musei virtuali e piattaforma sociale sul patrimonio digitale europeo, memoria, identità e interazione culturale (Ria -2017: € 10M CSA -2017: € 1M)
- patrimonio culturale europeo, accesso e analisi per un'interpretazione più ricca del passato (Ria -2017: € 9M)
- cultura, integrazione e spazio pubblico europeo (ERA-NET Cofund -2017: € 5M)
- comprendere la trasformazione delle pubbliche amministrazioni europee (Ria -2017: € 8M Ria -2017: € 7M CSA -2017: € 0,5M)
- Ulteriori € 22,22M sono stati messi a disposizione delle PMI con l'obiettivo di creare nuovi modelli di business per società più inclusive, innovative e riflessive.

3.7 COSME

COSME, programma dell'UE per la competitività delle imprese e le piccole e medie imprese (PMI), sostiene le PMI in quattro ambiti:

- ❖ agevolare l'accesso delle PMI ai finanziamenti tramite il "Meccanismo di garanzia sui prestiti" e lo "Strumento di capitale proprio per la crescita";
- ❖ migliorare l'accesso ai mercati (nello specifico grazie ai servizi erogati dalla rete Enterprise Europe Network);
- ❖ migliorare le condizioni quadro per la competitività e la sostenibilità delle imprese dell'Unione, in particolare grazie al Piano d'azione per il turismo;
- ❖ promuovere l'imprenditorialità e la cultura imprenditoriale, in particolare grazie al programma di scambio Erasmus per giovani imprenditori.

Tipo di azioni in ambito turistico ammissibili al finanziamento

ACCESSO AI FINANZIAMENTI

Ogni tipo di operazione o investimento utile allo sviluppo di attività legittime delle PMI

PIANO D'AZIONE PER IL TURISMO

Alcuni degli obiettivi del Piano d'azione per il turismo sono perseguiti tramite inviti a presentare proposte e bandi di gara d'appalto aperti al settore del turismo. Questi possono riguardare tra l'altro:

- ❖ lo sviluppo e/o la promozione di prodotti turistici tematici transnazionali sostenibili (in relazione, ad esempio, a itinerari europei dedicati ad aspetti specifici del nostro patrimonio

industriale e culturale, percorsi ciclabili, ecoturismo, zone marittime e di immersione subacquea, ecc.);

- ❖ lo sviluppo e/o la promozione di prodotti di nicchia che sfruttano le sinergie fra il turismo e le industrie creative a livello europeo (ad es., l'Itinerario europeo dei prodotti di eccellenza);
- ❖ i partenariati pubblici e privati transnazionali che sviluppino prodotti turistici destinati a fasce d'età specifiche (ad es., persone anziane o giovani) per aumentare i flussi turistici fra i paesi europei durante la bassa stagione o quella intermedia;
- ❖ i meccanismi di potenziamento delle capacità per il "turismo accessibile" (cioè, per tutti, a prescindere da limitazioni fisiche, disabilità o età) in cui i destination manager, gli imprenditori, ecc. possono imparare da operatori di successo esperti nel campo dell'"accessibilità", creare sinergie con altri operatori della filiera, esplorare nuove opportunità di mercato e modi di fare impresa .

3.8 ERASMUS PER GIOVANI IMPRENDITORI

Questo programma di scambio consente ai giovani imprenditori di passare da 1 a 6 mesi con un imprenditore esperto operante in un altro paese europeo e disposto a svolgere attività di mentoring. I giovani imprenditori e i soggetti ospitanti scoprono nuovi mercati o partner commerciali in Europa, modi diversi di fare impresa ed eventualmente decidono di proseguire la loro collaborazione sul lungo termine (ad es., con joint venture, attività in subappalto, rapporti di fornitura). Questa azione consente anche ai giovani imprenditori di avviare agevolmente e con successo la loro attività o di consolidare la nuova impresa. Gli imprenditori ospitanti possono beneficiare di nuove idee proposte da un nuovo imprenditore motivato che può avere competenze o conoscenze specialistiche a complementari alle loro.

Chi può presentare la candidatura?

ACCESSO AI FINANZIAMENTI

Le PMI

PIANO D'AZIONE PER IL TURISMO

Tutte le persone giuridiche (PMI, ONG, autorità pubbliche, ecc.)

ERASMUS PER GIOVANI IMPRENDITORI

Gli imprenditori.

TIPO E LIVELLO DI FINANZIAMENTO

ACCESSO AI FINANZIAMENTI.

Interventi (prestiti, garanzie, ecc.) sostenuti dal Meccanismo di garanzia sui prestiti: durata minima di 12 mesi e massima di 10 anni; importo massimo di 150 000 EUR per ogni tipo di PMI e importi superiori in condizioni particolari.

PIANO D'AZIONE PER IL TURISMO. Le sovvenzioni sono erogate a favore di progetti che di norma durano 18 mesi, con una partecipazione media dell'UE di 250 000 EUR. I contratti per gli studi e le analisi sono di durata e importo variabili.

ERASMUS PER GIOVANI IMPRENDITORI. Le sovvenzioni coprono parte dei costi di viaggio e di soggiorno durante la visita. A seconda del paese in cui si soggiorna, l'assistenza finanziaria varia da 560 a 1 100 EUR al mese.

3.9 Esempio di progetto selezionato: Alla scoperta delle zone rurali europee con l'app Limes

Il Limes, insieme di fortificazioni erette ai confini dell'impero romano, si snoda lungo dieci paesi europei, soprattutto nelle zone rurali. Parte di questa importante porzione del patrimonio culturale europeo è già un sito iscritto al patrimonio dell'Umanità dell'UNESCO; eppure non è sufficientemente conosciuto né dai turisti europei né da quelli dei paesi terzi. Per quanto i paesi del Limes abbiano numerosi musei, itinerari storici, siti archeologici e luoghi di interesse nascosti, tutti questi luoghi non erano stati ancora messi in relazione l'uno con l'altro.

Con il sostegno del programma CIP fra il 2011 e il 2013, la "European Mobile and Mobility Industries Alliance" ha, quindi, sviluppato l'app LIMES-Mobile nelle regioni pilota di tre Stati membri dell'UE: la Bassa Austria, la città di Ruse in Bulgaria e il Land Renania-Palatinato in Germania ("Large Scale Innovative and Mobile European Services Culture Tourism in Rural Areas"). Grazie a questa app, la storia europea riprende vita lungo il Limes. Altre regioni hanno aderito e l'app ora è disponibile anche in versione 3D.⁶¹

3.10 Europa Creativa

Il programma Europa creativa assiste le organizzazioni culturali e creative che intendono operare a livello transnazionale, contribuisce a far circolare le opere culturali e a promuovere la mobilità degli operatori culturali. Nato dalla combinazione di tre precedenti programmi (Cultura, MEDIA e MEDIA Mundus), il programma "Europa creativa" si compone di 3 parti:

6 "sottoprogramma Cultura" per i settori culturale e creativo;

7 "sottoprogramma Media" per le industrie dell'audiovisivo;

8 sezione trasversale per i progetti comuni fra i settori culturale e creativo e le industrie dell'audiovisivo.

Tipo di azioni in ambito turistico ammissibili al finanziamento

PROGETTI DI COOPERAZIONE TRANSNAZIONALE

Il "sottoprogramma Cultura" finanzia attività transnazionali all'interno e al di fuori dell'UE, finalizzate a sviluppare, creare, produrre, diffondere e preservare beni e servizi che costituiscono espressioni culturali, artistiche o creative di altro genere. Fra le azioni svolte, si annoverano le attività di sviluppo delle abilità, delle competenze e delle conoscenze, fra cui le modalità per adattarsi alle tecnologie digitali; il collaudo di nuove forme di modelli di business e di gestione; l'organizzazione di attività culturali internazionali, come eventi, mostre, scambi e festival itineranti; la promozione dell'interesse per le opere culturali e creative europee e di un miglior accesso alle medesime. Il programma non sosterrà progetti che presentano materiale pornografico o razzista o che incitano alla violenza.

RETI EUROPEE

Il "sottoprogramma Cultura" sostiene le reti europee (cioè i gruppi strutturati di organizzazioni) che rafforzano la capacità dei settori culturale e creativo di operare a livello transnazionale e internazionale, adattarsi ai cambiamenti e promuovere l'innovazione. Il sostegno sarà accordato a un numero limitato di reti che abbiano un'ampia copertura, in una serie equilibrata di settori. Sono accolte con favore maggiori sinergie fra le reti esistenti, nell'intento di rafforzarne la struttura finanziaria e organizzativa ed evitare inutili doppioni.

CAPITALI EUROPEE DELLA CULTURA

Il titolo di "Capitale europea della cultura" viene assegnato ogni anno a una città in due Stati membri, sulla base di un elenco in ordine cronologico di Stati membri ammissibili per il periodo 2020-2033 (Croazia e Irlanda nel 2020; Romania e Grecia nel 2021, ecc.). Le città nominate

⁶¹ <http://www.mobilise-europe.mobi/limes>; <http://limes.per-rlp.de/limes-app-4/>

devono elaborare un programma culturale specifico per quel dato anno. La "sezione Cultura" sostiene l'attuazione del programma, che ha lo scopo di mettere in evidenza la ricchezza e la diversità delle culture europee e le loro caratteristiche comuni, oltre a promuovere una migliore comprensione fra i cittadini europei.

SEZIONE TRANSETTORIALE

La sezione transettoriale agevolerà i prestiti alle imprese e alle organizzazioni culturali e creative. Sosterrà inoltre le attività transnazionali nei settori culturale, creativo e audiovisivo, per esempio per lo scambio di esperienze e di conoscenze relative a nuovi modelli di business e di gestione.

Chi può presentare la candidatura nel settore del turismo?

PROGETTI DI COOPERAZIONE TRANSNAZIONALE

- ❖ Tutte le persone giuridiche attive nei settori culturale e creativo; per la presentazione delle candidature, è necessario avere personalità giuridica da almeno 2 anni alla data di scadenza del bando.

RETI EUROPEE

- ❖ Le reti attive nei settori culturale e creativo, composte da almeno 15 organizzazioni aderenti (persone giuridiche) stabilite in almeno 10 paesi partecipanti; per la presentazione delle candidature, queste reti europee devono avere personalità giuridica da almeno 2 anni alla data di scadenza del bando.

CAPITALI EUROPEE DELLA CULTURA

- ❖ Città.

TIPO E LIVELLO DI FINANZIAMENTO

PROGETTI DI COOPERAZIONE TRANSNAZIONALE. Per i "progetti di cooperazione su più piccola scala" (massimo 48 mesi, attuati da un consorzio di almeno 3 partner di 3 diversi paesi partecipanti) sono previste sovvenzioni fino a un massimo di 200 000 euro pari a non più del 60% del bilancio ammissibile. Per i "progetti di cooperazione su più vasta scala" (massimo 48 mesi, attuati da un consorzio di almeno 6 partner di 6 diversi paesi partecipanti) sono previste sovvenzioni fino a un massimo di 2 milioni di EUR pari a non più del 50% del bilancio ammissibile.

RETI EUROPEE. Sovvenzioni d'azione concesse nel quadro di un Accordo quadro di partenariato della durata di 3 anni che non può superare i 250 000 EUR l'anno. Tasso di cofinanziamento massimo dell'80% dei costi totali ammissibili.

CAPITALI EUROPEE DELLA CULTURA. Ogni città che detiene il titolo di Capitale europea della cultura riceve 1,5 milioni di EUR (Premio Melina Mercouri), a condizione che soddisfi una serie di criteri e abbia attuato le raccomandazioni delle giurie di selezione dell'UE.

SEZIONE TRANSETTORIALE. Nel 2016 è stato costituito un meccanismo di garanzia finanziaria a concorrenza di 750 milioni di EUR per consentire agli intermediari finanziari di erogare maggiori finanziamenti in questi settori.

3.10.1 Esempio di progetto selezionato: Sostenere la rete di informazioni turistiche del patrimonio industriale in Europa

L'Europa nord-occidentale è stata la culla della Rivoluzione industriale. La gestione dei siti industriali dismessi è costosa ed esige soluzioni innovative. Tenuto conto del fatto che questi siti fanno parte del comune patrimonio europeo, è stato deciso di sostenere la cooperazione transeuropea volta a stimolare l'apprezzamento, la comprensione, la protezione e la promozione di questo patrimonio.

L'ERIH (European Route of Industrial Heritage) è stata avviata nel 1999 come progetto nell'ambito di Interreg II C. Ha prodotto un piano generale con idee e attività concrete per la promozione del patrimonio industriale europeo. Il piano è in fase di progressiva attuazione grazie a ulteriori finanziamenti dell'UE. Grazie al precedente programma Cultura dell'UE (2002-2007) è stato, ad esempio, sviluppato un marchio del patrimonio industriale, con la creazione di un'immagine coordinata (corporate design), di un logo, di un marchio di qualità, di segnaletica e di documentazione cartacea. È stato istituito un sistema di itinerari che collega importanti siti di archeologia industriale (gli "Anchor point") dotati di un'infrastruttura turistica ben sviluppata. Le attività del progetto ERIH hanno anche puntato a rendere il patrimonio industriale interessante per i bambini e i giovani. Con oltre 1.000 siti industriali dismessi in 43 paesi, ERIH vanta l'inventario turistico e culturale più completo dell'archeologia industriale in Europa.

La sovvenzione del 2015 ha lo scopo di garantire la sostenibilità a lungo termine della rete contribuendo a fornire ai membri ulteriori servizi e benefici, quali ricerche di mercato, una base di dati di esperti, soluzioni di marketing trasversale, ecc., ma anche sostegno allo scambio di esperienze e cooperazione culturale (eventi comuni, sviluppo del pubblico, scambi culturali e artistici). La sovvenzione permetterà di consolidare la segreteria di ERIH e costituire sezioni nazionali e task force tematiche internazionali.

Contributo dell'UE: 184 143 EUR (2015-2016) – Livello di finanziamento dell'UE: 60%.⁶²

3.11 ERASMUS +

Il programma "Erasmus+" mira a promuovere le competenze e l'occupabilità e a modernizzare l'istruzione e la formazione. A fianco della nuova azione per lo sport e al programma Gioventù in azione, riunisce sei programmi attuati nel periodo precedente:

- ❖ Programma di apprendimento permanente (Erasmus, Leonardo da Vinci, Comenius e Grundtvig);
- ❖ Erasmus Mundus, Tempus, Alfa, Edulink e il programma di cooperazione con i paesi industrializzati.

Tipo di azioni in ambito turistico ammissibili al finanziamento

Per promuovere l'innovazione e l'occupabilità, il programma sostiene:

- le opportunità di apprendimento per le persone, tramite Progetti di mobilità rivolti a discenti e personale di istituti di istruzione superiore, un meccanismo di garanzia sui prestiti che aiutino gli studenti che seguono un master a finanziare i loro studi all'estero e Progetti di mobilità per studenti e personale dell'istruzione e formazione professionale (IFP);
- la cooperazione fra istituti d'istruzione, imprese, autorità locali e regionali e ONG, soprattutto tramite titoli di master congiunto (cioè programmi di studio internazionali integrati corrispondenti a 60, 90 o 120 crediti ECTS); partenariati strategici (che consentono alle organizzazioni di diversi settori socioeconomici di sviluppare e trasferire, fra le altre cose, pratiche innovative per una migliore qualità dell'insegnamento, della formazione e dell'animazione socioeducativa); alleanze per la conoscenza [a) per sviluppare approcci nuovi, innovativi e multidisciplinari per l'insegnamento e l'apprendimento; b) per stimolare l'imprenditorialità e le abilità imprenditoriali del personale docente e del personale delle imprese; c) per facilitare lo scambio, il flusso e la creazione congiunta di conoscenze fra istruzione superiore e imprese]; e alleanze per le abilità settoriali (che, nel progettare ed

⁶²

Progetti Europa creativa; <http://www.erih.net/>.

erogare programmi di formazione professionale e nell'elaborare e applicare metodologie di insegnamento e formazione, siano particolarmente attente all'apprendimento basato sul lavoro e a fornire ai discenti le abilità richieste dal mercato del lavoro);

- gli eventi sportivi europei senza scopo di lucro che promuovano la partecipazione allo sport e all'attività fisica.

Chi può presentare la candidatura nel settore turismo?

PROGETTI DI MOBILITÀ PER L'ISTRUZIONE SUPERIORE/L'ISTRUZIONE E LA FORMAZIONE PROFESSIONALE

- Università e altri istituti di istruzione superiore/scuole professionali o di formazione professionale;
- Tutte le persone giuridiche attive sul mercato del lavoro o negli ambiti dell'istruzione e della formazione (ad es., PMI, camere di commercio, sindacati, fondazioni, ONG, ecc.)

TITOLI DI MASTER CONGIUNTO

- Università e altri istituti di istruzione superiore (che presentano la candidatura per conto di un consorzio);
- Tutte le persone giuridiche che contribuiscono direttamente e attivamente al rilascio del titolo di master congiunto (ad es., PMI, camere di commercio, sindacati, fondazioni, ONG, ecc.).

PARTENARIATI STRATEGICI/ALLEANZE PER LA CONOSCENZA/ALLEANZE PER LE ABILITÀ SETTORIALI

- Tutte le persone giuridiche (ad es., istituti di istruzione superiore, PMI, camere di commercio, sindacati, fondazioni, ONG, organizzazioni culturali, biblioteche, musei, ecc.).

EVENTI SPORTIVI EUROPEI

- Tutte le persone giuridiche attive nel settore dello sport, stabilite in un paese aderente al Programma

TIPO E LIVELLO DI FINANZIAMENTO

PROGETTI DI MOBILITÀ PER STUDENTI DELL'ISTRUZIONE SUPERIORE. Tirocinio (collocamento lavorativo) all'estero presso un'impresa o altro posto di lavoro di interesse per un periodo di 2-12 mesi (escluso il tempo di viaggio) in uno qualsiasi dei paesi aderenti al programma. La sovvenzione dell'UE per ciascun tirocinante va da 300 a 700 EUR al mese (a seconda del costo della vita del paese ospitante); il contributo concerne anche i costi di viaggio fino a un massimo di 1.100 EUR.

PROGETTI DI MOBILITÀ PER STUDENTI IFP. Tirocini in qualsiasi posto di lavoro d'interesse per apprendisti e studenti dell'IFP, per un periodo da 2 settimane a 12 mesi (escluso il tempo di viaggio) in uno dei paesi aderenti al Programma. La sovvenzione dell'UE per ciascun tirocinante va da 18 a 112 EUR al giorno (a seconda del costo della vita del paese ospitante); il contributo concerne anche i costi di viaggio fino ad un massimo di 1.100 EUR.

TITOLI DI MASTER CONGIUNTO. Sovvenzioni per 2-3 milioni di EUR, a copertura di progetti della durata di 4-5 anni (a seconda che il Master duri 1 o 2 anni).

PARTENARIATI STRATEGICI. Sovvenzioni fino a un massimo di 300 000 EUR per partenariati della durata di 2 anni e di 450 000 EUR per partenariati della durata di 3 anni.

ALLEANZE PER LA CONOSCENZA. Sovvenzioni di 700 000 EUR per un'alleanza di 2 anni, di 1 milione di EUR per un'alleanza di 3 anni.

ALLEANZE PER LE ABILITÀ SETTORIALI. Sovvenzioni di 700 000 EUR per un'alleanza di 2 anni, di 1 milione di EUR per un'alleanza di 3 anni.

EVENTI SPORTIVI EUROPEI. Sovvenzioni fino a 2 milioni di EUR per eventi sportivi che coinvolgono partecipanti provenienti da almeno 12 paesi aderenti al programma.

3.11.1 Esempio di progetto selezionato: Piattaforma di e-learning su mobilità alternativa e turismo sostenibile (AT, IT, SI, UK)

Molte zone periferiche necessitano di una maggiore integrazione con i centri urbani. Queste zone spesso sono ricche di patrimonio naturale e culturale, ma soffrono per la scarsa accessibilità e i cattivi collegamenti.

Il progetto S.T.R.E.E.T. (Sustainable Transport Education for Environment and Tourism) contribuirà a creare nuove opportunità per le zone periferiche, mediante l'applicazione delle competenze di gestione della mobilità agli ambienti non urbani e mediante la creazione di un nuovo profilo professionale: l'esperto in mobilità e turismo sostenibili. Cinque partner progetteranno e attueranno un programma di formazione rivolto a giovani disoccupati o a persone sottoccupate.

Sarà sviluppata una piattaforma di e-learning, con un corso di base online aperto a tutti i partecipanti. Quindi un gruppo di giovani selezionato fra i partecipanti prenderà parte a un'attività di formazione all'estero. Questa attività sarà incentrata sull'analisi di studi di casi selezionati (analisi di soluzioni innovative, strategie di risoluzione dei problemi, ecc.) tramite un programma intensivo della durata di 5 giorni. Una volta completato il progetto, la piattaforma S.T.R.E.E.T. resterà online e fornirà progressivamente altri corsi incentrati su argomenti specifici. Diventerà, inoltre, uno spazio virtuale di collocamento al lavoro, con una rete di imprese che offriranno posti di lavoro o tirocini in azienda.

Contributo dell'UE: 343.510 EUR (2015-2018) - Livello di finanziamento dell'UE: 100%.⁶³

3.12 LIFE

LIFE è lo strumento finanziario a sostegno dei progetti ambientali e di conservazione della natura nell'UE. I settori prioritari della sezione per l'ambiente sono:

Azioni in ambito turistico ammissibili al finanziamento

Le principali azioni sono probabilmente quelle previste nell'ambito dei cosiddetti "Progetti tradizionali", che possono assumere diverse forme:

- progetti pilota, che valutano l'efficacia di un metodo/approccio innovativo o che è stato utilizzato in contesti differenti (geografico, ecologico, socioeconomico); i risultati ottenuti vengono messi a confronto con quelli prodotti dalle migliori pratiche, al fine di determinare se sia opportuno collaudare il metodo su scala più vasta (cioè in un progetto dimostrativo), e vengono comunicati alle parti interessate;

⁶³ piattaforma Erasmus+; <http://www.streetproject.eu/>.

- progetti dimostrativi, che collaudano e valutano un metodo/approccio innovativo o che è stato utilizzato in un ambito diverso; si comunicano i risultati alle altre parti interessate e, se del caso, si promuove l'applicazione di tali metodi/approcci;
- progetti di buone pratiche, che applicano tecniche, metodi e approcci adeguati ed efficaci sotto il profilo economico e all'avanguardia, tenendo conto del contesto specifico del progetto;
- progetti d'informazione, di sensibilizzazione e di diffusione concernenti uno dei settori prioritari.

Pur non finanziando grossi progetti infrastrutturali, LIFE può sostenere gli investimenti nelle "Infrastrutture verdi" tramite sovvenzioni e prestiti/garanzie bancarie - cfr. di seguito, NCFF (Strumento di finanziamento del capitale naturale) e PF4EE (Strumento di finanziamento privato per l'efficienza energetica). Le Infrastrutture verdi (IV) compongono una rete di aree naturali e seminaturali di qualità elevata, concepite e gestite per erogare una vasta gamma di servizi ecosistemici, dalla protezione della biodiversità alla qualità delle acque. Fra questi servizi sono incluse anche le attività ricreative e turistiche.

Le Infrastrutture verdi consistono di vari elementi, che vanno dalle siepi di arbusti alle griglie di risalita per i pesci o ai passaggi sopraelevati sulle autostrade per il transito degli orsi, fino alle misure riguardanti interi ecosistemi, come i fiumi a corrente libera. Dato che alcuni ecosistemi si estendono oltre i confini nazionali, sono possibili progetti di infrastrutture verdi a livello dell'UE.

Chi può presentare la candidatura nel settore del turismo?

SOVVENZIONI PER "PROGETTI TRADIZIONALI"

- ❖ tutte le persone giuridiche (PMI, ONG, autorità pubbliche, ecc.).

PRESTITI E/O GARANZIE BANCARIE - NCFF

- ❖ tutte le persone giuridiche

PRESTITI E/O GARANZIE BANCARIE - PF4EE

- ❖ PMI e imprese più grandi a media capitalizzazione (principalmente).

SOVVENZIONI PER "PROGETTI TRADIZIONALI": da 500 000 a 1,5 milioni di EUR, con un tasso di cofinanziamento massimo del 60%, eccetto per i progetti rivolti ad habitat e specie prioritari (75%).

PRESTITI E/O GARANZIE BANCARIE - NCFF. Lo "Strumento di finanziamento del capitale naturale" (NCFF) sostiene intermediari finanziari selezionati che erogano prestiti/garanzie bancarie per le Infrastrutture verdi (cfr. sopra) e altri tipi di investimenti iniziali previsti dai progetti pilota generatori di reddito o di risparmi. Fra questi si possono annoverare i pagamenti effettuati per servizi ecosistemici (ad es., i programmi di tutela e promozione della silvicoltura e della biodiversità, la riduzione dell'inquinamento delle acque e dei suoli) nonché le attività imprenditoriali volte a promuovere la biodiversità e l'adattamento (ad es., silvicoltura, agricoltura, acquacoltura, ecoturismo sostenibili). Nella fase pilota 2014-2017, i progetti oggetto dell'intervento dovranno essere realizzati nel territorio dell'UE-28 e avere idealmente una dimensione dell'ordine dei 5-15 milioni di EUR.

PRESTITI E/O GARANZIE BANCARIE - PF4EE. Sono previsti a favore dei piccoli investimenti sull'efficienza energetica, quando il risparmio energetico realizzato consente di rimborsare il prestito iniziale. Questo strumento consente agli intermediari finanziari di estendere la propria attività creditizia e offrire migliori condizioni per investimenti fra 40 000 e 1 125 000 di EUR (con prestiti della durata da 4 a 20 anni).

3.13 Fondo Europeo Per Gli investimenti Strategici:

Il Fondo europeo per gli investimenti strategici (FEIS) è un'iniziativa avviata congiuntamente dalla Commissione europea e dal gruppo BEI (Banca europea per gli investimenti e Fondo europeo per gli investimenti) nell'intento di ovviare all'attuale insufficienza degli investimenti nell'UE mobilitando finanziamenti privati per investimenti strategici. Il FEIS può finanziare, fra le altre cose:

- i) infrastrutture strategiche fra cui il digitale, i trasporti e l'energia;
- ii) istruzione, ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione;
- iii) crescita delle energie rinnovabili e dell'efficienza delle risorse;
- iv) sostegno alle piccole imprese e alle imprese a media capitalizzazione.

Tipo di azioni in ambito turistico ammissibili al finanziamento

Ogni tipo di operazione o investimento utile per lo sviluppo di attività legittime (delle PMI), ovunque nell'UE, inclusi i progetti transfrontalieri (nessuna quota geografica). Tali azioni possono incentrarsi su:

- infrastrutture di trasporto (aeroporti, porti regionali, ecc.);
- efficienza energetica di alberghi e resort turistici;
- rilancio di siti dismessi, a scopi ricreativi;
- accordi di finanziamento delle piccole e medie imprese del settore turistico;
- istituzione di "Piattaforme d'investimento" (PI) dedicate al turismo.

Chi può presentare la candidatura nel settore del turismo?

- Tutte le persone giuridiche (enti pubblici, società e in particolare le PMI, organismi di ricerca, università, organizzazioni non governative, cluster turistici, ecc.) tramite intermediari finanziari.

Tipo e livello di finanziamento

- Il tipo e il livello di finanziamento del FEIS sono variabili.

E' possibile un'associazione tra i contributi del FEIS e dei fondi SIE (Fondi Strutturali e di Investimento) a livello di progetti, a livello di strumento finanziario e tramite piattaforme di investimento.

3.13.1 Esempio di progetti selezionati: Prestito quadro per il miglioramento dell'efficienza energetica di hotel e resort

Nel novembre 2015 la BEI ha deciso di concedere una linea di credito del valore di 500 milioni di EUR alla "Caisse des Dépôts" e al suo soggetto agente, la "Société pour le logement intermédiaire" (SLI), per finanziare un programma edilizio per la costruzione di alloggi a canone moderato. Il Gruppo SLI può utilizzare questa linea di credito per un periodo di 5 anni per finanziare mutui fino a 25 anni. L'obiettivo è costruire, entro il 2019, 13.000 unità immobiliari a canone moderato in zone che presentano carenza di alloggi. La Société pour le logement intermédiaire finanzia progetti di dimensioni ridotte (inferiori ai 50 milioni di EUR) per la costruzione di nuove abitazioni della categoria "edifici a energia quasi zero". Il risparmio energetico aiuterà le famiglie a saldare il prestito contratto.

Hanno ottenuto un finanziamento FEIS anche le società per il finanziamento tramite terzi della ristrutturazione per l'efficienza energetica di abitazioni private nell'Île-de-France (100 milioni di EUR per "SEM Energies Posit'If"). I finanziamenti andranno a copertura dei costi per l'isolamento

di edifici e infissi, oltre che per la riqualificazione degli impianti di produzione e distribuzione del calore negli edifici, degli impianti di ventilazione e degli apparecchi elettrici installati nelle parti condominiali (luci, pompe, ecc.). Possono essere incluse nei lavori anche le fonti energetiche rinnovabili (ad es., la biomassa o i pannelli solari per la produzione di acqua calda).

L'accorpamento di molti piccoli progetti a livello nazionale o regionale potrebbe rappresentare un'opzione anche per gli alberghi e i resort che a causa della vetustà non sono efficienti dal punto di vista energetico.

Contributo dell'UE: 500 milioni di EUR (a partire da novembre 2015) - Livello di finanziamento dell'UE: 33%.

3.14 Crowdfunding

Il Crowdfunding è un fenomeno che si è diffuso negli ultimi anni ma che trova radici ben più radicate nel tempo. Il termine utilizzato, che racchiude in sé concetti di folla (crowd) e finanziamento (funding), ha in realtà un significato ben più profondo che per certi versi può essere sintetizzato come una reinterpretazione della raccolta di fondi nell'era digitale.

I motivi principali della sua rapida diffusione sono da ricercare nella situazione geopolitica globale e nella crescente diffusione dei social media. Infatti, generalmente parlando, il crowdfunding consiste nell'utilizzare Internet per la raccolta di capitale da gruppi di persone con interessi comuni al fine di finanziare un progetto o un'idea o un'iniziativa.

In questo contesto, gli elementi che compongono il fenomeno del crowdfunding, possono essere visti come uno scambio di informazioni (idee e progetti) e di capitale (fondi) tra persone o gruppi di persone (crowd) attraverso strumenti informatici (social media, social network) in un ambiente virtuale (internet).

La capacità dei social media di raggiungere, coinvolgere ed emozionare un vasto numero di persone, costituisce l'elemento essenziale per ottenere un finanziamento attraverso una campagna di crowdfunding.

Per queste ragioni, questo strumento può essere utilizzato come un mezzo di cofinanziamento in UE, per progetti nazionali e regionali (per finanziare quei costi che non sono coperti dalla concessione).

L'obiettivo è quello di sbloccare il potenziale di crowdfunding per migliorare i benefici per la cultura e il settore creativo identificando le best practices nel mercato europeo in relazione alla cultura e ai settori creativi.

3.15 Strategia macro regionale adriatico ionica – 4° pilastro e CTE

Le Strategie Macro regionali nascono per volontà dell'Unione Europea con l'intento di affrontare in maniera efficace sfide e criticità comuni di tutti i Paesi coinvolti nell'area di riferimento sostenendo, al contempo, potenzialità e best practice diffuse in un sistema sinergico e solido tra tutti gli Stati interessati.

Successivamente all'adozione delle Strategie Macro regionali Europee per la regione del Mar Baltico e per la regione del Danubio, nel Dicembre 2012 il Consiglio Europeo ha riconosciuto l'opportunità di adottare una Strategia per la Macroregione Adriatico Ionica (EUSAIR) che punta a conferire nuovo slancio alla cooperazione e agli investimenti a beneficio di 8 Paesi dello spazio adriatico - ionico: 4 Stati membri Ue (Croazia, Grecia, Italia, Slovenia) e 4 paesi non - UE (Albania, Bosnia - Erzegovina, Montenegro, Serbia).

La strategia EUSAIR promuove la crescita e la prosperità economiche della regione migliorandone l'attrattività, la competitività e la connettività. Si propone, inoltre, la salvaguardia del mare, dell'ambiente costiero e dell'entroterra e degli ecosistemi. Quattro, in particolare, sono le aree individuate di reciproco interesse (Pilastri) sui quali si articolano le priorità d'azione contenute nell'Action Plan EUSAIR:

- Blue Growth (Agricoltura e pesca, tecnologie blu, servizi marini e marittimi)
- Connecting the region (trasporti marittimi, connessioni intermodali)
- Enviromental quality (Biodiversità marina, inquinamento marittimo)
- Soustainable Tourism (Prodotti e servizi turistici diversificati, qualità, management turistico, turismo accessibile)

Sono considerati Pilastri trasversali, infine, “Innovazione e sviluppo delle PMI” e “Capacity building”.

La Regione Puglia, attraverso la struttura di Coordinamento delle Politiche Internazionali, è stata parte attiva del processo di consultazione che ha portato alla definizione dell'Action Plan EUSAIR. Oggi coordina a livello nazionale le Regioni italiane per il Pilastro 4 “Turismo Sostenibile”, è membro del Thematic Steering Group del Pilastro 4, partecipa alla “Cabina di Regia” istituita a livello nazionale presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per le Politiche Europee e alle attività del “Gruppo Interregionale Adriatico – Ionico” istituito a Bruxelles⁶⁴.

La Commissione europea ha adottato la prima relazione unica sull'attuazione delle quattro strategie macro regionali dell' Unione Europea esistenti e nel complesso si evince che ha generato forte interesse per la cooperazione e coesione territoriale. Le strategie hanno portato a un maggior coordinamento e cooperazione in alcuni settori e hanno altresì contribuito a plasmare le politiche, ad attuare la legislazione esistente e a creare un dialogo più profondo tra i diversi soggetti.

Tuttavia, non hanno ancora dimostrato il loro pieno potenziale e talune difficoltà devono ancora essere superate: gli stati membri che hanno avviato le strategie devono dimostrare maggiore padronanza e senso di responsabilità; l'efficacia dei sistemi di governance deve essere migliorata; le pertinenti fonti di finanziamento esistenti (a livello dell'UE, regionale e nazionale) devono essere coordinate meglio⁶⁵.

La Cooperazione territoriale europea (CTE) è uno dei due obiettivi della programmazione dei fondi Strutturali e di Investimento europei (SIE) 2014-2020.

In attuazione dell'obiettivo CTE per il periodo di programmazione 2014-2020, la Regione Puglia è territorio eleggibile nell'ambito dei seguenti Programmi di cooperazione:

COOPERAZIONE TRANSFONTALIERA

- INTERREG IPA II CBC ITALIA, ALBANIA, MONTENEGRO
- INTERREG CBC ITALIA - CROAZIA
- INTERREG CBC GRECIA-ITALIA
- INTERREG ENI CBC MEDITERRANEO

COOPERAZIONE TRANSAZIONALE

- INTERREG ADRION
- INTERREG MEDITERRANEO

COOPERAZIONE INTERREGIONALE

- INTERREG EUROPE
- URBACT III

⁶⁴ <http://www.europuglia.it/index.php/macro-regione>

⁶⁵ La relazione è corredata da un documento di lavoro dei servizi della Commissione che fornisce informazioni più dettagliate sullo stato di attuazione di ogni singola strategia macro regionale, nonché le raccomandazioni specifiche. Il documento è disponibile all'indirizzo: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/cooperate/macro_region_strategy/pdf/report_implem_mac

- ESPON

Le risorse per l'obiettivo CTE ammontano a **8 948 259 330 miliardi di euro** e sono ripartite come segue:

- 6 626 631 760 € per la cooperazione transfrontaliera
- 1 821 627 570 € per la cooperazione transnazionale
- 500 000 000 € per la cooperazione interregionale

BIBLIOGRAFIA

- ❖ CREATIVITA' E CULTURA nelle politiche di sviluppo della Regione Puglia. Una selezione di esperienze nel decennio 2005-2015. Progetto cofinanziato con il FESR, Programma Operativo FESR Puglia 2007-2013 – Linea 4.2 “investiamo nel nostro futuro”. 2016

- ❖ JOIN(2016) JOINT COMMUNICATION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL “Towards an EU strategy for international cultural relations. 08 Giugno 2016”
- ❖ COM(2014) 477: COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL COMITATO DELLE REGIONI “Verso un approccio integrato al patrimonio culturale per l'Europa”
- ❖ (COM(2010)0352) comunicazione “L'Europa, prima destinazione turistica mondiale - un nuovo quadro politico per il turismo europeo”
- ❖ International Year Of Sustainable Tourism for Development, 2017 Plan for the Observance – A Roadmap. Draft 6. 1 June 2016. UNWTO
- ❖ Licoppe – Smoreida 2006. “La valorizzazione digitale del patrimonio culturale in Europa e in Italia”.
- ❖ Cataldo - Paraventi 2007 “Il museo oggi”
- ❖ “Guida alle opportunità di finanziamento dell'Unione Europea 2014-2020”. Europe Direct Formez
- ❖ “Guide on EU Funding for the tourism sector”. 2014 – 2020 http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=8496&lang=it
- ❖ COM(2016) 805 RELAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL COMITATO DELLE REGIONI sull'attuazione delle strategie macroregionali dell'UE
- ❖ Thematic dossier on “CULTURAL and CREATIVES INDUSTRIES”. Regione Puglia 2013
- ❖
- ❖ “Piano di sviluppo 2016 – 2019”. Distretto Produttivo Puglia Creativa
- ❖ SMART SPECIALIZATION STRATEGY. Regione Puglia 2014
- ❖ Programma Operativo FESR Puglia 2014 - 2020