

## NOTE IN VIAGGIO: PRESENTATO IL PRIMO VOLUME UFFICIALE SUL FENOMENO DEL TURISMO MUSICALE IN ITALIA

ROMA\ aise\ - Si intitola "Note in viaggio. Reti e strategie per il turismo musicale in Italia" ed è il primo studio ufficiale sul fenomeno del turismo musicale. Il volume curato da Martha Friel (IULM), edizioni Marsilio e CUOA Business School, è stato presentato al recente TTG Travel Experience di Rimini. La pubblicazione è il risultato del "Primo Rapporto sul Turismo Musicale in Italia e in Veneto", condotto da Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura su incarico di CUOA Business School, capofila del progetto "Note in Viaggio", in collaborazione con IULM e Il Sipario Musicale, per supportare gli operatori coinvolti con un'analisi sistematica dell'offerta e della domanda di turismo musicale in Italia e in Veneto, in un confronto con anche alcune realtà benchmark all'estero. Il turismo musicale, in particolare quello legato alla musica classica e operistica, rappresenta un segmento importante del più ampio turismo culturale, importante in termini sia quantitativi (i numeri, pur riferiti a una nicchia, sono significativi e, nella percezione degli operatori, in crescita), sia qualitativi, perché il profilo del turista musicale è quello di un turista di fascia alta, interessato a una fruizione di qualità dei luoghi, che viaggia anche fuori stagione. L'offerta musicale del territorio è inoltre un attrattore complementare per turisti con motivazioni di viaggio diverse, come il turismo enogastronomico, il city tourism o il turismo culturale e creativo in senso ampio. Nonostante questi elementi di interesse, il turismo musicale è stato poco analizzato sia in Italia sia all'estero, dove solo recentemente alcuni studi hanno fornito informazioni importanti in termini di flussi e di economie generate a livello locale dall'offerta musicale. Da qui l'esigenza della ricerca condotta a 6 mani da CUOA Business School, IULM e Il Sipario Musicale. Il Sipario Musicale, tour operator specializzato in viaggi musicali e leader assoluto nel panorama nazionale, ha fornito i propri dati interni a completamento della ricerca scientifica condotta da Martha Friel, mentre, nell'ambito del progetto "Note in viaggio", ha preso parte alla formazione professionale degli operatori, già lavoratori in questo ambiente, ma provenienti da altri segmenti del mercato (ospitalità, ristorazione, guide turistiche, ecc. ecc.). "Siamo fieri e orgogliosi di aver partecipato come esperti del settore a questa importantissima ricerca", ha commentato Andrea Cortelazzi, responsabile marketing de Il Sipario Musicale. "Finalmente abbiamo nero su bianco una serie completa di dati scientifici per analizzare un fenomeno in continua crescita, importante per la nostra economia. Questo libro rappresenta una base solida e affidabile di informazioni che fino a oggi mancava. Siamo felicissimi anche di poter formare nuove leve per questa particolare tipologia di turismo esperienziale e culturale, importante nicchia del mercato turistico italiano e internazionale". Il volume indaga nello specifico il mercato del turismo musicale in Italia, la sua domanda – sia auto-organizzata, sia intermediata da operatori specializzati – i trend di offerta e le possibili evoluzioni future. Approfondisce, inoltre, alcuni strumenti e proposte per la valorizzazione turistica della musica: dalla realizzazione di reti di offerta tra operatori, alla costruzione di narrative territoriali efficaci. Come il turismo possa essere oggi una leva importante per promuovere e sostenere il sistema dello spettacolo, favorendo l'innovazione dell'offerta e portando allo sviluppo di nuove opportunità in termini economici e occupazionali, è la domanda attorno alla quale ruota la pubblicazione. Gli esiti della ricerca riguardano le enormi potenzialità del patrimonio musicale italiano in termini di place branding e di ricadute turistiche per molti territori. Un patrimonio che si traduce nei festival e nelle principali rassegne, nonché nelle stagioni dei teatri d'opera e nei luoghi legati ai grandi nomi della musica classica italiana (come, fra gli altri, Pesaro con Rossini, Lucca con Puccini, Parma con Verdi, Bergamo con Donizetti, ecc. ecc.). In termini di economie generate, per esempio, il Festival di Caracalla nel 2017 ha generato €4.126.000 di incassi, grazie ai suoi 77.610 spettatori, +23,4% rispetto all'anno precedente. Il Macerata Opera Festival ha raggiunto la quota di 36.500 spettatori (quasi 30.000 per le recite d'opera) e un incasso di oltre €1.263.000; il Rossini Opera Festival nel 2018 ha raggiunto il record di 18.260 spettatori con un incasso di €1.392.000. La ricerca delinea anche il profilo del turista musicale medio: giovane, colto, europeo e, generalmente, donna. (aise)