

26 novembre 2019 10:01

Siti Unesco, a Ro.Me - Museum exhibition focus su modelli e opportunità



L'Unesco non è per il turismo, è per uno sviluppo sostenibile del territorio che ha a disposizione una risorsa culturale o naturale importante. Se è ben gestito, il turismo può potenziare questa dinamica di sviluppo, cercando al contempo di evitare che il turismo eccessivo la distrugga. **Giovanna Segre**, Professore Associato di Politica Economica al Dipartimento di Economia e Statistica 'Cognetti De Martiis' dell'Università di Torino, introduce con **AgCult** il panel del 27 novembre a **Ro.Me - Museum Exhibition** sul tema del *"Patrimonio UNESCO: modelli, strumenti & opportunità"*, un panel immaginato per ragionare in maniera un po' più ampia sul tema dei riconoscimenti Unesco e uscire dal cliché che i siti designati servano solo ad attrarre turisti.

Segre, che è anche co-direttore del Master in 'World Heritage and Cultural Projects for Development' organizzato dall'Università e dal Politecnico di Torino, l'International Training Centre dell'ILO (International Labour Organization) in collaborazione con l'UNESCO, parteciperà anche a un altro incontro con un focus sull'Italia *"UNESCO World Heritage Sites: l'esperienza italiana"*.

Secondo l'economista torinese, "a volte dell'Unesco si parla come di un marchio da sfoggiare. In realtà per noi che studiamo modelli di sviluppo socio-economico a base culturale il riconoscimento Unesco dovrebbe essere un inizio. Purtroppo spesso quando arriva il 'bollino' finisce tutto lì, invece di capire che è proprio da lì che comincia tutto".

Il riconoscimento Unesco quindi si rivolge prima di tutto alla comunità locale che chiaramente comprende anche i cittadini temporanei che sono i turisti. “Quella risorsa culturale per chi vive in un luogo (anche temporaneamente) serve a connettersi a un sistema mondiale di persone e luoghi che hanno un valore per la comunità anche in termini di sviluppo locale”.

UNA RETE

L’idea è quindi connettersi a una rete di buone pratiche, di visioni, di scambi. “Molto spesso questa rete (che è l’Unesco) viene dimenticata. Questo è un limite frequente della visione di appartenere alla lista dei siti patrimonio mondiale. Bisogna saper gestire, capire le opportunità che nascono dall’aver una risorsa culturale importante”. Certo, “la capacità di gestire un patrimonio non è facile, non c’è un modello. C’è piuttosto una visione di buone pratiche che possono essere scambiate e condivise ma che vanno sempre riadattate al luogo. Come anche è necessario capire come massimizzare gli effetti che possono derivare dal gestire questo patrimonio e come razionalizzare i costi. L’Unesco potrebbe dare molti input che non sono sfruttati, si sfrutta il marchio senza la rete”.

SVILUPPO SOSTENIBILE

L’obiettivo principale pertanto è quello dello sviluppo sostenibile di un territorio. “Passati i development goal 2030 delle Nazioni Unite che individuano binari su cui ragionare per lo sviluppo sostenibile del pianeta e delle comunità locali”, sarà utile concentrarsi sui riconoscimenti Unesco “che hanno un obiettivo comune: produrre sentieri di sviluppo sostenibili all’interno delle comunità locali”. Sarà quindi importante fare in modo che “a livello locali gli uffici ed enti che gestiscono le designazioni Unesco si parlino perché troppo spesso sono a ‘compartimenti stagni’ separati perdendo così le potenzialità e l’efficacia”.

ESEMPI DALL’ESTERO

I rappresentanti stranieri al panel hanno capito bene il messaggio che il riconoscimento Unesco non è per il turismo ma per le comunità locali. “A Singapore, luogo ricchissimo e con turismo sviluppato, stanno utilizzando le designazioni Unesco per il senso che incorporano per la propria comunità locale. Danno un senso identitario del territorio”.

Come del resto l’esempio di Creta. “Lì hanno tanti turisti, ma tutti nelle spiagge. Partendo dalla riflessione della presenza di un patrimonio culturale importante, cercano di metterlo a sistema in maniera intelligente per distribuire meglio il turismo nella regione e dare un senso all’esperienza turistica e quindi anche alla comunità locale”.

Anche l’esempio dell’Azerbaijan mostra come “usare la cultura come canale di diplomazia culturale grazie alle relazioni internazionali che porta con sé avere un sito Unesco. Anche qui quindi il punto non è attirare nuovi turisti con un marchio da sfoggiare ma ragionare in termini di reti”.

Fonti

[Rafforzare le relazioni culturali tra Italia e GB: se ne parlerà il 27 novembre a Rome Museum Exhibition](#)
[Rome Museum Exhibition, i temi al centro dell'edizione 2019 dal 27 al 29 novembre](#)
[Ro.Me - Museum Exhibition, il 27 novembre al via la seconda edizione](#)
[RO.ME Museum Exhibition, Canon: focus su applicazioni tecnologia nel segmento del](#)

[Cultural Heritage](#)

[Ro.Me Museum Exhibition, workshop Cultur-e su social intelligence applicata alla comunicazione culturale](#)

[Ro.Me Museum Exhibition, il 28 novembre focus sulle mostre itineranti con la TEMM I Musei d'impresa tra identità e mutamento: se ne discuterà venerdì 28 a Ro.Me Museum Exhibition](#)

[Le nuove tendenze del mecenatismo: se ne parlerà il 27 novembre a Ro.Me - Museum Exhibition](#)

Ag|Cult

Agenzia giornalistica **AgCult**
registrazione al Tribunale di Roma 195/2017
Via Cattaro, 28 - 00198 Roma
redazione@agcult.it