

## COMUNICATO STAMPA

### **Turismo, Isnart: “Siti Unesco volano per il turismo, ma serve rafforzare la rete promozionale”**

CATANZARO, 13 ottobre 2025 - I siti Unesco italiani si confermano un volano straordinario di sviluppo turistico e territoriale, ma i dati mostrano anche che strategie di rete più efficaci e investimenti in comunicazione possono essere determinanti per superare alcune criticità che ad oggi sono impedimento per liberare l'effettivo potenziale. È quanto emerge dai dati Isnart presentati oggi a Catanzaro nell'ambito della **Borsa Internazionale del Turismo Culturale** e di **Mirabilia Food&Drink**.

Il rapporto “Attrattività e posizionamento delle destinazioni siti Unesco per lo sviluppo delle economie locali” è stato realizzato da Isnart per il network Mirabilia attraverso **4mila interviste a turisti italiani e stranieri** e **1.000 interviste a imprese locali** nei 21 territori partner.

Se dieci anni fa la motivazione “cultura” era solo al settimo posto tra i driver di scelta di una vacanza in Italia, per il **quarto anno consecutivo** si colloca al **primo posto** (35%, che sale al 40% tra gli stranieri).

**Il valore aggiunto dei siti Unesco** è rappresentato dall'**Alta riconoscibilità**: l'85% degli intervistati conosce il significato del riconoscimento Unesco; il 74% era consapevole della presenza di un sito nella destinazione scelta; il 71% ha dichiarato che la presenza del sito ha influito sulla scelta. Inoltre vengono attratti **turisti di fascia medio-alta**: il 35% appartiene a un cluster con buona capacità di spesa; il 41% viaggia in coppia; prevale un'utenza matura. L'esperienza turistica nei territori Unesco riceve un voto medio di **8,7/10**, in linea con i valori più alti registrati a livello nazionale.

Di contro, emerge una **spesa contenuta**: la spesa media giornaliera (71 euro) resta al di sotto della media nazionale. Poi il **gap di comunicazione digitale**: se il web è determinante per il 48% dei turisti, i social media incidono solo per il 12% (contro una media nazionale del 47%). Infine **la percezione debole tra le imprese**: 7 operatori su 10 riconoscono un impatto positivo del sito, ma solo il 45% ne percepisce il reale valore attrattivo; appena il 24% utilizza il brand Unesco nelle campagne di marketing e comunicazione.

“Questi dati - afferma **Loretta Credaro, presidente Isnart** - ci dicono che i siti Unesco sono un patrimonio non solo culturale, ma anche economico e di grande potenziale attrattivo. Occorre però fare sistema, mettere in campo politiche promozionali di rete. È questa la spinta che ha portato alla nascita di **Mirabilia**, progetto speciale che coinvolge 21 Camere di commercio e Unioncamere, e che si arricchisce della collaborazione con Isnart e dei suoi strumenti di analisi e progettazione. L'obiettivo è chiaro: rafforzare l'identità dei territori, valorizzare le aree interne e aprire nuove occasioni di business per le imprese che vedono nella cultura una leva di sviluppo”.

Il progetto Mirabilia vuole porsi come **ecosistema di cooperazione e piattaforma di progettazione condivisa**, a supporto delle Camere di commercio nella governance turistica. Il 2025 è un anno ricco di attività per Mirabilia: eventi, iniziative di networking, percorsi formativi per operatori, azioni di ascolto degli stakeholder e progetti dedicati alle imprese culturali, turistiche ed enogastronomiche.

“Il nostro impegno è quello di costruire – concludono i promotori – una stagione nuova, capace di trasformare i siti Unesco italiani in veri e propri motori di sviluppo sostenibile e inclusivo”.

**Un plauso al progetto arriva da Andrea Prete**, Presidente di Unioncamere: “Come Unioncamere siamo orgogliosi di poter contare su una realtà come Isnart che, grazie a competenze di ricerca, analisi e innovazione digitale, mette a disposizione delle imprese, delle istituzioni e degli stakeholder strumenti concreti per progettare e programmare lo sviluppo turistico in chiave sostenibile e competitiva delle destinazioni. La sfida che abbiamo davanti è quella di accompagnare i territori in un percorso di crescita che valorizzi le identità locali e al tempo stesso li renda attrattivi in uno scenario internazionale in continua evoluzione. Isnart, con le sue piattaforme e i suoi progetti, rappresenta un tassello fondamentale di questa visione”.