



Università  
Ca' Foscari  
Venezia

Corso di Laurea Magistrale

in

Sviluppo interculturale dei sistemi turistici

Tesi di Laurea

**Quando un sito UNESCO diventa *brand*:  
la promozione turistica della città di Padova attraverso  
la valorizzazione del sito *PADOVA URBS PICTA*.**

**Relatore**

Prof. Matteo Giannasi

**Laureanda**

Federica Callegari  
Matricola 877739

**Anno Accademico**

2021 / 2022



## ABSTRACT

Entrare a far parte della Lista del Patrimonio Mondiale UNESCO (World Heritage List - WHL) per un luogo significa farsi conoscere a livello globale e diventare interessante per un pubblico internazionale. Il riconoscimento UNESCO rappresenta un elemento attrattivo specialmente per il turismo nel luogo stesso ma è anche un elemento che può contribuire a valorizzare e rendere più apprezzabile il territorio circostante. Chi di questo aspetto ne ha fatto una strategia di marketing turistico e di posizionamento è la città di Padova, la quale ha basato la recente promozione turistica della città sulla valorizzazione del sito *Padova Urbs picta*, inserito in WHL a luglio del 2021. La città ha quindi deciso di esaltare l'aspetto artistico-storico-culturale riconosciuto da UNESCO per promuoversi verso l'esterno e per spiccare rispetto alle vicine e note Venezia e Verona. Anche se la candidatura non era stata pensata inizialmente con fini turistici, il suo studio mi ha dato lo spunto per analizzare con il mio elaborato la relazione tra designazione UNESCO e valorizzazione turistica. Recentemente, e in particolare dopo la designazione, l'*Urbs picta* è diventata un *brand* forte nell'offerta culturale e turistica per la città intera e sembra si stia rivelando un elemento in grado di incrementare il numero di visitatori. La mia tesi vuole quindi indagare le componenti di questa scelta fatta dalla città di Padova, esaminando le campagne pubblicitarie ed interrogando i vari attori coinvolti, per capire i motivi dietro a questa strategia, delineare i risultati a cui ambisce e scoprire se rispecchiano gli effettivi risvolti ottenuti con questa scelta promozionale.



# INDICE

Introduzione.....	6
1. Turismo in Italia e in Veneto.....	8
1.1 Focus sul turismo culturale.....	11
1.2 Focus sui siti Patrimonio Mondiale.....	13
2. Turismo a Padova.....	16
2.1 UNESCO a Padova: l'Orto Botanico.....	19
2.2 Turismo ed Orto botanico.....	22
3. <i>Padova Urbs picta</i> : dalla candidatura all'inserimento in World Heritage List.....	26
3.1 Dossier di candidatura, criteri, la gestione del sito oggi.....	32
4. Relazione tra <i>Padova Urbs picta</i> ed il turismo.....	38
4.1 Sito UNESCO come <i>brand</i> : promozione con logo e campagne pubblicitarie.....	42
4.2 Studio della strategia promozionale della città.....	47
4.3 Interviste agli attori della città.....	49
5. Effetti della promozione di <i>Padova Urbs picta</i> sul turismo.....	52
5.1 Effetti sperati ed effetti ottenuti: strategia vincente?.....	54
5.2 Difficoltà nel definire l'incremento di turisti dovuto alla designazione UNESCO.....	56
5.3 Confronto con casi simili in Italia.....	57
Conclusioni.....	60
Bibliografia.....	62
Sitografia.....	63



## INTRODUZIONE

Il presente lavoro nasce dalla volontà di analizzare il caso in cui un sito UNESCO diventi *brand*, precisamente nel contesto di Padova dove la promozione turistica della città avviene attraverso la valorizzazione del sito *Padova Urbs picta*. La domanda che mi voglio porre è se la scelta di promuovere una città puntando ampiamente sulla promozione del suo sito UNESCO possa rappresentare una efficace strategia di marketing turistico e di posizionamento per la città stessa. In particolare, mi riferisco a quelle città non conosciutissime a livello internazionale e con una rilevanza turistica minore di città limitrofe. Padova, rispetto a Venezia o a Verona, ne è un esempio. Promuoverla quindi per mezzo del suo sito UNESCO, che funge da elemento attrattivo e valorizzatore, può essere un buon piano? Ritengo interessante analizzare questo fenomeno molto particolare poiché si tratta di una città che viene promossa solo dal punto di vista culturale o comunque “sfruttando” esclusivamente la presenza di un sito UNESCO.

Con il mio elaborato vorrei provare a dimostrare che, anche se la candidatura del sito *Padova Urbs picta* a Patrimonio Mondiale non era stata pensata con fini turistici, si può comunque parlare di relazione tra sito UNESCO e turismo, specialmente se si pensa che la promozione di *Urbs picta* può rivelarsi uno strumento di marketing turistico per la città. È una relazione che nasce solo a posteriori e che può tradursi in un incremento del numero di visitatori in città, legato alla presenza di un sito Patrimonio Mondiale, oppure no?

La metodologia utilizzata per l'analisi del fenomeno oggetto della mia tesi comprende l'analisi della strategia legata alla designazione UNESCO e le interviste ai vari attori coinvolti (figure del Comune, Assessore al turismo e alla cultura, Ufficio Turismo Padova, DMO Padova-Convention & Visitors Bureau ed il *project manager* della candidatura, per citarne alcuni). La mia ricerca si baserà poi sullo studio di come fosse il turismo prima e di cosa si volesse ottenere a designazione avvenuta, quali turismi si intende attrarre (età, provenienza) – in quali periodi dell'anno e per quanto tempo. Presenterò i risvolti di questa scelta

di promozione della città, vedendo se si può parlare di “conseguenze” e definendo efficace o meno la strategia attuata, anche pensando agli scenari futuri.

Per quanto riguarda la struttura della tesi, nel primo capitolo descrivo il turismo in Italia ed in Veneto con particolare attenzione al turismo di tipo culturale ed ai siti Patrimonio Mondiale. Nel secondo capitolo fornisco invece un'analisi del fenomeno turistico nella città di Padova, soffermandomi sulla presenza del sito UNESCO dell'Orto Botanico e sul legame tra questo ed il turismo. Nel terzo capitolo approfondisco un altro sito UNESCO presente a Padova cioè *Padova Urbs picta*, descrivendo i passaggi dalla candidatura all'inserimento in World Heritage List, in particolare analizzando il Dossier di candidatura, i criteri che il sito soddisfa e la gestione del sito oggi. A seguire, lo studio circa il rapporto tra *Padova Urbs picta* ed il turismo, con focus sul fenomeno oggetto della mia tesi ovvero l'utilizzo del sito UNESCO come *brand* e come rappresentazione di una strategia promozionale per la città di Padova. Indagherò tale fenomeno anche attraverso alcune interviste svolte agli attori della città coinvolti. Il mio elaborato si concluderà con un'analisi degli effetti che la strategia di promozione del sito UNESCO ha avuto, ha ed avrà sempre di più sul turismo a Padova. Confronterò gli effetti sperati e gli effetti ottenuti per poter definire la strategia eventualmente come vincente, presenterò le difficoltà che esistono nel definire l'incremento dei turisti, quello esclusivamente dato dalla designazione UNESCO di un sito in una città, e non mancherà un confronto con casi simili in Italia.

Per concludere, grazie al presente lavoro è stato possibile analizzare, anche grazie alle interviste svolte ad attori locali coinvolti, un fenomeno recente ed attuale su cui finora pochi studi erano stati fatti. Sono contenta di poter dimostrare, non solo in quanto padovana, che UNESCO non è solo un “nome-premio” per un luogo fine a sé stesso, ma è un riconoscimento che è in grado di muovere la cultura ed il turismo nel territorio di cui il tal luogo fa parte.



# 1. Turismo in Italia e in Veneto

L'Italia è una delle destinazioni turistiche più note al mondo grazie alla sua storia e cultura, paesaggi naturali, città d'arte, una lunga tradizione culinaria. Con oltre 50 milioni di turisti che visitano il Paese ogni anno, l'industria del turismo è un'importante fonte di reddito per l'economia italiana.

L'Italia è un'importante meta per il turismo congressuale; molte città ospitano eventi di importanza internazionale e fiere di vari settori durante tutto l'anno. Questi rappresentano un'importante guadagno per l'economia italiana e permettono all'Italia di essere considerata come una delle più importanti destinazioni turistiche del mondo.

Il turismo in Italia è considerabile come un insieme di vari "turismi"; il Paese offre ai visitatori varie opzioni per soddisfare i loro interessi e budget.

Per gli appassionati di arte e storia, ci sono numerose città d'arte, famose per i loro tesori artistici e architettonici, tra cui basiliche, musei, chiese e monumenti. Molte di queste città vantano luoghi che fanno parte della Lista del Patrimonio Mondiale dell'UNESCO (WHL) e sono visitate da turisti di tutto il mondo per ammirarne la bellezza e l'importanza storica.

L'Italia è famosa anche dal punto di vista enogastronomico: i turisti possono assaggiare i piatti della tradizione e saperne di più della cucina locale ad esempio unendosi a tour enogastronomici.

Un turismo molto sviluppato è poi quello di tipo balneare: con le sue coste l'Italia attira turisti in cerca di relax ma anche di adrenalina con la possibilità di sperimentare attività ludiche e sportive.

Infine, l'Italia richiama giovani e non solo anche per il divertimento notturno che può offrire; il turista si immerge quindi nella cultura locale.

Il turismo in Italia dunque, si può tradurre in molti modi e il visitatore di qualsiasi età e provenienza è in grado di soddisfare i suoi interessi.

Il Veneto è una regione italiana nota per essere attrattiva dal punto di vista della cultura, storia e natura, con alle spalle una lunga tradizione turistica. Il Veneto accoglie diverse tipologie di turista ma è in grado di soddisfare le esigenze di tutti, da chi cerca la cultura a chi cerca il relax. Una delle voci più importanti, se si considerano le fonti di reddito della regione, è il settore del turismo, che rappresenta quindi un tassello fondamentale dell'economia della regione.

Se si pensa al Veneto lo si associa ad esempio alle sue città ricche di storia, come Venezia, Verona, Padova e Vicenza, che attirano milioni di visitatori ogni anno.

Venezia, con i suoi canali, i ponti ed architetture, è una delle destinazioni turistiche più famose al mondo. Verona, con il suo anfiteatro romano e la casa di Giulietta, e Vicenza, con la sua architettura palladiana, sono altri importanti centri turistici. E poi c'è Padova, che con la sua famosa Basilica di Sant'Antonio, il Prato della Valle e l'Orto Botanico, attrae tutto l'anno turisti interessati alla cultura e alla scienza.

Ma il Veneto è anche molto apprezzato per i suoi luoghi naturali, ad esempio i Colli Euganei e Berici, le isole della Laguna Veneta, le Dolomiti e le Prealpi Venete, che attraggono turisti interessati a sport come il ciclismo e l'escursionismo.

Il vino è un'altra importante attrazione del Veneto: la regione è famosa per i suoi vini come l'Amarone, il Soave e il Prosecco e offre molte opportunità per visitare cantine, degustare vini e partecipare a tour enologici.

Il turismo congressuale ha un grande impatto economico in Veneto. Ospitare molti congressi e conferenze, rilevanti per settori come la scienza, la tecnologia e la medicina, ha contribuito a sviluppare un'infrastruttura di alberghi, centri congressi e servizi turistici di alta qualità.

Infine, il turismo termale è un altro interessante settore del turismo in Veneto. La regione possiede numerose sorgenti termali, come quelle di Abano Terme e Montegrotto Terme, che attirano turisti in cerca di benessere e relax.

In sintesi, il turismo svolge un ruolo importante in Italia e in particolare nell'economia del Veneto, essendo tra le regioni con il maggior numero di arrivi e presenze. Il turismo in questa regione continua a crescere; secondo i dati del 2019, escludendo gli anni della pandemia, il turismo ha generato oltre 11 miliardi di euro di entrate, attirando oltre 20 milioni di visitatori.

## 1.1 Focus sul turismo culturale

In Italia si può affermare che ci siano diversi turismi ma quello più rilevante è sicuramente quello di tipo culturale, che porta maggior reddito al Paese. Con un patrimonio culturale unico e incomparabile, l'Italia attrae milioni di visitatori ogni anno che vengono a scoprire la sua arte, architettura, storia e tradizioni.

L'Italia è conosciuta in tutto il mondo come la patria dell'arte e dell'architettura, con una lunga storia che risale ai tempi antichi. Il paese ospita alcuni dei più importanti monumenti e siti archeologici del mondo, come il Colosseo a Roma, la Torre pendente di Pisa, la Cattedrale di San Marco a Venezia e il Duomo di Firenze. Questi siti attraggono milioni di turisti ogni anno e sono tra i luoghi più visitati in Italia.

Il paese vanta alcuni dei più grandi musei e gallerie d'arte del mondo, che ospitano alcune delle opere più famose e importanti della storia dell'arte.

Oltre ai monumenti, musei e giardini, l'Italia è anche famosa per la sua cultura e tradizioni. Il paese ospita alcune delle festività più famose del mondo, che richiamano pubblico da tutto il mondo che vuole immergersi nella cultura e nella tradizione italiana.

Il Veneto è una delle regioni italiane più ricche di storia e cultura e attira ogni anno un gran numero di turisti interessati. La regione è famosa per le sue città d'arte, ma anche per i suoi paesaggi naturali e i suoi borghi medievali. Questi paesi sono famosi per le loro fortificazioni, piazze e chiese, e sono spesso circondati da zone rurali in cui si può scoprire la vita autentica delle persone.

Venezia, la città più famosa della regione, è uno dei principali punti di riferimento per il turismo culturale in Veneto. Con i suoi canali, i suoi palazzi, le sue chiese e i suoi musei, Venezia è uno scrigno di arte e cultura che attira visitatori da tutto il mondo.

Il Veneto offre molte altre attrazioni culturali, tra cui le ville palladiane, costruite nel XVI e XVII secolo dall'architetto Andrea Palladio. Queste ville sono un esempio di architettura rinascimentale e sono spesso aperte al pubblico per visite guidate. Inoltre, il Veneto è famoso anche per le sue chiese e basiliche, come la Basilica di Santa Maria Gloriosa dei Frari a Venezia e la Basilica Palladiana a Vicenza.

Per quanto riguarda la storia, il Veneto vanta un passato segnato da importanti periodi, dominazioni ed episodi. Molti di questi possono essere scoperti dai visitatori all'interno ad esempio del Museo Storico Navale di Venezia o il Museo della Guerra di Bassano del Grappa.

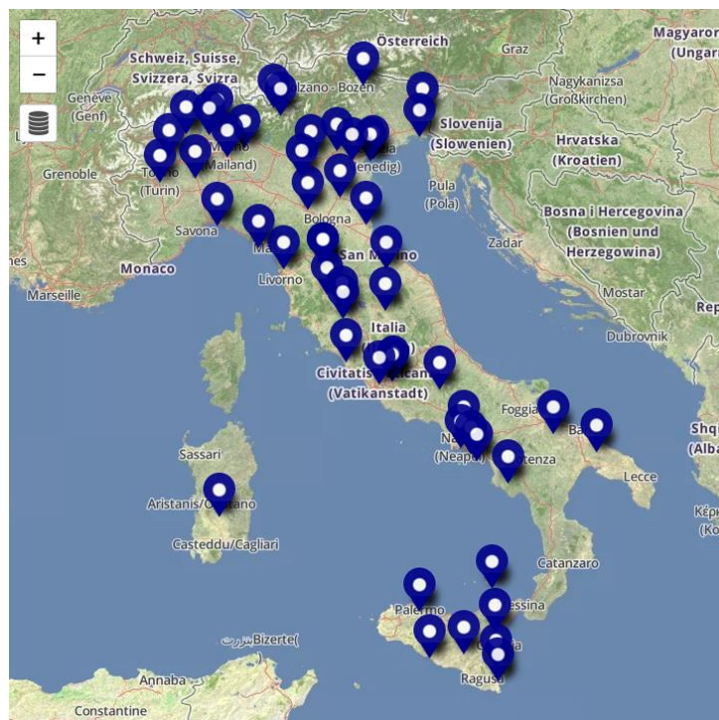
Infine, il turismo culturale in Veneto comprende anche la degustazione di vini e prodotti tipici locali: in questo modo, i visitatori possono scoprire la cultura e le tradizioni del Veneto attraverso i sensi e assaporare la gastronomia locale.

In conclusione, il turismo culturale in Veneto è un'esperienza unica che offre ai visitatori un'ampia scelta di attrazioni culturali, storiche, artistiche e culinarie. Con la sua ricchezza storica e culturale, il Veneto è una destinazione ideale per i turisti che cercano un'esperienza indimenticabile e coinvolgente.

## 1.2 Focus sui siti Patrimonio Mondiale

L'UNESCO (Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura) ha riconosciuto l'importanza dei siti italiani e ne ha dichiarati 58 Patrimoni dell'Umanità. Attualmente l'Italia detiene il maggior numero di siti inclusi in WHL.

Questi siti comprendono una vasta gamma di attrazioni turistiche, come città storiche, monumenti archeologici, parchi naturali e siti architettonici. Di questi 58 siti 5 sono siti naturali (Isole Eolie, Monte San Giorgio, Dolomiti, Monte Etna, Antiche faggete primordiali dei Carpazi e di altre regioni d'Europa) e, nell'ambito dei rimanenti 53 siti del Patrimonio Mondiale, 8 sono paesaggi culturali.<sup>1</sup>



*I 58 siti Patrimonio Mondiale in Italia.*

<sup>1</sup> <https://www.unesco.it/ItaliaNellUnesco/Detail/188>

In Italia, le regioni con il maggior numero di siti UNESCO sono la Toscana, Piemonte, Lombardia, Sicilia e Veneto. Queste regioni vantano una lunga storia e un patrimonio culturale eccezionale, che include monumenti, paesaggi e tradizioni unici, riconosciuti dall'UNESCO come Patrimonio culturale dell'Umanità.

La Valle Camonica, situata nella regione Lombardia, è stata il primo sito in Italia dichiarato Patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO nel 1979 e rappresenta uno dei più importanti siti archeologici d'Europa. La Valle Camonica è famosa per le incisioni rupestri, ovvero una serie di graffiti e dipinti preistorici che si estendono per oltre 140 km quadrati e che sono stati eseguiti dalle culture preistoriche che hanno abitato la zona.

Altri siti famosi in Italia sono la Valle dei Templi in Sicilia, le Dolomiti, Assisi in Umbria, le Cinque Terre in Liguria, il centro storico di Roma e Napoli, la Costiera Amalfitana.

Per quanto riguarda il Veneto, i siti presenti in WHL sono 9: *Venezia e la sua laguna*, *Città di Vicenza e le Ville Palladiane del Veneto*, *Città di Verona*, *Fortezza di Peschiera*, *Dolomiti*, *Siti palafitticoli preistorici attorno alle Alpi*, *Colline del Prosecco*, *Orto Botanico di Padova* e la recente iscrizione di *Padova Urbs picta*.



*Siti Patrimonio Mondiale in Veneto.*

Proprio in Veneto, a Verona nel 2022 e a Padova nel 2021, si sono tenute le ultime due edizioni del World Tourism Event, il Salone dei siti Patrimonio Mondiale presenti in Italia e in alcune parti del mondo. Si tratta di un evento che a settembre giunge alla sua quattordicesima edizione e che ogni anno presenta non solo i vari spazi espositivi dei siti della WHL dove raccogliere informazioni, brochure e consigli di viaggio, ma anche numerosi workshop tra operatori del settore italiani ed internazionali e diversi momenti di approfondimento e confronto su tematiche legate all'attualità, al turismo, ai siti UNESCO e alla loro conservazione, gestione e promozione.



## 2. Turismo a Padova

Padova, città veneta, accoglie un turismo che è in continuo aumento in termini di arrivi e presenze ogni anno. È una città ricca di storia e cultura, con numerose attrazioni turistiche che la rendono una meta ideale per un viaggio in Italia. Infatti, oltre a numerosi visitatori provenienti da altre regioni italiane, Padova attrae soprattutto turisti europei come da Germania, Francia, Regno Unito e Paesi Bassi, ma anche turisti extraeuropei come Stati Uniti, Australia e Giappone. Indipendentemente dalla provenienza geografica però, si nota una comune curiosità nel conoscere soprattutto il lato artistico-storico-culturale della città.

La Basilica di Sant'Antonio, ad esempio, è uno dei luoghi più visitati di Padova. La basilica è dedicata al patrono della città ed è famosa per i suoi affreschi e per il celebre Santuario del Santo, dove sono custodite le reliquie di Sant'Antonio. Ogni anno vengono a visitarla fedeli da tutto il mondo, soprattutto dal Sud America, a testimonianza dell'importanza del luogo non solo per i padovani ma per l'umanità.

Il Palazzo della Ragione, situato nel pieno centro storico, è un altro importante sito turistico. Costruito nel XIII secolo, il palazzo è stato per molti secoli il centro amministrativo e giudiziario della città ed è oggi considerato una delle più grandi sale coperte d'Europa, caratterizzata da meravigliosi affreschi.

E a proposito di affreschi, non si può non citare la Cappella degli Scrovegni, una piccola chiesa che ospita alcuni dei più importanti cicli pittorici del XIV secolo. Costruita nel 1303 dalla famiglia degli Scrovegni, è stata recentemente dichiarata Patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO. La cappella è famosa per le sue pareti interne ricoperte di affreschi che raccontano la storia della salvezza umana, dalla creazione del mondo alla resurrezione di Gesù. Questi affreschi sono stati realizzati da Giusto de' Menabuoi, uno dei più importanti artisti del XIV secolo. Oggi la Cappella degli Scrovegni è un'importante attrazione turistica e ospita numerose attività culturali, tra cui visite guidate, conferenze e mostre.

Tuttavia, l'accesso alla cappella è limitato a un numero esiguo di visitatori al giorno per proteggere gli affreschi e regolare il flusso d'aria e l'umidità.

Un'altra attrazione turistica di Padova è Prato della Valle, un grande parco pubblico situato nel cuore della città e circondato da un canale. Il parco è un luogo ideale per passeggiare e rilassarsi, caratterizzato da numerose statue che raffigurano personaggi illustri della storia, dell'arte e della cultura.

Padova è famosa anche per la sua Università, fondata nel 1222 e considerata una delle più antiche d'Europa. Gli iscritti sono oltre 60.000 studenti, molti dei quali provenienti da regioni e Paesi diversi, attratti dalla qualità dell'istruzione e dalla vivacità della vita universitaria. Particolarmente famosa è la facoltà di Medicina, che ha formato alcuni dei più grandi medici e scienziati della storia, tra cui Galileo Galilei.

L'importanza della città in campo scientifico e medico è evidente anche nel numero di congressi ed eventi che ospita ogni anno. Il turismo congressuale è un motivo di orgoglio per la città ed è un settore in costante crescita. Spiccano il polo fieristico, il nuovo Centro Congressi e tutte le sedi universitarie.

Un altro tipo di turismo importante per la città di Padova, e soprattutto per la sua provincia, è quello termale, ben identificato nella zona di Abano e Montegrotto Terme, verso i Colli Euganei. Sebbene riguardi un'area adiacente al centro cittadino, non è raro che il turista si rechi anche a Padova e si interessi così ad altri aspetti della città.

La città è ben servita dai trasporti pubblici e offre un'ampia scelta di alloggi. Il turismo in città ha una certa stagionalità, con un numero maggiore di turisti durante i mesi estivi e minore durante i mesi invernali. Tuttavia, la città offre sempre molte attrazioni turistiche e culturali che attirano i turisti durante tutto l'anno.

Il turismo a Padova offre quindi una diversità di attrazioni e attività per soddisfare le esigenze dei visitatori di tutti i tipi, dalle famiglie ai gruppi di amici.

Ma veniamo ora al turista che si reca a Padova: l'identikit ci viene fornito ad esempio da un testo pubblicato ad aprile 2021 dal titolo "*I comportamenti e le preferenze del turista culturale a Padova*", un'indagine svolta dal Dipartimento dei Beni Culturali e dal Dipartimento di Scienze Statistiche dell'Università di Padova.

Come suggerisce il titolo, la ricerca riguarda in particolare il cosiddetto turista culturale, poiché la motivazione più grande per recarsi a Padova è proprio lo scoprire il suo patrimonio culturale. Attraverso questionari, sondaggi ed interviste sono emersi diverse informazioni che riguardano le abitudini dei turisti, le loro preferenze, le mode; informazioni particolarmente utili per analizzare il flusso turistico e progettare al meglio le azioni future in termini di gestione della destinazione e di marketing.

L'indagine ci offre una panoramica di dettagli che riguardano il turista domestico, cioè quello che viene da altre regioni italiane, ed il turista che viene dall'estero. Tra questi due ci sono evidenti analogie e differenze circa comportamenti ed interessi.

Innanzitutto, chi è il turista italiano? È un turista che arriva soprattutto da Lombardia, Lazio e Toscana, di età appartenente per la maggiore alla fascia 45-54 anni e che viaggia perlopiù con la famiglia, in coppia o con amici.

Chi è invece il turista internazionale? Una persona dagli Stati Uniti e stati europei come Germania, Francia e Spagna, di età compresa tra i 25 e 75 anni (c'è omogeneità tra le fasce di età, e non una prevalente, sicuramente va notata la presenza di persone anche più anziane). È un turista che viaggia soprattutto in coppia, con la famiglia oppure in solitaria e che tende a fermarsi a Padova mediamente di più di un turista italiano, magari abbinando alla visita della città anche la visita di Venezia e Verona.

Il visitatore italiano è interessato alla cultura, ai luoghi di culto, all'enogastronomia e al partecipare alle attività che la città propone; il turista internazionale pure è interessato a questi aspetti culturali e predilige lo shopping. È una persona che si informa e ciò lo dimostra l'uso maggiore che i turisti stranieri fanno delle brochure, delle visite guidate e dei siti web.

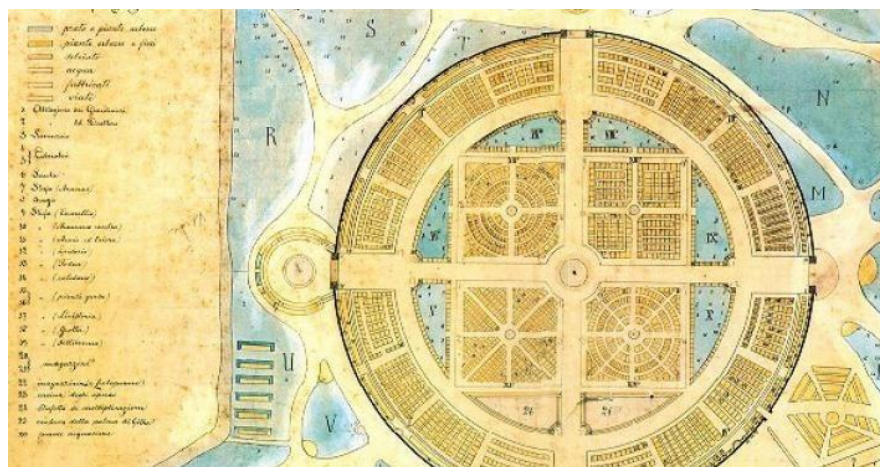
## 2.1 UNESCO a Padova: l'Orto Botanico

Padova è una delle poche città al mondo ad avere ben due siti Patrimonio Mondiale. Quello che per primo nel 1997 fu inserito in World Heritage List è l'Orto Botanico.



*L'Orto Botanico di Padova oggi.*

Uno dei più antichi al mondo, fu fondato nel 1545 ed era anche chiamato Giardino dei semplici dal momento che nacque come orto per la coltivazione di piante officinali, in epoca medievale i cosiddetti “semplici”.



*Pianta originaria dell'Orto Botanico.*

La sua importanza deriva anche dal fatto che tutt'oggi rispecchia la forma ed ubicazione originale: si tratta di un orto a forma rotonda con al suo interno quattro spicchi di terreno separati da sentieri, forma ideale per una città in epoca rinascimentale. Oltre ad essere un esempio architettonico d'eccellenza che ha ispirato altri giardini in Italia e in Europa, l'Orto botanico rappresenta l'enorme sviluppo e successo della medicina e della botanica nei secoli, arrivando ad essere oggi un importante centro di studio e di conservazione delle piante, con oltre 6.000 specie di piante coltivate su un'area di 22 ettari.

L'Orto Botanico di Padova ospita esemplari esotici provenienti da tutto il mondo ma anche le specie più autoctone italiane. La sua missione è quella di conservare, studiare e diffondere la conoscenza delle piante per la salvaguardia della biodiversità.

Si tratta anche di un importante luogo di ricerca scientifica, con una vasta biblioteca e laboratori specializzati per lo studio delle varie specie. Gli scienziati dell'Orto Botanico lavorano su una vasta gamma di tematiche, tra cui la biologia vegetale, la genetica delle piante, la conservazione della biodiversità e l'impatto dei cambiamenti climatici sulle piante.

Tutto ciò testimonia quindi uno scambio di influenze considerevoli nell'area culturale delle scienze botaniche e costituisce una testimonianza eccezionale di una tradizione culturale. È dunque evidente il motivo dell'iscrizione in WHL, e cioè in quanto bene che soddisfa i criteri (ii) e (iii) delle *Linee guida operative per l'attuazione della Convenzione del patrimonio mondiale*, un testo in continuo aggiornamento che affianca la Convenzione del '72 fornendo dettagli circa le procedure di candidature e tutti gli altri processi legati alla WHL.

La motivazione per l'inserimento dell'Orto Botanico di Padova in WHL da parte del Comitato del Patrimonio dell'Umanità (World Heritage Committee) fu infatti:

“L'Orto Botanico di Padova è all'origine di tutti gli orti botanici del mondo e rappresenta la culla della scienza, degli scambi scientifici e della comprensione delle relazioni tra la natura e la cultura. Ha largamente contribuito al progresso

di numerose discipline scientifiche moderne, in particolare la botanica, la medicina, la chimica, l'ecologia e la farmacia".<sup>2</sup>

Si può dunque affermare che l'Orto Botanico di Padova sia un luogo di straordinario valore storico, scientifico e culturale, che rappresenta un'importante testimonianza della storia della botanica e che merita di essere preservato per le generazioni future.

---

<sup>2</sup> <https://www.ortobotanicopd.it/it/lorto-nel-patrimonio-unesco>

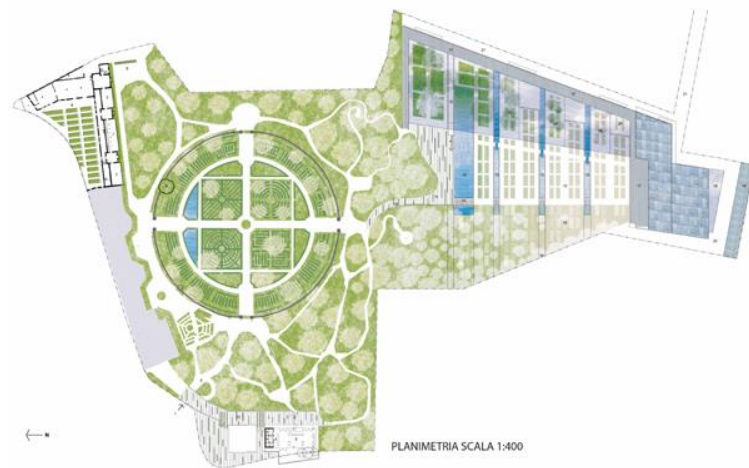
## 2.2 Turismo ed Orto botanico

L'Orto Botanico di Padova rappresenta un' importante attrazione turistica, con oltre 200.000 visitatori ogni anno ed è tra i luoghi più visitati della città, insieme a quelli di carattere storico ed artistico. Ogni giorno, autonomamente o con visite guidate, anche in lingua straniera, i turisti lo visitano e ne apprezzano il valore.

Non si tratta però di un semplice giardino o parco ma di qualcosa importante anche da un punto di vista storico, culturale e sociale.

I visitatori possono passeggiare lungo i sentieri, ammirare la vasta collezione di piante e imparare di più sulla loro storia, la loro ecologia e la loro importanza per il mondo. Il visitatore si reca quindi per la bellezza del luogo e di ciò che trova al suo interno ma la visita è molto di più di un'esperienza visiva. Profumi, suoni, pannelli con informazioni utili ed interessanti, climi ricreati sono solo alcuni degli aspetti che contribuiscono a rendere la visita un'esperienza sensoriale a tutto tondo. Inoltre, la varietà di specie provenienti da tutto il mondo trasmette un senso di connessione ed internazionalità, elementi caratterizzanti della città e del suo ambiente universitario.

È possibile ammirare la pianta più antica dell'Orto Botanico cioè la Palma di San Pietro (1585), anche chiamata la Palma di Goethe poiché il noto poeta tedesco la descrisse nel suo "Saggio sulla metamorfosi delle piante" a seguito di un suo viaggio in Italia. Inoltre, è presente un ginko del 1750 e una magnolia risalente al 1786.



*Orto Botanico e l'adiacente Giardino della Biodiversità.*

Accanto alla parte più antica è stata inaugurata nel 2014 una struttura moderna e all'avanguardia chiamata Giardino della Biodiversità. Essa, suddivisa in diversi ambienti, ricrea differenti climi così da far sopravvivere al suo interno piante provenienti da tutto il mondo.



*Veduta del Giardino della Biodiversità dall'esterno.*

Per i più tecnologici esiste un' app per smartphone e tablet che permette di visitare i vari luoghi di interesse all'interno dell'Orto, proponendo curiosità e approfondimenti sulle piante presenti.



L'Orto è visitabile durante tutto l'anno: nei mesi freddi molte piante che normalmente vivono all'aria aperta vengono poste al riparo dal freddo ma si può comunque apprezzare l'architettura del luogo; nei mesi più caldi invece si possono ammirare sicuramente più colori e percepire più profumi.

Infine, oltre ai normali visitatori, l'Orto Botanico spesso ospita in apposite sale e spazi eventi come concerti o convegni, diventando quindi una perfetta cornice da apprezzare e valorizzare.



### 3. *Padova Urbs picta*: dalla candidatura all'inserimento in World Heritage List

Ma l'Orto Botanico di Padova non è l'unico luogo della città considerato Patrimonio Mondiale.

Infatti, il 24 luglio 2021 non un solo luogo ma bensì otto sono entrati a far parte della Lista: stiamo parlando de "I cicli affrescati del XIV secolo di Padova" che definiscono la città come *Urbs picta*, città dipinta.

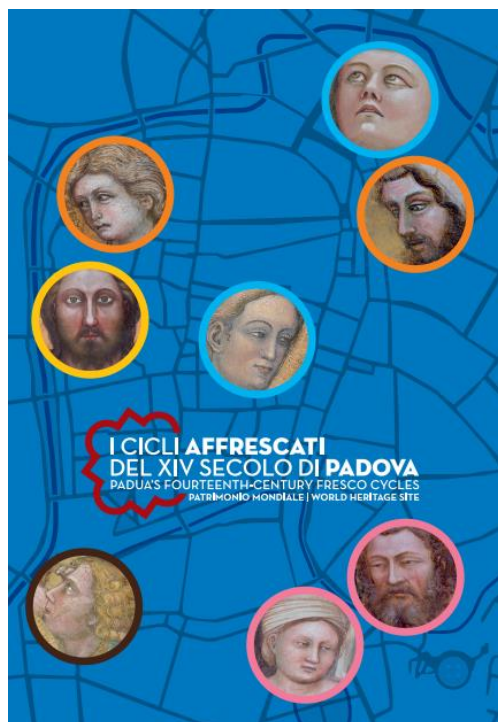


## *Padova Urbs picta*



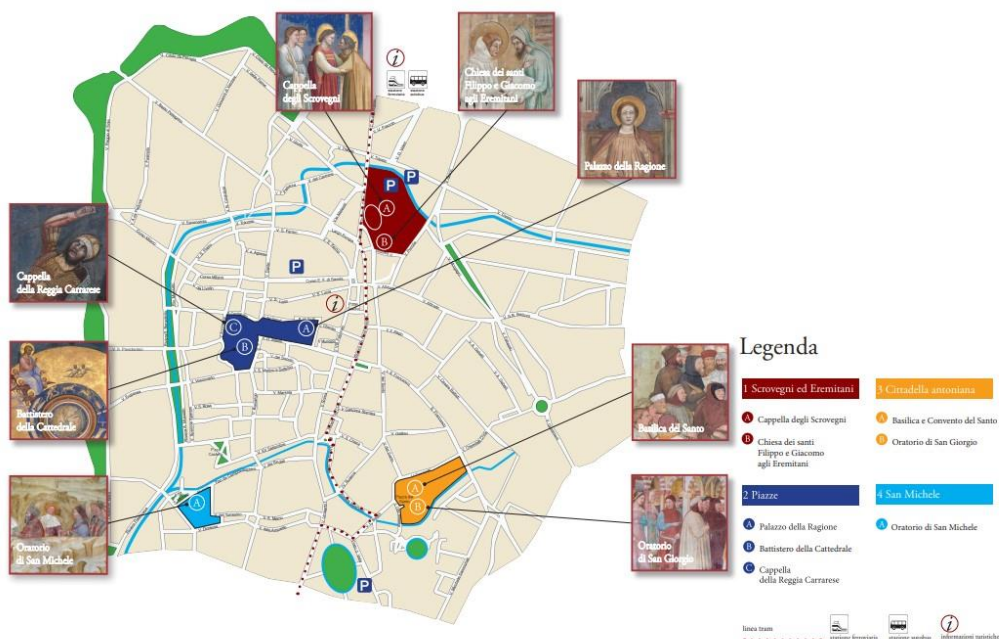
*Padova Urbs picta.*

Si tratta di 8 luoghi: Cappella degli Scrovegni, Chiesa dei Santi Filippo e Giacomo agli Eremitani, Palazzo della Ragione, Battistero della Cattedrale, Cappella della Reggia Carrarese, Basilica e Convento del Santo, Oratorio di San Giorgio e l'Oratorio di San Michele.



*Gli 8 luoghi che compongono il sito seriale.*

Padova Urbs picta è un sito seriale dunque, luoghi diversi ma estremamente legati tra loro che vengono presentati in modo unitario.



*Le aree della città che riguardano la candidatura.*

Nell'arco di 95 anni sei artisti (Giotto, Guariento, Giusto de' Menabuoi, Altichiero da Zevio, Jacopo Avanzi e Jacopo da Verona) hanno decorato questi luoghi con le tecniche più avanzate di prospettiva e con l'intento di rappresentare anche i sentimenti e le emozioni.

Analizzandoli e ammirandoli scopriamo quindi le usanze e tecniche dell'epoca in ambito artistico e impariamo a conoscere meglio anche la storia della città. Infatti, gli affreschi degli 8 luoghi che compongono il sito seriale raffigurano la società del XIV secolo con riferimenti alla scienza, all'astrologia, alla storia ed alla religione.

Ciò testimonia la connessione che c'era in quell'epoca tra personaggi illustri di questi diversi ambiti e dunque lo scambio di idee tra mondi diversi, aspetto che, vedremo più avanti, ha proprio permesso alla città di Padova di vedere riconosciuto come Patrimonio Mondiale anche un altro sito oltre all'Orto Botanico.

Ma l'inserimento in WHL è stata una vera e propria impresa durata anni e anni ed ora vedremo l'iter, dall'idea di candidare il sito a Patrimonio Mondiale fino all'iscrizione in World Heritage List, avvenuta a luglio 2021 quando in Cina il Comitato del Patrimonio Mondiale ha dichiarato Padova Urbs picta come meritevole di entrare a far parte della Lista.

Il processo stesso di candidatura è stato discusso e sviluppato nel tempo, quindi l'inserimento in WHL è il raggiungimento di un successo tanto sperato, discusso, analizzato e voluto che ha richiesto sforzi e tempo da parte di tantissime persone che in questo progetto hanno fortemente creduto.

Vediamo ora le tappe che hanno portato un'idea a concretizzarsi.

Tutto inizia nel 1996 quando il Ministero per i Beni Culturali propone la candidatura a Patrimonio Mondiale della sola Cappella degli Scrovegni.

10 anni più tardi questa viene inserita in Tentative List per quanto riguarda i siti italiani da candidare.

Qualche anno più tardi, tra il 2009 e il 2010, si inizia a pensare di estendere la candidatura anche ad altri luoghi di Padova che possiedono affreschi meravigliosi del XIV secolo.

Da qui nel 2012 inizia l'iter della candidatura di Padova Urbs picta a Patrimonio Mondiale.

L'anno successivo vengono fatte una serie di raccolte firme per trovare appoggio ed approvazione anche tra la popolazione locale e tavole rotonde per uno scambio proficuo di idee.

Nel 2014 si delinea il gruppo di lavoro composto dal Comune di Padova, l'Accademia Galileiana di Scienze, Lettere ed Arti, la Basilica e Convento di Sant'Antonio - Delegazione Pontificia, la Veneranda Arca del Santo, la Diocesi di Padova, l'Università degli Studi di Padova, il Ministero per i Beni Culturali e la Regione Veneto.



*I maggiori esponenti del gruppo di lavoro.*

Dopo due anni di confronti, dibattiti, progetti, studi e scambi di idee, finalmente nel 2016 viene proposta la candidatura per l'iscrizione del bene seriale in WHL e viene inserito in Tentative List.

Tre anni più tardi, nel 2019 il Consiglio Direttivo della Commissione Nazionale Italiana per l'UNESCO decide di proporre Padova Urbs picta come sito italiano da valutare per l'inserimento in WHL.

Inizia ora l'iter della valutazione della candidatura del sito, viene inviato il dossier completo e a Padova si reca l'ispettore ICOMOS per verificare la veridicità di quanto riportato nella candidatura e la coerenza con i valori UNESCO.

L'esito della valutazione doveva essere annunciato a luglio 2020 nella 44° sessione di incontro del Comitato del Patrimonio Mondiale.

A causa dell'emergenza sanitaria però, questa è slittata di un anno quindi si è tenuta a luglio 2021 precisamente a Fuzhou, in Cina. Ed è proprio in quest'occasione che i cicli pittorici del XIV secolo presenti a Padova sono stati premiati, deliberando l'inserimento del bene seriale di Padova Urbs picta in WHL.



*Ministro Casellati insieme a Giorgio Andrian.*

Mentre in Cina proclamavano Padova Urbs picta come Patrimonio Mondiale, nel frattempo in città si seguiva in streaming la nomina proprio da uno dei luoghi che compongono il sito seriale: centinaia di persone, radunate nel meraviglioso Salone di Palazzo della Ragione, alle 15.27 del 24 luglio hanno esultato con enorme gioia al sentire il concretarsi dell'inserimento in WHL.

Grande gioia ed orgoglio per i padovani ma anche per il Veneto, l'Italia e l'umanità intera: a testimoniare le centinaia di testate giornalistiche che hanno dedicato articoli di giornale e servizi tv riguardanti l'iscrizione in WHL e che descrivono il successo della candidatura, l'eccezionale valore universale del

bene e soprattutto dove ci si chiede come mai gli affreschi di Padova non fossero entrati prima in Lista del Patrimonio Mondiale.

Qui di seguito solo alcuni tra i numerosi articoli di giornale che troviamo raggruppati nella rassegna stampa nel sito [www.padovaurbspicta.org](http://www.padovaurbspicta.org).

**il Giornale**  
Dir. Resp.: Augusto Minzolini  
MPA NAZIONALE Tiratura: 93.078 Diffusione: 42.279 Lettori: 340.000

**LA GIOIA DEL PREMIER DRAGHI: «MOTIVO DI ORGOGLIO»**

**Padova «Urbs Picta» proclamata patrimonio mondiale dell'Unesco**

Padova è da oggi nella World Heritage List dell'Unesco con i suoi grandi cicli affrescati del XIV secolo. Viene così riconosciuto l'eccezionale valore artistico e storico universale di un insieme di capolavori realizzati tra il 1305 e il 1397 che hanno rivoluzionato la storia dell'arte, partendo da Giotto fino a Jacopo da Verona. L'Italia è ora il Paese al mondo con più siti Unesco: 57



**Il Messaggero**  
Dir. Resp.: Massimo Martinelli  
IONALE Tiratura: 88.841 Diffusione: 75.200 Lettori: 974.000

**Ora l'Italia ha 71 siti tutelati**  
**Gli affreschi di Padova e le terme di Montecatini patrimonio dell'Unesco**  
**Draghi: «Orgoglio di tutti»**  
Arnaldi a pag. 18



**Domenica**  
Dir. Resp.: Fabio Tamburini  
A NAZIONALE Tiratura: 122.133 Diffusione: 82.260 Lettori: 783.000

**PATRIMONIO MONDIALE «PADOVA PICTA» ENTRA NELLA LISTA UNESCO**

Padova è entrata ieri nella World Heritage List dell'Unesco grazie ai grandi cicli affrescati del XIV secolo che conserva nel suo centro storico. Viene così riconosciuto l'eccezionale valore artistico e storico universale di «Padova Urbs picta», con l'insieme di capolavori realizzati tra il 1305 e il 1397 da figure del calibro di Giotto, Guariento, Giusto de Menabuoi, Altichiero da Zevio e Jacopo Avanzi, che crearono capolavori unici al mondo, dalla Cappella degli Scrovegni agli



**LA STAMPA**  
Dir. Resp.: Massimo Giannini  
Tiratura: 142.304 Diffusione: 114.353 Lettori: 1.132.000

**IL COMMENTO**

**SE ANCHE L'UNESCO SCOPRE PADOVA**

**VITTORIO SGARBI**

**Finalmente: «Padova Urbs Picta» è Patrimonio mondiale dell'Unesco. Quello che fa più impressione è che il riconoscimento non fosse ancora stato assegnato, al Trecento italiano. -P.14**



**LA STAMPA**  
Dir. Resp.: Massimo Giannini  
Sezione: PADOVA SU STAMPA NAZIONALE Tiratura: 142.304 Diffusione: 114.353 Lettori: 1.132.000

**IL COMMENTO**

**Finalmente si sono accorti di Padova e del '300**

**VITTORIO SGARBI**  
Finalmente: «Padova Urbs Picta» è stata dichiarata Patrimonio mondiale dell'Unesco. Quello che fa più impressione è che il prestigioso riconoscimento non fosse ancora stato assegnato, al Tre-

fatto avvenire una sorta di miracolo artistico. La Padova del tempo è come Roma, per ricchezza artistica. Ecco perché, negli anni, sono sempre rimasto colpito dal fatto che il riconoscimento Unesco fosse attribuito a tanti altri siti e che Padova con i suoi affreschi restasse esclusa. Siamo di fronte a un atto di riparazione che direi tardivo, benché giusto. D'altra parte

Oggi la commissione Unesco sta consacrando quell'idea che la cattedra di Storia dell'arte dell'università di Padova, da Ridolfo Pallucchini a Francesca Flores d'Arcais, conosceva bene da tempo. Semmai la sfida era un'altra: guardare a quelle opere da un punto di vista turistico.

Ora la città è pronta, colta e matura e saprà realizzare questo ulteriore passaggio.

Ma non vedo perché si possa accedere tranquillamente al battistero di Padova per ammirare Giusto de' Menabuoi, con le scarpe impolverate, e si debba arrivare a vedere Giotto passando da una porta di servizio per essere puliti. Non ci sono «pazienti» di serie A e di serie B, tutte le opere devono avere pari dignità; e io spero che questo riconos-



**IL GAZZETTINO**  
Dir. Resp.: Vittorio Pignatelli  
Sezione: CRONACA POLITICO-AMMINISTRATIVA Tiratura: 87.491 Diffusione: 48.173 Lettori: 525.000

**«Padova e Giotto, orgoglio italiano»**

La festa a palazzo della Ragione, l'esultanza del presidente del consiglio Draghi. E la politica si unisce: «Ha vinto la città»

Tutti con gli occhi fissati al momento della proclamazione del sito di Padova e Giotto a Patrimonio mondiale dell'Unesco. E poi tutti con un'emozione che si fa sentire in ogni angolo della città. Un orgoglio che si fa sentire in ogni angolo della città. Un orgoglio che si fa sentire in ogni angolo della città.





### 3.1 Dossier di candidatura, criteri, la gestione del sito oggi

Un bene, per poter essere considerato Patrimonio Mondiale e quindi poter entrar a far parte della World Heritage List, deve soddisfare dei criteri, in particolare almeno uno dei 10 criteri descritti dalle *Linee guida operative per l'attuazione della Convenzione del patrimonio mondiale*. I primi sei criteri definiscono i beni culturali mentre gli altri quattro valgono per i beni naturali.

- (i) rappresentare un capolavoro del genio creativo dell'uomo;
- (ii) mostrare un importante interscambio di valori umani, in un lungo arco temporale o all'interno di un'area culturale del mondo, sugli sviluppi nell'architettura, nella tecnologia, nelle arti monumentali, nella pianificazione urbana e nel disegno del paesaggio;
- (iii) essere testimonianza unica o eccezionale di una tradizione culturale o di una civiltà vivente o scomparsa;
- (iv) costituire un esempio straordinario di una tipologia edilizia, di un insieme architettonico o tecnologico, o di un paesaggio, che illustri uno o più importanti fasi nella storia umana;
- (v) essere un esempio eccezionale di un insediamento umano tradizionale, dell'utilizzo di risorse territoriali o marine, rappresentativo di una cultura (o più culture), o dell'interazione dell'uomo con l'ambiente, soprattutto quando lo stesso è divenuto vulnerabile per effetto di trasformazioni irreversibili;
- (vi) essere direttamente o materialmente associati con avvenimenti o tradizioni viventi, idee o credenze, opere artistiche o letterarie, dotate di un significato universale eccezionale. (Il Comitato reputa che questo criterio dovrebbe essere utilizzato in associazione con altri criteri);
- (vii) presentare fenomeni naturali eccezionali o aree di eccezionale bellezza naturale o importanza estetica;
- (viii) costituire una testimonianza straordinaria dei principali periodi dell'evoluzione della terra, comprese testimonianze di vita, di processi geologici in atto nello sviluppo delle caratteristiche fisiche della superficie terrestre o di caratteristiche geomorfiche o fisiografiche significative;
- (ix) costituire esempi rappresentativi di importanti processi ecologici e biologici in atto nell'evoluzione e nello sviluppo di ecosistemi e di ambienti vegetali e animali terrestri, di acqua dolce, costieri e marini;
- (x) presentare gli habitat naturali più importanti e più significativi, adatti per la conservazione in situ della diversità biologica, compresi quelli in cui sopravvivono specie minacciate di eccezionale valore universale dal punto di vista della scienza o della conservazione.

*I 10 criteri previsti nelle Linee Guida Operative.*

Padova, con i suoi cicli affrescati del XIV secolo, entra in World Heritage List come sito seriale secondo il Criterio (ii).

Soddisfare questo criterio per un luogo o monumento significa, come affermano le Linee guida operative, “mostrare un importante interscambio di valori umani, in un lungo arco temporale o all'interno di un'area culturale del

mondo, sugli sviluppi nell'architettura, nella tecnologia, nelle arti monumentali, nella pianificazione urbana e nel disegno del paesaggio".<sup>3</sup>

I cicli di affreschi di Padova, infatti, simboleggiano lo scambio di idee che esisteva tra i personaggi più rilevanti ed influenti del mondo della scienza, della letteratura e dell'arte di Padova nel XIV secolo.<sup>4</sup>

Ma non riguarda solo personaggi originari della città ma bensì anche artisti di altre zone d'Italia che arrivarono a Padova in cerca di innovazione. Qui il mix di artisti portò a nuove idee e tecniche rivoluzionando l'arte, in particolare le raffigurazioni ad affresco, e diventando un modello per altri artisti dell'epoca e del successivo Rinascimento.

Soddisfare almeno uno dei dieci criteri per l'iscrizione dei beni nella Lista del Patrimonio Mondiale non è sufficiente. Un bene, infatti, deve anche soddisfare le condizioni di integrità ed autenticità, nonché i requisiti di protezione e gestione.

L'integrità di un bene per l'UNESCO significa il suo essere completo ed intatto. Padova Urbs picta è considerata un sito UNESCO integro nella misura in cui i vari edifici che lo compongono, seppur di proprietà di enti istituzionali diversi, hanno assistito ed assistono ad azioni individuali e complessive di manutenzione e restauro.

Autenticità invece è un concetto che vale solo per i beni di tipo culturale e fa riferimento alle caratteristiche di credibilità e veridicità che un bene deve avere, ad esempio rispetto al suo stato originario. Queste si possono riscontrare negli attributi di un sito UNESCO come, ad esempio, nella forma e materiale, nella posizione e funzione. Nel caso del sito seriale di Padova si può parlare di autenticità in quanto i vari affreschi si trovano nelle loro posizioni originarie (perfino quelli che nei secoli si sono frammentati ma poi sono stati ricomposti) e se si pensa al design, alla scelta del materiale, al contesto dove gli affreschi sono collocati e al sentimento che evocano coerente alla loro collocazione.

---

<sup>3</sup> <https://www.unesco.beniculturali.it/la-candidatura-1972/>

<sup>4</sup> <https://www.padovaurbspicta.org/home-page-2/i-cicli-affrescati-del-xiv-secolo-di-padova/>

I requisiti di protezione e gestione richiedono che il Valore Universale Eccezionale e le condizioni di autenticità ed integrità vengano conservate e protette nel tempo. Padova Urbs picta soddisfa questo requisito fin dai tempi della candidatura poiché ci sono, sia a livello nazionale che locale, norme e misure che tutelano tutti gli edifici. Inoltre, vengono svolti periodicamente controlli e valutazioni da parte di esperti.

Criteri, condizioni e requisiti sono alla base di un concetto più grande definito Valore Universale Eccezionale, in assenza del quale un bene non può far parte della Lista. Si tratta infatti di un valore che può essere culturale e/o naturale e che è così eccezionale da trascendere i confini nazionali e da avere un'importanza comune per le generazioni presenti e future di tutta l'umanità.



*Valore Universale Eccezionale secondo UNESCO.*

Su questo valore si basa tutta la *Convenzione del Patrimonio Mondiale*, il testo fondamentale del 1972 che fornisce un quadro circa la nomina di un bene a Patrimonio Mondiale, con definizioni, esempi e descrizioni di processi.

Quindi, per un bene è tassativo, per essere considerato Patrimonio dell'Umanità, avere determinate caratteristiche che lo rendono di rilevanza internazionale ed estremamente unico.

Per dimostrare il Valore Universale Eccezionale di un bene si ricorre alle candidature e cioè al dossier di presentazione di un luogo o monumento che viene creato proprio con lo scopo di dimostrare l'unicità ed eccezionalità che il bene ha per l'intera umanità. La candidatura serve per descrivere un bene e le sue caratteristiche e peculiarità, dimostrare che questo realmente possiede questo Outstanding Universal Value e spiegare come questo sarà conservato, gestito e trasmesso.

La candidatura di Padova Urbs picta ha richiesto diverso tempo per essere pensata, messa nero su bianco e proposta. È stato un processo che ha riguardato diverse figure: il Comune di Padova, il Settore Cultura con Federica Millozzi e Federica Franzoso, l'Assessorato alla Cultura con Andrea Colasio, il Club per l'UNESCO di Padova (associazione di volontariato nata ad agosto 2019 per sostenere la candidatura e per valorizzare, in generale, i luoghi Patrimonio Mondiale della città) e l'associazione culturale Vecia Padova, che diffonde la storia e tradizioni della città.

Un'altra fondamentale figura che ha contribuito a rendere concreta la candidatura è Giorgio Andrian, un geografo padovano ed esperto di patrimonio culturale che negli anni ha rivestito il ruolo di funzionario UNESCO a Venezia ed ora è consulente per il Comune di Padova. Si tratta di un esperto di candidature a Patrimonio Mondiale che ho avuto il piacere di conoscere in questi ultimi anni e di intervistare per lo sviluppo di questa tesi.

Altro aspetto importante è il coinvolgimento e sostegno da parte della cittadinanza e non solo riguardo alla candidatura, attraverso raccolte firme e l'organizzazione di momenti di confronto, senza i quali non sarebbe stata la candidatura un processo così sentito e partecipato.

Oltre a dimostrare che un bene possieda il Valore Universale Eccezionale, la candidatura ha l'importante compito di presentare il Piano di Gestione che

riguarda quel bene, cioè tutte quelle azioni previste per la gestione del luogo in quanto Patrimonio Mondiale.

Si tratta di uno strumento flessibile che mira a conservare e tutelare il bene ed il suo OUV, a monitorare il sito UNESCO nel tempo e a valorizzarlo e promuoverlo. Non è solo un fatto di conservazione di un monumento o edificio quindi; il Piano di Gestione analizza e sviluppa temi riguardanti aspetti sociali e culturali che ruotano attorno al bene, come ad esempio lo studio e gestione dei flussi turistici, la progettazione della mobilità ed aspetti legati al commercio.

Il Piano di Gestione del sito seriale di Padova *Urbs picta* è in continuo aggiornamento, quindi non è da considerare solo quello inizialmente proposto nella candidatura nel 2019. Chi se ne occupa è il *Comitato di pilotaggio del sito seriale*, istituito nel 2022 e composto dai membri degli enti istituzionali che possiedono gli otto luoghi di *Urbs picta*. In questo modo ognuno gestisce il proprio sito ma pur sempre seguendo le azioni collettive previste dal Piano di Gestione.

Nel 2023 Padova dovrà fornire ad UNESCO il Piano di Gestione aggiornato, pertanto in questi due anni sono state fatte diverse riunioni tecniche, anche con funzionari dell'Ufficio UNESCO del Ministero della Cultura, per valutare lo stato di avanzamento dei lavori previsti e pensare agli aggiornamenti da apportare al PdG. Si sono svolte anche tavole rotonde con gli stakeholder del territorio per discutere di temi come la mobilità, i flussi di turisti e la capacità di carico dei luoghi.

Tutte queste occasioni di confronto nascono anche dalla necessità di trovare soluzioni alle richieste espresse da ICOMOS, come ad esempio l'avvio di una collaborazione tra i due siti UNESCO a Padova, *Urbs picta* ed Orto Botanico, oppure l'incremento di azioni di restauro e conservazione degli edifici.

Il Piano di Gestione riguarda anche tutte quelle attività di coinvolgimento della popolazione locale per la valorizzazione e fruizione dei luoghi. Nel caso di Padova il sostegno da parte dei cittadini è riscontrabile fin dalla fase di candidatura in cui centinaia di associazioni organizzavano momenti di confronto e pianificazione.



#### 4. Relazione tra *Padova Urbs picta* ed il turismo

La candidatura del sito *Padova Urbs picta* a Patrimonio Mondiale non era stata pensata con fini turistici ma si può comunque parlare di relazione tra sito UNESCO e turismo.

Ma in che termini? Non tanto in termini di visitatori che giungono in città con la motivazione di essere a conoscenza della nomina a Patrimonio Mondiale, quanto piuttosto per il fatto che la promozione di *Urbs picta* sta fungendo da strumento di marketing turistico per la città.

Come vedremo nel quinto capitolo al secondo sotto capitolo, indubbiamente l'avere siti Patrimonio Mondiale per una città si rivela un elemento attrattivo ma è difficile definire quanti turisti si rechino per questo motivo o a prescindere da questo.

In linea di massima essere Patrimonio dell'Umanità fa sì che un bene sia valorizzato e promosso quindi attragga un cospicuo numero di visitatori, ma dipende molto dalla gestione e azioni di promozione.

Nel caso di Padova la relazione è più evidente in termini di strategia più che di risultato poiché, sebbene la candidatura di *Urbs picta* non avesse come fine l'aumento del flusso turistico, si può parlare di azioni di marketing turistico che cavalcano l'onda e traggono profitto dalla recente nomina a Patrimonio Mondiale.

Analizzerò nel prossimo sotto capitolo come Padova *Urbs picta*, oltre a rappresentare un vanto e motivo d'orgoglio per la città, sia anche un vero e proprio strumento per promuoversi e meglio posizionarsi.

Ma parliamo ora di valorizzazione e promozione del sito UNESCO vero e proprio, prima di vedere come possa essere "sfruttato" dalla città stessa.

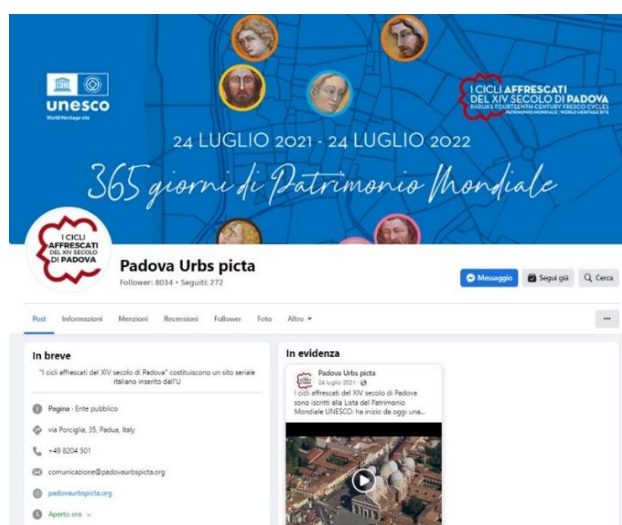
Da quando è entrato in WHL, il sito UNESCO de "I cicli affrescati del XIV secolo di Padova" ha il proprio logo, canali social, sito web, app e card turistica ad hoc. Vediamoli nel dettaglio.

Per quanto riguarda il logo si tratta di una leggera rivisitazione di un *quadrilobo*, un tipico motivo decorativo del Trecento utilizzato in pittura e con l'affresco specialmente a partire da Giotto, che poi venne impiegato anche su monete, gioielli, sculture e manoscritti.



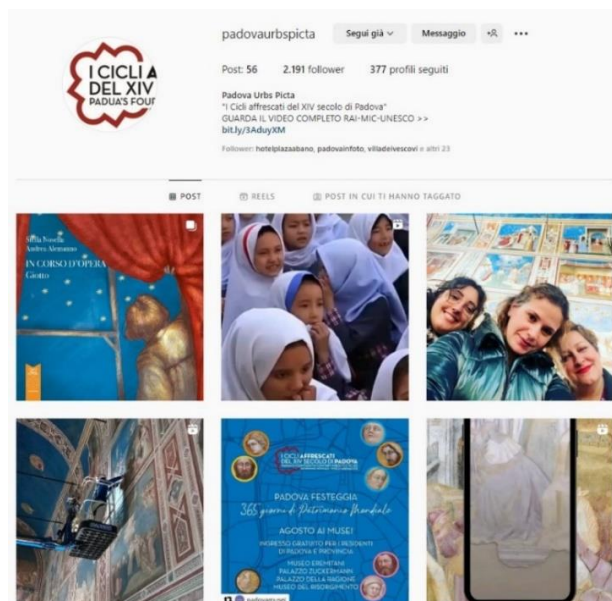
*I loghi di Urbs picta.*

Il sito UNESCO ha i suoi canali social, in particolare è presente su Facebook ed Instagram, in cui vengono proposte agli utenti informazioni utili ed immagini meravigliose. I riferimenti sono <https://www.facebook.com/PadovaUrbspicta/> e <https://www.instagram.com/padovaurbspicta/> e queste di seguito le due homepage.



*Padova Urbs picta su Facebook.*





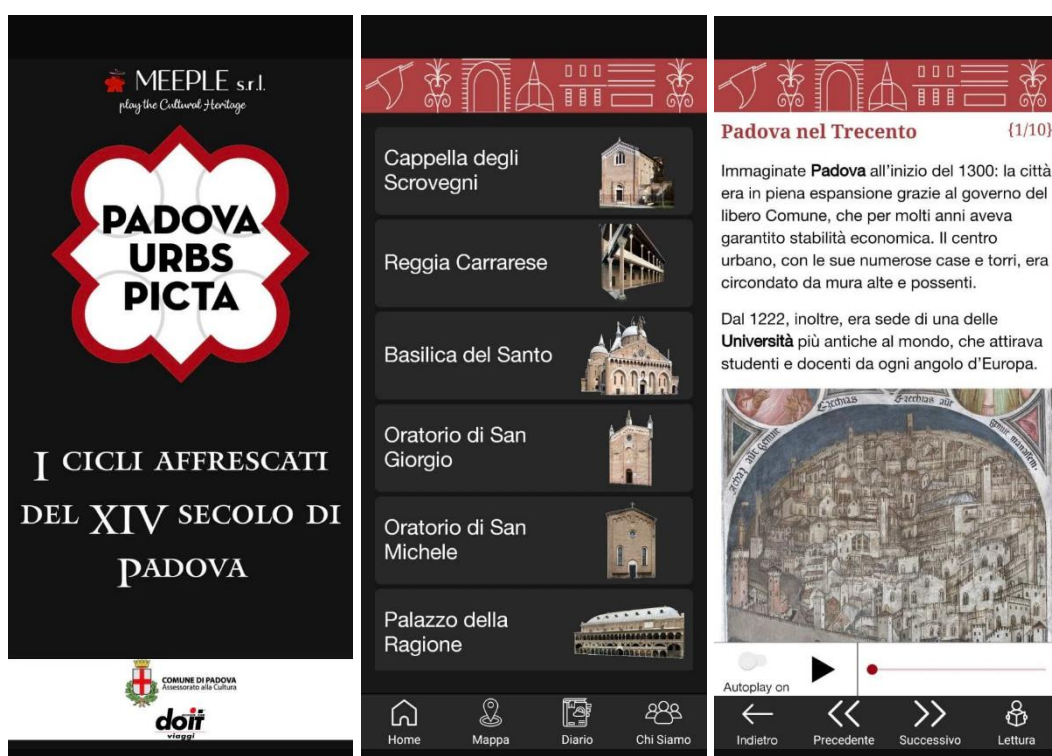
Padova Urbs picta su Instagram.

[www.padovaurbspicta.org](http://www.padovaurbspicta.org) è invece il sito web ufficiale del sito UNESCO, è gestito dal Comune di Padova e si presenta in italiano ma anche in inglese. Offre contenuti riguardo alla candidatura, al Comitato di pilotaggio e al Piano di Gestione, ma anche riferimenti più generali all'UNESCO. Al turista che visiti il sito invece, offre la mappa degli otto luoghi del sito seriale con descrizioni ed immagini, contatti utili ed eventi.



Sito web di Padova Urbs picta.

Veniamo ora all'app gratuita "Padova Urbs picta", creata dal Comune di Padova in collaborazione con Meeple, una start up dell'Università di Padova e realizzata con un contributo della Regione Veneto e dell'agenzia viaggi patavina Dolt Viaggi. L'app vanta già più di 10.000 download e una media di 4,7 su 5 come punteggio di valutazione. L'app, fruibile anche in lingua inglese, risulta di facile consultazione e presenta la mappa degli otto luoghi del sito seriale e per ognuno c'è una scheda dedicata con immagini, descrizioni, info utili e audioguide. Inoltre, è descritto il progetto quindi anche la candidatura, ed è presente pure un glossario.



*Estratti dell'app Padova Urbs picta.*

Esiste poi la "Padova Urbs picta card", ovvero un biglietto unico che consente di visitare gli otto luoghi del sito seriale. Questa è acquistabile negli uffici di informazione turistica della città e in alcuni luoghi del sito UNESCO ma anche online su [www.turismopadova.it](http://www.turismopadova.it), su [www.cappelladegliscrovegni.it](http://www.cappelladegliscrovegni.it) e su Vivaticket. I turisti possono scegliere tra quella da 48 ore a 28 euro e quella da 72 ore a 35 euro, entrambe includono anche i mezzi pubblici. Per i residenti nella provincia di Padova invece, c'è la possibilità di acquistare la card con validità 6 mesi a 25 euro.

## 4.1 Sito UNESCO come *brand*: promozione con logo e campagne pubblicitarie

Dopo aver analizzato diversi strumenti che valorizzano il sito UNESCO ed hanno un'utilità a livello turistico, vediamo ora quali sono le azioni che la città di Padova ha messo e sta mettendo in atto per promuoversi grazie al sito seriale.

Padova, infatti, da quando ha ricevuto la nomina di *Urbs picta* a Patrimonio Mondiale, ha puntato moltissimo sulla valorizzazione di questo aspetto e quindi sul suo lato culturale. Si può quindi affermare che la promozione di *Urbs picta* stia fungendo da strumento di marketing turistico per la città e che Padova abbia deciso di promuoversi soprattutto da un punto di vista culturale. Vediamo ora degli esempi concreti.

Innanzitutto, il logo di Padova *Urbs picta* diventa ricorrente non solo nel materiale promozionale turistico ma anche in quello più generico della città. Diventa in un certo senso il logo della città stessa, pur realmente rappresentandone 8 luoghi.



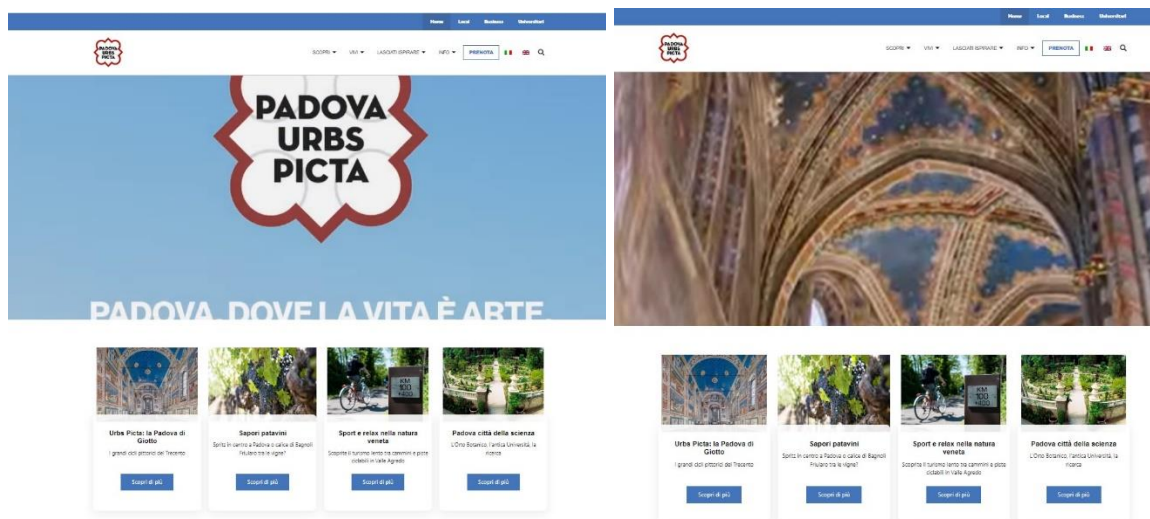
*Esempio di manifesto nel centro città.*

Stesso discorso per le immagini di affreschi con lo slogan “Padova meravigliosa! Siamo Patrimonio UNESCO” che rivestono ad esempio i mezzi pubblici o che si mostrano in città con manifesti e locandine affisse.



*Padova Urbs picta sui mezzi pubblici.*

Il sito web di turismo della città, [www.turismopadova.it](http://www.turismopadova.it), negli ultimi due anni ha cambiato completamente aspetto ed impostazione. Svolgendo un tirocinio curriculare di un anno a cavallo tra 2021 e 2022 presso il Convention & Visitors Bureau di Padova, ho seguito in prima persona questo *restyling*. Abbiamo risistemato i testi e le traduzioni ed aggiornato le immagini ed informazioni, ma la cosa più rilevante è la visibilità che si ha voluto dare all'aspetto culturale di Padova, valorizzando Urbs picta. Il sito web presenta Padova sotto tanti punti di vista (sport, vivere la città, enogastronomia, cultura, pernottamenti ecc) ma sicuramente l'aspetto culturale ed artistico spicca, come testimoniano queste due anteprime della homepage del portale.



*Portale web turistico di Padova.*

Altre azioni del piano marketing che riguardano Padova sono ad esempio le campagne pubblicitarie in tv, quotidiani, riviste, social e radio: Padova si promuove a 360° ma anche in questo caso l'aspetto che più risalta è quello culturale e in particolare legato al suo sito UNESCO di Urbs picta.

Questo qui di seguito, ad esempio, è un video che è stato trasmesso in tv, sui social e riprodotto nelle principali emittenti radiofoniche e per cui Padova quest'estate ha investito circa 750 mila euro. Il video in soli 30 secondi ci dà moltissime informazioni su Padova e soprattutto invita a visitarla, scoprirla ed apprezzarla. Come si può notare, il logo di Urbs picta e un *claim* che richiami l'arte non mancano.



Turismo Padova dove la vita è arte spot pubblicità 2022

*Video promozionale di Padova.*

Padova è anche sport, e questo pure “si tinge” di Urbs picta. Ne sono un esempio le maglie del Calcio Padova che, seguendo le orme della Pallavolo Padova e della Virtus Basket che già avevano introdotto lo stemma di Urbs picta nelle loro divise, da settembre presentano una grafica che riproduce gli affreschi di Palazzo della Ragione. Un tributo alla città, un'operazione di marketing e un modo per connettere sport e cultura.



*Maglie degli sportivi a tema Padova Urbs picta.*

Un altro esempio di omaggio a Padova, ed in particolare al suo sito UNESCO Urbs picta, è rappresentato dalla Padova Marathon che si è tenuta il 24 aprile 2022 e nella quale ho avuto il piacere di lavorare. La competizione infatti, aveva l'anno scorso lo slogan "Run into art" e tutta la comunicazione e materiale promozionale era incentrato su "I cicli affrescati del XIV secolo di Padova". Ma la sinergia tra sport e cultura non si ferma qui: i partecipanti in quei giorni hanno potuto visitare alcuni dei principali musei della città su presentazione di un voucher ricevuto in fase di iscrizione alla competizione.



*Locandina di Padova Marathon.*

Per quanto riguarda le principali fiere e manifestazioni sulla tematica del turismo, siano esse per operatori del settore o per pubblico generico, anche in questo caso la comunicazione della città di Padova è cambiata ed è da più di un anno orientata soprattutto al suo lato culturale.

Sulla base della mia esperienza di tirocinio al Convention & Visitors Bureau di Padova, posso descrivere le modalità di promozione e valorizzazione della città in contesti come la Fiera TTG Travel Experience di Rimini a cui ho partecipato dal 13 al 15 ottobre 2021 e la fiera BIT di Milano (Borsa Internazionale del Turismo) a cui ho partecipato dal 10 al 12 aprile 2022.

In entrambi i casi Padova era presente con un meraviglioso stand che riproduceva gli affreschi della Cappella degli Scrovegni e di altri luoghi del sito UNESCO; la città era promossa proprio come Urbs picta. Ma nello spazio espositivo le mie colleghe ed io promuovevamo comunque la città a 360° distribuendo brochure e materiale promozionale riguardante vari lati di Padova e non solo quello culturale che già era predominante con gli allestimenti. C'è da dire però che il dépliant che più attirava l'attenzione degli operatori turistici o dei visitatori era proprio quello riguardo Padova Urbs picta.



*Le mie colleghe del tirocinio ed io alla fiera TTG e fiera BIT.*

## 4.2 Studio della strategia promozionale della città

Gli esempi appena descritti sono alcune delle più importanti azioni concrete di un'ampia campagna promozionale della città che si basa fortemente sul "fenomeno" di *Urbs picta*. Abbiamo visto come questo sia stato e possa ancor di più essere utilizzato come strumento per valorizzare e promuovere la città, sia ad un pubblico italiano che ad un pubblico internazionale. La forza di questo sito UNESCO sta anche nel fatto che l'immagine è un potente mezzo e non conosce lingua quindi anche una semplice foto ha un grand potere attrattivo.

Ma basta essere un sito UNESCO per rappresentare in molti contesti la città? Nel caso di Padova si tratta di una città con una grande vocazione per accogliere il turismo di tipo culturale; quindi, non poteva esserci bene migliore che la potesse e possa rappresentare. Con questa strategia si ha voluto e si vuole dare risalto proprio al suo essere tra le migliori città d'arte d'Italia e al fatto di possedere non uno ma ben due siti Patrimonio Mondiale.

La campagna promozionale, come ci raccontano ad esempio il Sindaco Sergio Giordani, l'Assessore alla Cultura Andrea Colasio e l'Assessore al Commercio Antonio Bressa, nasce dalla volontà di omaggiare la città ma soprattutto con il fine di rendere consapevoli in primis i padovani e i veneti della presenza di tale patrimonio e di promuoverlo a tutta l'umanità.

La città si vuole mostrare in grande crescita e punta a meglio posizionarsi, quindi ad essere conosciuta maggiormente e ad essere considerata in modo ancor più positivo. Si è cercato di creare un *city branding* attraverso una comunicazione della città coerente su vari fronti quindi con azioni diverse ma accomunate dal fatto di rappresentare il sito UNESCO di Padova *Urbs picta*.

Si tratta di una strategia di marketing territoriale con finalità anche turistiche: indubbiamente, fin da subito, si ha voluto cogliere l'occasione della nomina a Patrimonio Mondiale per promuoversi dando risalto alla novità in modo da poter attrarre visitatori in città. L'idea era ed è quindi di incrementare il flusso turistico, possibilmente allungare il tempo di permanenza dei turisti in città, eventualmente



destagionalizzare, quindi rendere attrattiva Padova durante tutto l'anno compresi i periodi in cui è meno frequentata di solito.

Con questo tipo di campagna promozionale e di marketing si guarda anche al turista: egli già si recava a Padova con la motivazione dello scoprire la cultura, ora ciò è ancor più accentuato, anche grazie ai migliori strumenti di cui può usufruire per godere del patrimonio (card, app ecc).

Prima del Covid, il 2019 era stato un anno molto fortunato per la città, con cifre da record per quanto riguarda il numero di visitatori. Ora, nonostante 2020 e 2021 siano stati anni disastrosi in termini turistici, la città accoglie nuovamente i grandi numeri di presenze ed arrivi, di escursionisti e turisti.

Il merito è sicuramente del miglioramento della situazione sanitaria già dal 2022 e il conseguente ritorno al viaggiare, ma anche dell'eccezionale promozione della città, e di Urbs picta quindi. Il trend è in crescita e ci si augura, per questi anni a venire, la bellezza di due milioni di presenze l'anno; è quindi importante continuare con un'efficace strategia di marketing, di comunicazione e di pianificazione turistica.

### 4.3 Interviste agli attori della città

Per la stesura della mia tesi, oltre alle fonti bibliografiche da cui ho attinto e i siti web consultati, mi sono servita delle risorse umane che più ne sanno di Padova *Urbs picta*, ad esempio riguardo la sua candidatura oppure la sua promozione e valorizzazione ma anche il rapporto tra sito UNESCO e turismo.

Mi sono potuta confrontare con le ex colleghe del Convention & Visitors Bureau per quanto riguarda le strategie promozionali e il marketing turistico ad esempio. Inoltre, è stato utile ed interessante interpellare alcuni degli operatori degli Uffici di informazione e accoglienza turistica che avevo conosciuto in quel periodo di tirocinio soprattutto sotto l'aspetto del profilo dei turisti e i loro interessi.

C'è però un contatto che ritengo abbia apportato maggior valore aggiunto alla mia ricerca, e che in un certo senso mi ha condotto a pensare ad una tesi sul tema UNESCO a conclusione dei miei studi in ambito turistico: si tratta di Giorgio Andrian menzionato pochi capitoli fa. Avevo avuto occasione di conoscerlo nel periodo in cui, durante i miei studi magistrali, stavo seguendo il corso *Beni culturali ed offerta turistica* del Prof. Giannasi.

Era il 2019 e a Padova spesso venivano organizzate tavole rotonde e occasioni di incontro e dibattito circa il tema di *Urbs picta*, che a quel tempo era appena stata scelta come bene italiano da valutare per entrare a far parte della WHL. Un giorno ad uno di questi incontri mi sono presentata con la curiosità di saperne di più riguardo a questo bene della mia città che sarebbe potuto diventare Patrimonio Mondiale. Erano presenti diversi rappresentanti delle varie associazioni che supportavano la candidatura ma soprattutto a raccontarci l'iter di candidatura c'era proprio il Dr. Andrian, il curatore di questa.

Ricordo di essere rimasta molto sorpresa di conoscere meglio il potenziale che vari luoghi di Padova avevano ma soprattutto era cresciuta in me ancora di più la curiosità di sostenere questa candidatura e scoprire l'esito della valutazione. Inutile descrivere la gioia e l'orgoglio che ho provato quando nel

luglio 2021 “I cicli affrescati del XIV secolo di Padova” sono ufficialmente entrati in World Heritage List.

In questi anni, anche post nomina a Patrimonio Mondiale, ho mantenuto i contatti col Dr. Andrian; specialmente durante l’anno di tirocinio, l’ho incontrato in diversi convegni sul tema della gestione del sito UNESCO o sul rapporto tra questo e il turismo, oppure gli ho fatto pervenire le foto dello spazio espositivo che Padova aveva in fiere come la TTG e la BIT, riscontrando un forte apprezzamento da parte sua nel vedere Urbs picta valorizzata in tal modo.

La mia tesi nasce quindi dall’interesse verso l’UNESCO e la WHL, sviluppato all’università e aumentato stando a contatto con Urbs picta e il suo rapporto col turismo.

Il Dr. Andrian è consulente per il Comune di Padova, è stato il project manager della candidatura, tutt’ora segue Urbs picta ed è ora professore presso la Venice International University in cui tiene il corso “Cultural Diplomacy and the Role of UNESCO”. Nonostante sia una persona impegnata su moltissimi fronti, è stato estremamente disponibile a raccontarmi Padova Urbs picta dalla A alla Z, fornirmi materiali utili ed informazioni preziose, e chi meglio ne sa della candidatura di questo sito seriale se non chi l’ha curata e ha diretto la squadra che l’ha prodotta?

Nel settembre scorso incontro il Dr. Andrian e quello che doveva essere un semplice caffè per fornirmi qualche indicazione per la mia tesi si trasforma in due ore di conversazione riguardo la tematica della candidatura, della promozione del bene e il rapporto col turismo. L’entusiasmo di quest’uomo è contagioso e mi spiego quindi come possa esser riuscito a dirigere una squadra, convincere l’Amministrazione comunale e portare Urbs picta al successo.

Mi racconta come tutto nasca nel 2010 dall’idea di voler candidare a Patrimonio Mondiale anche altri luoghi di Padova e non solo la Cappella degli Scrovegni, mi descrive i vari attori coinvolti e le dinamiche tra questi che non sempre erano d’accordo; poi nel 2014 si inizia a pensare alla candidatura che verrà presentata due anni più tardi, mi spiega le vicissitudini, le difficoltà, le ricerche fatte e le soddisfazioni.

Una tematica rilevante che è emersa col Dr. Andrian è il coinvolgimento della popolazione: prima della candidatura con le raccolte firme che hanno visto il sostegno di almeno 6000 cittadini, ma anche durante e post. Questo significa che la popolazione riconosce i luoghi come meritevoli e con potenziale e capisce che i primi fruitori possono e devono essere proprio i cittadini.

Per quanto riguarda il rapporto tra Patrimonio Mondiale e turismo, viene detto che essere presente nella WHL per un luogo è una qualità che lo rende sicuramente interessante ma essere un sito UNESCO non basta per attrarre turismo, azioni di marketing turistico e la giusta promozione e valorizzazione del bene sono essenziali.

In ogni caso spingere troppo sul turismo, dice il Dr. Andrian, non fa bene ai luoghi, va contro la natura stessa della candidatura a Patrimonio Mondiale che non è pensata con (soli) fini turistici. Indubbiamente le conseguenze sul turismo poi ci sono e il project manager lo chiama Effetto UNESCO, difficile da misurare (ad esempio in termini di numeri di turisti che si recano a Padova per il fatto che possieda siti UNESCO) e che può svanire se non ben gestito.

Una cosa sono i dati e un'altra è il *sentiment*, cioè il livello di soddisfazione che l'utente ha dopo la visita e fruizione dei luoghi. Quindi è difficile misurare l'apprezzamento dei luoghi se ci si basa solo sulle presenze effettive, andrebbe indagata meglio la percezione dei visitatori.

Una domanda che il Dr. Andrian mi pone come spunto di riflessione è se a Padova servisse la nomina di *Urbs picta* a Patrimonio Mondiale. Come sostiene lui, si può rispondere di no poiché si tratta di una città che era attrattiva, apprezzata e nota già prima di entrare a far parte della WHL con un secondo bene; si può invece rispondere di sì se si pensa che ora possa essere più conosciuta anche a livello internazionale, poiché UNESCO fa da *brand* e trascina.

## 5 Effetti della promozione di *Padova Urbs picta* sul turismo

Come abbiamo visto, Padova Urbs picta non nasce per influenzare il flusso turistico nella città ma la sua promozione è stata ed è capace di influenzare il turismo, inteso come numero di visitatori oppure come motivazione che porta i turisti in città. Si può quindi parlare di Effetto UNESCO e di relazione tra Patrimonio Mondiale e turismo.

La strategia promozionale, le campagne, il marketing e tutto ciò che ha contribuito e contribuisce a creare una *identity* e un *city branding*, a Padova rappresenta un filone coerente che identifica la città, i suoi valori e la sua forza attrattiva.

La strategia messa in atto si dirige ad un pubblico locale, quindi il coinvolgimento dei cittadini in primis, ad un pubblico nazionale, per far sentire tutti gli italiani fieri di un ulteriore sito UNESCO, ma anche ad un pubblico internazionale.

Ecco che molti dei materiali promozionali sono in inglese e altre lingue comuni, ecco che il sito web del sito seriale e l'app di Urbs picta si mostrano con la doppia lingua. E ancora, internazionale perché anche dall'altra parte del mondo l'Italia è conosciuta come la patria della storia, dell'arte e dell'architettura quindi, comunicarsi utilizzando questi valori, rende la città attrattiva e richiama facilmente i visitatori. Basti pensare che uno dei paesi da cui provengono per la maggiore i turisti non europei sono gli Stati Uniti.

Padova Urbs picta impatta sul turismo negli otto luoghi del sito seriale ma anche su ciò che gravita attorno. Nel caso in cui realmente un turista si rechi in città con la "motivazione UNESCO", cioè poiché è a conoscenza della nomina a Patrimonio Mondiale ed è interessato a scoprirne il Valore Universale Eccezionale di persona, egli indubbiamente fruirà di servizi in città, visiterà magari altri luoghi, scoprirà i dintorni e in generale porta guadagno alla città. Dunque, ciò che sta attorno ad un sito UNESCO ottiene visibilità e presenze e

l'impatto economico è comunque un fattore rilevante per tutta la strategia di Padova.

L'Effetto UNESCO si riscontra anche nel fatto che, dopo mesi di stop turistico e in generale di oltre un anno di bassi numeri di visitatori in città, Padova sia tornata molto velocemente ai numeri del 2019, in alcuni mesi anche superandoli.

Noi italiani in quei mesi ad esempio del 2020 e 2021, tra divieti e zone colorate, quel poco che ci siamo spostati lo abbiamo fatto nei dintorni o comunque molto a livello regionale e nazionale. Abbiamo riscoperto le nostre città in cui viviamo ma conosciamo parzialmente, le città vicine che spesso diamo per scontate ma che meritano uno sguardo in più. In quel periodo non felicissimo le città d'arte hanno ricevuto soddisfazioni e a loro volta sono state in grado, nonostante le imposizioni legate alla crisi sanitaria, di adattarsi e ripensarsi per proporre comunque un'offerta turistica fruibile anche in un momento di anormalità. Ne sono un esempio i tour virtuali e le soluzioni tecnologiche più smart ed interattive.

Come ho già detto, è difficile definire l'Effetto UNESCO sul turismo in termini di numero di arrivi e presenze, ma invece si può riscontrare sull'attrattività della città che è aumentata. Un esempio sono le ricerche che gli utenti fanno sul web: da quando Padova Urbs picta è entrata in WHL, e da quando sono attive campagne marketing efficaci, gli utenti cercano di più Padova su Google, ad esempio, e si informano su dove si trovi e cosa vedere. La città si è posizionata quindi qualche gradino più in alto anche nel mondo virtuale.

## 5.1 Effetti sperati ed effetti ottenuti: strategia vincente?

Nonostante sia difficile parlare di dati reali riguardo ai visitatori che negli ultimi due anni si sono recati a Padova solo con la “motivazione UNESCO”, è invece oggettivo parlare dei dati reali che riguardano i turisti più in generale.

Specialmente il 2022 è stato un anno da record in termini di presenze ed arrivi. Basti pensare che tra gennaio e settembre sono state rilevate 2.138.140 presenze, quindi più dei due milioni che ci si auspicava ed augurava di accogliere in un anno in città. Il risultato è andato ben oltre le aspettative.

Questa rilevazione delle presenze è stata possibile anche grazie ad un metodo *smart* che Padova ha adottato in quei mesi, e cioè l’analisi dei rilevamenti di presenze grazie alle celle telefoniche, considerando quelle verso la città, quindi escludendo chi ci vive o lavora.

Questo utilizzo dei *big data* era già stato pensato prima della pandemia ma, solo dopo aver ripreso ritmi turistici più “normali”, è stato messo in campo, fornendo preziose informazioni non solo in quanto a numeri di turisti in città ma anche riguardo ai loro profili, i loro spostamenti, le loro visite ed attività.

Perfino nel 2020, con tutte le difficoltà del caso, in città si è recato un milione di persone e il 2021 poi ha visto un bel decollo, un po’ per l’alleggerimento delle restrizioni, un po’ per la diminuzione di contagi. Ma questo decollo lo si può soprattutto associare ai mesi estivi, in cui in città comunque era successo qualcosa di grande, qualcosa di bello: la nomina a Patrimonio Mondiale per il bene de “I cicli affrescati del XIV secolo di Padova”.

Quindi il progressivo aumento del flusso turistico si può dire dipenda anche da *Urbs picta*. Quindi sì, tutto il marketing, campagne promozionali, valorizzazione dei luoghi e proposte di un’offerta turistica integrata e completa sono parte di una strategia assolutamente vincente.

A definirla vincente è anche l'Assessore Andrea Colasio, il quale sostiene che questo supporto ad Urbs picta e alla promozione della città di Padova mediante il sito UNESCO debba continuare, si debba investire ancora e si debba ad esempio reinvestire le tasse di soggiorno dei turisti per creare una strategia efficace ed efficiente anche a medio-lungo termine.

A testimonianza del fatto che la strategia promozionale di Padova sia definibile vincente, è poi importante dire che la card di Urbs picta conta più di 6000 acquisti e l'app già oltre i 10000 download.

Interessante è poi analizzare una linea del tempo interattiva presente sul web che descrive qualsiasi avvenimento legato ad Urbs picta, dalla nomina a Patrimonio Mondiale ad oggi: sono infatti illustrate tutte le tappe di questo anno e mezzo in termini di valorizzazione del bene, di promozione di questo, di promozione della città mediante questo, le opere di conservazione e restauro e tutti gli eventi e manifestazioni pubbliche organizzate in città a tema Urbs picta e quelle a cui Padova ha partecipato come città che possiede Urbs picta.



*Linea del tempo con le tappe di Padova Urbs picta dall'inserimento in WHL ad oggi.*



## 5.2 Difficoltà nel definire l'incremento di turisti dovuto alla designazione UNESCO

Ma perché è così difficile parlare di dati certi riguardo a chi si reca in città per il fatto di essere a conoscenza che Padova abbia due siti UNESCO?

Perché per poterli avere dovremmo chiedere, a qualsiasi persona arrivi a Padova, la motivazione del viaggio. Ciò non è possibile quindi parliamo per stime, per riflessioni post analisi di un campione di visitatori ad esempio, oppure basandoci sui dati più generali che riguardano i luoghi della cultura. O ancora, facendo un confronto con altre città vicine, ad esempio Verona e Vicenza che post Covid, e senza avere nuovi siti UNESCO in città, non hanno registrato l'aumento di visitatori che ha visto invece Padova. Inoltre, come dicevo nel sotto capitolo precedente, è possibile pensare ai turisti "dovuti" al fenomeno UNESCO ad esempio se si fa una riflessione sui grandi numeri di acquisti e download che contano rispettivamente la card e l'app di Urbs picta.

### 5.3 Confronto con casi simili in Italia

Volendo analizzare un sito UNESCO italiano che per molti versi sia simile a Padova Urbs picta, ho pensato di prendere come esempio il caso della città di Ferrara, il cui centro storico è iscritto alla Lista del Patrimonio Mondiale dal 1995 (e dal 1999 il bene è diventato “Ferrara, città del Rinascimento e il suo Delta del Po”).

Guardando il sito web ufficiale di informazione turistica della città e la sua provincia ([www.ferraraterraeacqua.it](http://www.ferraraterraeacqua.it)), si nota già la somiglianza con il portale turistico della città di Padova: viene messo in risalto il logo di UNESCO, si nomina il fatto che Ferrara faccia parte della WHL, e in generale si dà molto spazio ad immagini e testi che riguardano il patrimonio artistico e culturale della città.



*Homepage del portale web turistico della città di Ferrara.*

È interessante notare questo mettere in luce il fattore UNESCO anche dopo 28 anni dall’inserimento in WHL.

Il confronto può essere fatto poi in termini di valorizzazione del bene e promozione della città: tutt'oggi Ferrara segue un piano marketing eccezionale, promuovendosi alle fiere di settore, sul web e social, con campagne promozionali mirate. Vengono organizzati spesso eventi e manifestazioni dentro le mura, vengono promossi itinerari turistici che tocchino la città e poi la costa ad esempio, insomma la città cerca di offrire molti modi di fruizione della stessa al turista.

Tutte le azioni di promozione e valorizzazione turistica da anni utilizzano il *brand* UNESCO per rafforzare l'attrattività della città, come testimonia lo slogan della città "Ferrara Capitale del Rinascimento".

Per quanto riguarda il flusso turistico, dopo il drastico crollo nel 2020 e parzialmente nel 2021 ora i numeri stanno crescendo dal 2022 anche se non ancora in linea con quanto si rilevava nel 2019. Questo dato, come accennavo anche nel sotto capitolo precedente, conferma in un certo senso il valore di Padova per avere guadagnato un altro posto in WHL, e cioè il fatto che non ha sofferto un calo del flusso turistico nel 2021 e 2022 come altre città che invece un nuovo sito UNESCO non lo hanno visto riconosciuto.

Il turismo a Ferrara dopo la pandemia si sta riprendendo e tornerà a brillare nei luoghi che la rendono Patrimonio dell'Umanità, quindi la strategia della città di puntare sul suo sito UNESCO è in ogni caso vincente come su Padova.



## CONCLUSIONI

Il presente lavoro di tesi nasce da un interesse per il Patrimonio Mondiale e dalla volontà di studiare l'UNESCO a Padova, la mia città. In particolare, ho voluto trattare il sito di Padova Urbs picta, da quando è nata l'idea di candidarlo a Patrimonio dell'Umanità alla presentazione della candidatura vera e propria.

Mi sono poi concentrata sul rapporto tra questo bene e il turismo, analizzando in particolare la strategia promozionale della città di Padova negli ultimi due anni per mezzo del suo secondo e recente sito UNESCO.

La ricerca ha rivelato importanti ed interessanti aspetti dietro lo sviluppo della candidatura di Urbs picta e dietro la campagna promozionale della città che si è fortemente basata sulla valorizzazione di Urbs picta.

In particolare, analizzando l'andamento del flusso turistico nella città di Padova, è stato possibile capire quanto la nomina de "I cicli affrescati del XIV secolo di Padova" a Patrimonio Mondiale abbia impattato sull'attrattività della città, comportando un incremento del turismo nonostante le difficoltà del periodo storico in cui ci troviamo.

È stato quindi possibile definire come vincente la strategia della città di attuare una campagna marketing a tema Urbs picta. Perché, si sa, UNESCO per i luoghi rappresenta un fattore attrattivo essendo un "marchio" universale che ne attesta la qualità, tale da essere considerato come un *brand*. Possedere lo "stemma" UNESCO dà visibilità ai luoghi, crea o aumenta il flusso turistico, li valorizza e migliora.

Padova, capendo il valore di avere un secondo luogo in città proclamato Patrimonio Mondiale, ha deciso di puntare la sua promozione proprio su questo e, nonostante sia difficile avere dati reali e concreti in merito alle presenze in città dovute solo al fattore UNESCO, la promozione turistica si può dire abbia dato i suoi frutti, se si considera l'elevato numero di arrivi e presenze in questi due anni post iscrizione in WHL.

Per mantenere o migliorare ancor di più questi risultati a livello turistico è necessario però pensare ad una strategia a lungo termine e non solo in questi anni a ridosso della nomina a Patrimonio Mondiale. Bisogna continuare a valorizzare i luoghi del sito seriale, bisogna pensare “turisticamente” per poter offrire un’offerta di qualità al visitatore il quale, se soddisfatto, porterà altri turisti in città grazie al passaparola.

Per concludere, un sito UNESCO non è solo un luogo che entrare a far parte del Patrimonio Mondiale, è molto, molto di più: è un luogo che ha valore per l’umanità, un luogo eccezionale, rappresenta un motivo di grande orgoglio per la città o il territorio di cui fa parte, può da questi essere adoperato per la loro promozione mediante la valorizzazione del bene anche a fini turistici.

Può esserci quindi relazione tra World Heritage List e turismo, se con il giusto equilibrio.

## BIBLIOGRAFIA

Bonetto J. - Furlan C., 2021, *I comportamenti e le preferenze del turista culturale a Padova. Risultati dell'indagine statistica*, Padova University Press.

UNESCO, 2011, *Preparing World Heritage Nominations*, Organizzazione delle Nazioni Unite per l'educazione, la scienza e la cultura.

## SITOGRAFIA

[https://statistica.regione.veneto.it/Pubblicazioni/StatisticheFlash/Statistiche\\_Flash\\_Febbraio\\_2020.pdf](https://statistica.regione.veneto.it/Pubblicazioni/StatisticheFlash/Statistiche_Flash_Febbraio_2020.pdf)

<https://magazine.verdidea.com/it/blog/siti-unesco-in-italia-tutti-i-siti-regione-per-regione-136>

<https://www.veneto.eu/>

<https://www.turismo.it/italia/scheda/veneto/>

<https://www.italia.it/italia/cosa-fare/arte-cultura/siti-unesco>

<https://www.wtevent.it/it/>

<https://www.unesco.it/italianellunesco/detail/188>

<https://www.unesco.it/it/News/Detail/923>

<https://www.veneto.eu/IT/Unesco/>

<https://padovamusei.it/it/sedi-monumentali/palazzo-ragione/il-palazzo-ragione>

<https://www.ortobotanicopd.it/it/lorto-nel-patrimonio-unesco>

<https://www.ortobotanicopd.it/>

<https://www.unesco.it/it/PatrimonioMondiale/Detail/119>

<https://www.beniculturali.it/sitiunesco>

<https://www.touringclub.it/notizie-di-viaggio/un-viaggio-tra-i-siti-unesco-del-veneto-iscritti-nella-lista-del-patrimonio/immagine/8/orto-botanico-padova>

<https://www.vivovenetia.it/orto-botanico-padova/>

[https://www.unesco.beniculturali.it/pdf/manuale%20Candidature\\_ITA.pdf](https://www.unesco.beniculturali.it/pdf/manuale%20Candidature_ITA.pdf)

<https://www.padovaurbspicta.org/home-page-2/piano-di-gestione/>

<https://www.padovaoggi.it/eventi/padova-urbs-picta-proclamazione-unesco-diretta-palazzo-ragione-24-luglio-2021.html>



<https://www.ilrestodelcarlino.it/padova/cultura/padova-una-guida-virtuale-su-app-e-un-biglietto-unico-per-visitare-i-siti-dellunesco-o8s4u7w0>

<https://www.unesco.beniculturali.it/la-candidatura-1972/>

<https://www.padovaurbspicta.org/eccezionale-valore-universale/>

<https://www.padovanet.it/padovaurbspicta>

<https://www.lapiazzaweb.it/2021/07/padova-urbs-picta-app-e-biglietto-unico-per-immersersi-nel-trecento/>

<https://www.padovanet.it/informazione/padova-urbs-picta-card>

<https://www.pressreader.com/italy/corriere-del-veneto-padova-e-rovigo/20210727/281676847942429>

<https://www.turismopadova.it/>

[https://www.youtube.com/watch?v=P\\_LIFgzEnAY](https://www.youtube.com/watch?v=P_LIFgzEnAY)

<https://www.gruppotv7.com/padova/2022/07/04/padova-si-fa-bella-lo-spot-sulle-reti-nazionali-95-46/>

<https://www.padovaoggi.it/attualita/padova-urbs-picta-parte-la-campagna-per-la-promozione-e-la-valorizzazione-della-citta.html>

<https://www.padovaoggi.it/attualita/maglia-calcio-padova-urbs-picta-unesco-16-settembre-2022.html>

<https://www.pallavolopadova.com/news/pallavolo-padova-presenta-padova-picta-alloratorio-di-san-michele/>

<https://tgbiancoscudato.telenuovo.it/altro/2022/05/13/la-virtus-basket-in-visita-al-ciclo-pittorico-di-padova-urbs-picta-le-foto>

<https://www.padovamarathon.com/it/news/padova-marathon-e-padova-urbs-picta-quest-anno-si-corre-nell-arte/>

<https://www.lapiazzaweb.it/2022/03/padova-effetto-urbs-picta-cresciuto-in-modo-esponenziale-il-turismo/>

<https://www.traveltrend.org/news/crisi-coronavirus-turismo-virtuale/>

[https://www.ilgazzettino.it/nordest/padova/alberghi\\_turismo\\_musei\\_pienone\\_in\\_gressi-6769813.html](https://www.ilgazzettino.it/nordest/padova/alberghi_turismo_musei_pienone_in_gressi-6769813.html)

[https://mattinopadova.gelocal.it/padova/cronaca/2022/10/09/news/padova\\_sperimenta\\_il\\_conta\\_turisti\\_smart\\_nel\\_2022\\_superati\\_i\\_due\\_milioni\\_di\\_visitatori-10990136/](https://mattinopadova.gelocal.it/padova/cronaca/2022/10/09/news/padova_sperimenta_il_conta_turisti_smart_nel_2022_superati_i_due_milioni_di_visitatori-10990136/)

<https://www.wtevent.it/it/blog/ferrara-citta-del-rinascimento-e-il-suo-delta-del-po-punta-sul-patrimonio-mondiale-per-la-promozione-del-territorio/>

<https://www.tiki-toki.com/timeline/entry/1857699/PADOVA-URBS-PICTA-1-ANNO-DI-PATRIMONIO-MONDIALE/>