



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea
Magistrale

in Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici

Tesi di Laurea

Scavi Archeologici di Pompei: l'evoluzione in ambito turistico e le possibilità di sviluppo

Relatore

Ch. Prof. Andrea Ellero

Laureando

Michela Franzese

Matricola

868894

Anno Accademico

2021 / 2022

Indice

Introduzione	4
Capitolo I - Il destination benchmarking	6
I.1 – Il benchmarking	6
<i>I.1.1 - Le origini del benchmarking</i>	6
<i>I.1.2 - Le caratteristiche del benchmarking</i>	7
<i>I.1.3 - Le tipologie di benchmarking</i>	9
<i>I.1.4 - Le fasi di un processo di benchmarking</i>	10
I.2 - Il benchmarking turistico	13
I.4 - Il destination benchmarking	14
Capitolo II -_Il caso studio: la città di Pompei e i suoi scavi archeologici	17
II.1 - La storia della città di Pompei	17
II.2 - Pompei nella lista del Patrimonio Mondiale dell’Umanità	19
II.3 – La gestione del Parco	23
II.4 – Turismo e turismi a Pompei	26
<i>II.4.1 – L’offerta</i>	28
<i>II.4.2 – La domanda</i>	31
Capitolo III - La performance museale degli Scavi Archeologici di Pompei	34
III.1 – Le variazioni annuali	35
<i>III.1.1 – Diminuzione degli ingressi negli anni 2007-2009 e le cause</i>	37
<i>III.1.2 – I miglioramenti dal 2010 in poi e le iniziative adottate</i>	39
III.3 - Le variazioni a livello mensile	44
III.4 - Le visite nell’anno 2022	52
III. 5 - Le recensioni dei visitatori	56
III.6 - Considerazioni sui dati	62
Capitolo IV - Il confronto con la Valle dei Templi di Agrigento e le potenzialità di sviluppo	63

IV.1 – La valle dei Templi di Agrigento	63
<i>IV.1.1 – Storia della Valle dei Templi di Agrigento</i>	64
<i>IV.1.2 – La gestione del sito</i>	64
<i>IV.1.3 – Gli ingressi al sito</i>	66
<i>IV.1.4 – Le iniziative del sito</i>	67
IV.2 – Il confronto con il Parco Archeologico di Pompei	67
<i>IV.2.1 – Le iniziative</i>	68
<i>V.2.2 – Accessibilità</i>	68
<i>IV.2.3 – Il sito web</i>	69
IV.4 – La gestione del sito	71
<i>IV.4.1 – La Destination Management Organization</i>	72
Conclusioni	75
Bibliografia	77
Sitografia	80
Ringraziamenti	82

Introduzione

Nella classifica dei 30 musei italiani più visitati nel 2019, stilata dal Ministero dei Beni Culturali, ci sono ben 8 musei campani. Gli Scavi di Pompei si sono classificati al terzo posto, con un numero di ingressi pari a 4 milioni, preceduti soltanto dal Parco Archeologico del Colosseo e Gallerie degli Uffizi. Oltre Pompei, troviamo il Museo archeologico nazionale di Napoli, il Parco archeologico di Napoli e quello di Paestum, il Palazzo Reale di Napoli, Castel Sant'Elmo e il Museo di Capodimonte. Pompei è sempre stata una meta turistica molto popolare, sin dall'epoca del Gran Tour. È uno dei siti turistici più popolari in Italia, dichiarato patrimonio dell'UNESCO nel 1997 e, inoltre, situato all'interno del Parco Nazionale del Vesuvio.

Il presente elaborato è volto quindi ad un'analisi della destinazione turistica di Pompei e della sua attrazione principale, ovvero gli Scavi Archeologici.

L'elaborato si apre con un background teorico per definire il concetto di benchmarking, le origini, caratteristiche e come si articola il processo a livello aziendale, spiegando anche come può essere utilizzato in ambito turistico e quali sono i suoi vantaggi e le difficoltà durante l'applicazione nel settore turistico.

Nel secondo capitolo si parla brevemente della città di Pompei e della sua storia, in particolare dell'eruzione del Vesuvio del 79 d.C, che distrusse completamente la città che fu riscoperta molti secoli dopo. In questa sezione si analizzerà brevemente anche l'entrata del sito all'interno della Lista del Patrimonio Mondiale e si parlerà del turismo nella città di Pompei.

Nel capitolo successivo si analizzeranno i dati relativi alla performance degli Scavi Archeologici di Pompei, studiando i cambiamenti che si sono verificati nel numero di ingressi al Parco dagli anni 2000 fino ad oggi, tenendo conto anche delle difficoltà affrontate nel corso degli anni. In seguito si osserveranno le recensioni da parte dei visitatori del Parco, strumento utilizzato per comprendere il livello di soddisfazione dei turisti.

Infine, nel quarto e ultimo capitolo si avrà una piccola introduzione sulla famosissima Valle dei Templi di Agrigento, osservando le differenze e i gap che esistono tra queste due destinazioni simili tra loro. Si osserveranno le potenzialità di sviluppo del sito di Pompei, prendendo

ispirazione da alcune delle azioni attuate per la destinazione di Agrigento e come queste possono portare ad una migliore performance del sito.

Capitolo I –

Il destination benchmarking

I.1 – Il benchmarking

L'obiettivo principale del benchmarking è il poter migliorare le proprie performance aziendali tramite il continuo confronto con altre realtà aziendali leader nel mercato, utilizzando degli specifici indicatori. I vantaggi che derivano dall'uso di questo processo sono innumerevoli, ad esempio un incremento della produttività, continua revisione delle proprie performance, un miglior rapporto con il cliente, facilità nel raggiungimento degli obiettivi prefissati e molti altri.

I.1.1 - Le origini del benchmarking

Per poter comprendere al meglio quello che è il destination benchmarking, è necessario partire dalla spiegazione del processo di benchmarking e in particolare della definizione di benchmarking turistico.

Negli ultimi anni il benchmarking è stato considerato uno degli strumenti aziendali più efficaci per evidenziare quelle che sono le aree critiche dell'azienda, in modo da poterle migliorare e raggiungere prestazioni superiori, ottenendo una posizione di leadership all'interno del mercato in oggetto.

La definizione più significativa del termine inglese benchmarking è quella fornita nel 1989 da Robert Camp, direttore delle operazioni logistiche della Xerox Corporation, azienda statunitense che produce stampanti e fotocopiatrici. Camp, considerato il padre del benchmarking, definisce il benchmarking come *“un processo continuo di misurazione dei prodotti, servizi e processi aziendali mediante il confronto con i migliori concorrenti o con le aziende riconosciute come leader nei vari settori di mercato”*. (Camp, 1989)

Nonostante le origini del benchmarking siano molto antiche, l'interpretazione odierna di questo processo inizia nel secondo dopoguerra, ovvero quando le aziende iniziano a scambiarsi informazioni sui carichi di lavoro o livelli di sicurezza. Soltanto alla fine degli anni

70, avviene il primo effettivo utilizzo del processo, ovvero quando il responsabile della logistica dell'azienda Xerox Corporation, Robert Camp, decide di migliorare le prestazioni delle funzioni logistiche tramite un confronto con i processi produttivi delle aziende considerate leader del settore (Scozzese, 2005). L'azienda, infatti, stava osservando delle perdite di quote di mercato sempre più crescenti e questa situazione li ha costretto ad analizzare in maniera più approfondita la concorrenza. Dall'analisi è emerso che i competitors del settore che avevano maggior successo erano i giapponesi. Questi, infatti, operavano allo stesso costo di produzione della Xerox però senza perdite. Il confronto con i concorrenti nipponici ha permesso alla Xerox di riformulare il sistema manageriale, adattandolo ai cambiamenti del tempo. I risultati positivi di questa pratica hanno indotto l'azienda ad introdurre il processo di benchmarking anche nelle altre aree aziendali, permettendole di poter assumere nuovamente una posizione di leadership all'interno del mercato (Scozzese, 2005). Lo sviluppo di questa pratica si diffuse in Europa dagli anni '90, in seguito al successo ottenuto dalla Xerox Corporation, poiché numerose aziende iniziarono ad interessarsi al miglioramento delle proprie prestazioni e al controllo della qualità.

1.1.2 - Le caratteristiche del benchmarking

Camp definisce il benchmarking come un processo finalizzato a (Camp, 1989):

- Identificare problemi ed opportunità;
- Confrontare la propria performance con quella delle aziende migliori;
- Ricercare le best practice che consentono prestazioni di un livello superiore;
- Pianificare e realizzare miglioramenti e trasformazioni organizzative della propria azienda.

Il benchmarking non è una semplice indagine della concorrenza; parliamo, infatti, di un processo che aiuta ad individuare quali prassi sono efficaci e quali possono portare a misure correttive.

Bocchino (1995) individua quelli che sono gli elementi da rispettare affinché un'analisi di benchmarking sia efficace.

Il primo elemento è il confronto con le aziende ritenute “le migliori”, le quali non devono essere necessariamente dello stesso settore, ma che riescano ad ottenere risultati notevoli in alcuni aspetti della gestione dell’azienda. Il campo di applicazione è ampio poiché il benchmarking può essere applicato ai prodotti, ai servizi, prassi operative o interi settori.

L’obiettivo del processo di benchmarking è poter comprendere al meglio le prassi migliori delle aziende best practice in modo da poterle utilizzare all’interno della propria azienda, in modo da raggiungere l’efficienza. Non parliamo però di una semplice copia delle prassi da un’azienda all’altra, ma di una corretta comprensione di questi processi che poi devono essere adattati a quella che è la realtà aziendale di riferimento.

L’utilizzo di questa pratica porta a numerosi vantaggi come un incremento della produttività, continua revisione delle proprie performance, un miglior rapporto con il cliente, facilità nel raggiungimento degli obiettivi prefissati, innovazione dei prodotti e dei servizi e molti altri benefici.

Il benchmarking ha portato, quindi, ad un cambiamento dell’analisi dei concorrenti, promuovendo un nuovo modo di collaborare diventando partner e fissando nuovi parametri di cooperazione.

Nonostante i numerosi vantaggi che questo processo può portare alle aziende, vi sono una serie di limiti a questo approccio. Ad esempio, se applicato in maniera errata può portare ad una non corretta analisi di quelli che sono gli indicatori di performance, non riuscendo ad individuare i contributi necessari utili a comprendere quelle che sono le prassi e le azioni di intervento da attuare.

Il benchmarking è un processo impegnativo, che richiede un impiego notevole di tempo, risorse economiche e umane, una corretta progettazione di un sistema di comunicazione adeguato, metodicità e un’adeguata e attenta pianificazione del progetto. Questi sono i fattori necessari al benchmarking per produrre degli effetti, positivi o negativi che siano.

Per poter raggiungere delle prestazioni superiori, è necessario che il processo di benchmarking venga applicato con rigore e continuità. È un processo che si sviluppa in un periodo di tempo esteso, anche se molte aziende tendono ad utilizzarlo quando cala il livello di soddisfazione della clientela o i livelli di profitto scendono oppure quando perdono quote di mercato.

L'applicazione di questo processo in maniera continuativa è necessaria poiché le performance dei concorrenti sono in continua evoluzione. È importante quindi che il monitoraggio delle proprie performance e quelle dei concorrenti avvenga in maniera regolare e non occasionale.

1.1.3 - Le tipologie di benchmarking

Non esiste un solo tipo di attività di benchmarking che può essere adottata all'interno di un'azienda. La scelta della tipologia dipende da vari fattori come l'obiettivo da raggiungere o le dimensioni dell'azienda.

Le principali tipologie di benchmarking che possono essere implementate sono quattro (Camp, 1989; Bocchino, 1995; Spendolini, 1996):

- *Benchmarking interno*
- *Benchmarking competitivo*
- *Benchmarking funzionale*
- *Benchmarking generico*

Il *benchmarking interno* viene tendenzialmente adottato da aziende di grandi dimensioni, che sono suddivise in divisioni. È l'unica tipologia che non si basa sul confronto con l'esterno, ovvero con altre aziende. Essa, infatti, parte dal presupposto che alcuni processi operativi siano eseguiti in maniera più efficace in determinati settori aziendali rispetto ad altri. In questo caso l'approccio che viene applicato prevede l'individuazione di quelle che sono le migliori prassi operative interne e applicare le informazioni ottenute anche in altri settori. Il benchmarking interno aiuta l'azienda a conoscere in maniera approfondita quella che è la realtà organizzativa dell'azienda, stabilire gli standard interni e favorire la condivisione delle informazioni tra i diversi settori aziendali. Il solo paragone con altri processi o aree della propria organizzazione porta, però, ad un gran svantaggio poiché senza il confronto con altre aziende del settore non si è in grado di aumentare il livello di performance in maniera significativa.

Il *benchmarking esterno* usa come termine di paragone i competitors che operano nello stesso mercato. Si basa, infatti, sul confronto con i concorrenti diretti dell'azienda, analizzandone i

fattori che li portano ad avere un vantaggio competitivo all'interno del mercato. È un processo complesso poiché necessita di una notevole quantità di informazioni, che spesso i competitors non sono disposti a fornire e limitano lo scambio di informazioni.

Il *benchmarking funzionale* si concentra su una specifica area funzionale (gestione delle risorse umane, produzione, vendita, marketing, ecc...) in cui un'azienda, non necessariamente dello stesso settore, eccelle. In questo caso l'acquisizione delle informazioni tra aziende è meno complicata, poiché le aziende coinvolte non sono in diretta concorrenza e quindi sono più disposte a mettere a disposizione i loro dati. L'aspetto negativo del benchmarking funzionale riguarda il trasferimento dei metodi da un contesto all'altro, poiché richiede un impegno maggiore in termini di costi e tempo.

Il *benchmarking generico o della best practice* ha come oggetto l'analisi di una determinata impresa che è considerata la migliore in assoluto in un particolare campo di interesse, che è l'oggetto di studio di benchmarking. La difficoltà di questo processo risiede nella corretta interpretazione del processo che è oggetto di studio per poterlo poi applicare alla propria azienda.

1.1.4 - Le fasi di un processo di benchmarking

Una volta stabilita quella che è la tipologia di benchmarking più adatta a soddisfare le esigenze dell'azienda si procede con la costruzione del processo.

Esistono numerosi modelli che possono essere utilizzati come riferimento. Sicuramente il più conosciuto è quello ideato da Robert Camp nel 1996 che divide il processo di benchmarking in quattro fasi (Figura 1):

- *Planning*
- *Analysis*
- *Integration*
- *Action*

La prima fase è quella di *planning*, ovvero la fase di pianificazione che è suddivisa a sua volta in tre step:

- Comprensione del potenziale che è oggetto di benchmarking

- Stabilire i partner con cui effettuare il confronto
- Costruire un team di lavoro

La fase successiva è quella di *analysis* che comprende l'interpretazione dei dati raccolti durante la fase di *planning*. Questo step è importante per comprendere quelli che sono i gap da coprire e stabilire quelli che sono i margini di miglioramento e gli obiettivi da raggiungere. *L'integration* è, invece, la fase in cui vengono analizzati i risultati ottenuti per poter definire gli obiettivi effettivi che si intendono raggiungere.

Infine abbiamo l'ultimo step, ovvero *l'action*, che comprende il momento in cui si implementano i piani di azioni per poter raggiungere gli obiettivi prefissati. In questa fase è molto importante il costante monitoraggio delle attività per poter assicurare i risultati sperati.

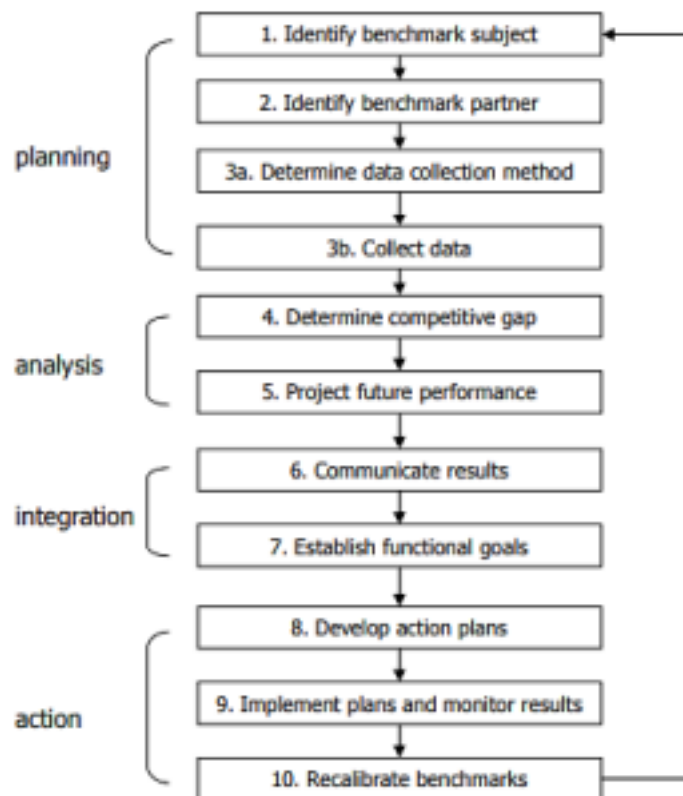


Figura 1: Fasi di un processo di benchmarking (Fonte: Camp, 1996)

Sono molti gli autori che in seguito hanno modificato e ampliato il modello di Camp descritto precedentemente. Un altro modello conosciuto è quello ideato dall'economista Watson,

ovvero il *modello PDCA*, che significa Plan-Do-Check-Act (Progettazione-Esecuzione-Controllo-Azione), conosciuto anche come *ruota di Deming* (Figura 2).

Anche questo modello è diviso in quattro fasi, come quello di Camp.

La prima fase di *planning*, assimilabile a quella di Camp, riguarda l'identificazione delle principali problematiche e delle aziende considerate *best practices* con cui fare il confronto successivamente. La fase iniziale è sempre quella decisiva per il buon esito del progetto poiché è in questo step che si individuano i processi chiavi per il raggiungimento dell'efficienza e l'azienda target con cui confrontarsi.

La fase successiva, definita *do*, comprende la raccolta dei dati e delle informazioni necessarie sui processi utilizzati dai concorrenti.

Infine, vi sono le fasi definite *check e act*, simili alle ultime due fasi del modello di Camp. Nella fase di *check* si analizzano i dati ottenuti nella fase precedente, individuando i gap esistenti tra le prestazioni interne alla azienda e le prestazioni dei competitors. Dopo aver stabilito quali sono i gap esistenti si passa all'elaborazione degli obiettivi da raggiungere. L'ultima fase, quella di *act*, è lo step finale di tutto il processo di benchmarking. È qui che il team di lavoro seleziona gli obiettivi che possono essere effettivamente raggiunti e si individuano i mezzi operativi che servono per poterli realizzare. Ovviamente non basta implementare un piano di azione ma è anche importante monitorare l'evoluzione e i risultati di queste azioni per un miglioramento continuo.

Il modello appena descritto è denominato ruota proprio per indicare un processo ciclico, come è possibile vedere nella figura che segue. Infatti, tutte le fasi devono essere ripetute continuamente in modo da poter aggiustare ogni singolo passo in base ai risultati che sono stati ottenuti dalle fasi precedenti.



Figura 2: Il modello PDCA (Fonte: Watson, 1995)

I.2 - Il benchmarking turistico

Il benchmarking è utilizzato sempre di più dalle aziende, ma può essere implementato anche nel settore turistico. Lo studioso Wöber (2011) ha identificato tre tipologie di utilizzo di benchmarking nell'ambito turistico.

La prima tipologia è il *benchmarking of profit-oriented tourism businesses* che riguarda principalmente il settore privato e in questa categoria rientrano la maggior parte dei processi di benchmarking turistico. Questa tipologia viene applicato all'interno di tutte quelle imprese turistiche con scopo di lucro come hotel, agenzie di viaggio, compagnie aeree. In questo caso gli indicatori che vengono utilizzati sono ad esempio quelli di costo, di fatturazione o di occupazione. In questi ambiti il benchmarking si rivela utile nella valutazione della performance aziendale ma anche dei costi della propria azienda e quella dei competitors.

La seconda tipologia elencata da Wöber è *benchmarking of non-profit oriented tourism businesses/organisations* la quale viene utilizzata in tutte quelle organizzazioni turistiche senza scopo di lucro come enti pubblici come comuni o regioni in ambito turistico, ma

anche musei e teatri. In questo caso gli indicatori utilizzati potrebbero essere quelli di costo, di qualità, sostenibilità e di affluenza.

La terza e ultima tipologia è il *destination benchmarking*, utilizzata per confrontare diverse destinazioni turistiche a livello locale, regionale e nazionale.

Sicuramente la maggior difficoltà dell'ambito turistico risiede nel fatto che gran parte degli indicatori che vengono utilizzati non sono facilmente misurabili come può essere ad esempio la *destination image* e la *customer loyalty*.

I.4 - Il destination benchmarking

Nonostante il benchmarking venga tendenzialmente applicato nel settore privato e soprattutto nell'industria alberghiera, può essere utilizzato anche a livello di destinazione turistica.

Il primo studio di destination benchmarking fu avviato da Karl Wöber nel 1997 tramite un'analisi per monitorare lo sviluppo dell'ambito turistico di 61 città europee. Questa è la prima volta in cui le statistiche sul turismo in diverse città vengono raggruppate insieme all'interno di un unico database dettagliato, il quale facilita un'analisi più completa della competitività del turismo urbano e permette di confrontare la performance turistica della propria città con le performance delle altre (Wöber, 2001).

Tramite il destination benchmarking è quindi possibile valutare la propria competitività turistica e confrontarla con le altre in modo da poter migliorare e ottimizzare la propria.

È essenziale il confronto con le altre realtà, ovvero con destinazioni che forniscono un servizio migliore ai visitatori e sono in grado di gestire le proprie risorse in maniera più efficace, in modo da poter prendere esempio e implementare delle strategie migliori nella propria destinazione che permettano il raggiungimento di vantaggi competitivi.

In questa tipologia di benchmarking in ambito turistico, vi sono numerosi indicatori che possono essere utilizzate al fine di misurare l'efficienza della destinazione e numerosi modelli proposti da studiosi da cui poter partire nella propria analisi. Bisogna però ricordare, prima di iniziare un'analisi di destination benchmarking, che ogni destinazione è diversa e unica, con i propri fattori di attrattiva e le proprie risorse. Questo aspetto non

è da sottovalutare poiché non si possono semplicemente utilizzare gli indicatori o i modelli scelti da un'altra destinazione, ma è necessario valutare se questi siano adatti a valutare le caratteristiche e i vantaggi competitivi della destinazione presa in esame. Per questo motivo, spesso, le destinazioni tendono a scegliere i propri indicatori specifici nel misurare la competitività, basandosi sul contesto, i problemi da risolvere e gli obiettivi da raggiungere. Anche gli studiosi concordano sulla difficoltà di proporre degli indicatori che possano valere universalmente nella valutazione della performance delle destinazioni.

Possiamo però dividere gli indicatori che vengono utilizzati in due categorie:

- *Indicatori qualitativi*

Questi indicatori vengono utilizzati per valutare la soddisfazione e il comportamento dei turisti, i quali sono considerati lo strumento perfetto per valutare la propria competitività. Basti pensare alla attività di marketing che si basano proprio sull'interpretazione dei feedback dei turisti. Alcuni indicatori qualitativi che vengono utilizzati sono ad esempio le motivazioni del loro viaggio, il livello di soddisfazione, il desiderio di ritornare nella destinazione o anche l'accessibilità, la gestione della destinazione e la sua immagine (Kozak, 2004).

- *Indicatori quantitativi*

In questo caso invece parliamo di indicatori come il numero di arrivi e presenze turistiche, numero dei posti letto ed esercizi alberghieri, le infrastrutture e tutti quei fattori che rendono la destinazione accessibile e fruibile ai visitatori.

Tra le due tipologie di indicatori sicuramente quelli più utilizzati nei processi di benchmarking sono quelli quantitativi poiché più facilmente misurabili e reperibili.

Nel corso degli anni studiosi ed economisti hanno discusso di vari modelli ed indicatori utili per misurare la competitività turistica di una destinazione. Tra tutti gli studi proposti vi sono degli elementi in comune, ad esempio tra gli indicatori più utilizzati troviamo molto spesso le risorse naturali e culturali della destinazione, ovvero quelle risorse che le permettono di distinguersi dalle altre. Altri indicatori utilizzati frequentemente sono quelli relativi a servizi e infrastrutture o anche la qualità della vita e il contesto ambientale in cui è inserita.

Tutti questi indicatori aiutano a fornire un quadro completo della destinazione in modo da valutare in maniera corretta la sua performance e confrontarla con quella delle altre tramite il benchmarking.

Capitolo II –

Il caso studio: la città di Pompei e i suoi scavi archeologici

II.1 - La storia della città di Pompei

Pompei è una città della Campania, situata nel Golfo di Napoli, sulle pendici del vulcano Vesuvio. Ha origini molto antiche: nasce come insediamento osco per poi essere abitata dai sanniti fino alla conquista da parte dei romani nel I secolo a.C. Questa città dell'Impero romano era fiorente e prospera, con circa ventimila abitanti e strade ricche di botteghe di artigiani e commercianti. Inoltre, era piena di ville lussuose, riccamente arredate e affrescate. Pompei era, infatti, meta di villeggiatura per i ceti alti dell'epoca e un centro commerciale importante. Le campagne che circondavano la città permettevano un'agricoltura redditizia grazie alla qualità dei terreni e del clima che portavano dei raccolti abbondanti. Ed è grazie alla fertilità dei terreni che l'area alle pendici del Vesuvio era densamente abitata all'epoca, ricca di centri urbani.

Oggi è conosciuta per possedere uno dei siti archeologici più importanti al mondo. Questa città romana fu sepolta dalla lava dopo la terribile eruzione del Vesuvio del 79 d.C., un'eruzione che durò ben due giorni seppellendo tutta la città sotto ben 6 metri di lava e pietra pomice. L'eruzione lasciò la città completamente distrutta e colse di sorpresa tutti gli abitanti della zona, poiché il vulcano era inattivo da secoli ormai. Nei giorni precedenti all'eruzione ci furono dei segnali che stavano ad indicare un ammonimento per la popolazione, come la mancanza di acqua in pozzi e fontane e scosse di terremoto legate alla risalita del magma all'interno del Vesuvio, ma all'epoca nessuna persona riuscì ad interpretarli come il segnale di un'eruzione violentissima.

Il 24 agosto del 79 d.C. dal Vesuvio si sollevò un'enorme colonna di vapori, gas, lava, cenere e anidride carbonica. Tutte queste sostanze nocive formarono una nuvola alta circa quindici chilometri, visibile a molti chilometri di distanza. Tutta l'area del vulcano fu colpita da una pioggia di detriti e pomice che causarono numerosi incendi e quella notte la città di Ercolano fu distrutta da un'ondata di lava. La situazione il giorno dopo sembrava essersi tranquillizzata,

tanto che anche coloro che avevano deciso di scappare, fecero ritorno alle loro abitazioni. Purtroppo, la mattina del 25 agosto, anche Pompei fu investita da una colata di lava, che la distrusse completamente seppellendola sotto metri e metri di cenere. Tutti gli abitanti di Pompei morirono, e furono molti coloro che sono stati seppelliti dalla lava mentre erano nel letto della propria abitazione. Gran parte dei morti furono causati principalmente dalle esalazioni dei gas tossici che furono sprigionati dal Vesuvio e solo in seguito seppelliti dalla lava.

Il 25 agosto l'antica città di Pompei sparì sotto metri di cenere, insieme a quella di Ercolano, Oplonti (l'odierna Torre Annunziata) e Stabia e furono riscoperte soltanto molti secoli dopo. Pompei fu riscoperta alla fine del sedicesimo secolo, ma gli scavi del sito sono iniziati soltanto a partire dal 1748, 10 anni dopo l'inizio degli scavi della città di Ercolano. Nonostante le circostanze tragiche che hanno portato alla distruzione di queste realtà urbane e la morte di queste persone, è proprio grazie alla lava e alla cenere che la città è rimasta intatta nel corso dei secoli permettendo una conservazione senza precedenti.

Gli scavi, iniziati nel diciottesimo secolo, hanno portato alla luce gran parte della città, che è possibile visitare oggi, passeggiando su quelle stesse strade un tempo ricoperte da lava e cenere. È inoltre possibile vedere gli affreschi che decoravano pareti e soffitti delle domus romane e anche alcuni dei corpi delle persone che morirono tragicamente in quelle circostanze. Le prime campagne di scavi iniziarono nel XVI secolo durante i lavori di realizzazione del Canale del Conte di Sarno, ma la campagna vera e propria cominciò soltanto nel 1748 grazie a Carlo III di Borbone.

Dal 1748 sono stati riportati alla luce circa 50 ettari della città sui 63 ettari totali. L'Anfiteatro di Pompei venne riportato alla luce nel 1748 ed è tra le strutture meglio conservate. Tra gli altri resti che è possibile visitare ci sono le numerose ville tra cui Villa dei Misteri, alcuni templi e il Foro, ovvero la struttura principale della città e ne rappresentava il centro religioso, politico ed economico.

La straordinarietà di questo sito risiede nella possibilità di poter osservare con i propri occhi lo stile di vita opulento dei cittadini più ricchi dell'Impero Romano, passeggiare per quelle stesse strade che un tempo erano piene di vita e poter ammirare la bellezza dell'architettura

delle case romane. Si ha la possibilità di immaginare con la propria mente come potesse essere la vita in quegli anni, ma allo stesso tempo non si può non pensare alla tragica fine di queste persone, osservando i calchi delle vittime sia umane che animali, morte in quel tragico giorno.

Pompei ha poi acquisito ulteriore popolarità con la costruzione del Santuario della Beata Vergine del Rosario nel 1876 dal Beato Bartolo Longo, grazie al quale ha recuperato quella popolarità e vivacità di un tempo. Nonostante la presenza fissa di milioni e milioni di turisti ogni anno, solo alcuni anni fa, nel 2004, è stata ufficialmente riconosciuta come città dal Presidente della Repubblica Ciampi.

Oggi gli Scavi di Pompei sono una meta turistica che attira visitatori da tutto il mondo, uno dei siti archeologici più visitati al mondo, con un numero di visitatori pari a circa 3 milioni ogni anno.

II.2 - Pompei nella lista del Patrimonio Mondiale dell'Umanità

Il 6 dicembre del 1997 gli Scavi Archeologici di Pompei sono entrati a far parte della lista dei siti Patrimonio Mondiale dell'Umanità. Il sito del patrimonio mondiale comprende tre diverse aree archeologiche: le antiche città di Pompei e Ercolano con la Villa dei Misteri (ad ovest di Pompei) e la Villa dei Papiri (ad ovest di Ercolano), le Ville A (Villa di Poppea) e B (Villa di Lucio Crasso Terzo) a Torre Annunziata .

Il sito seriale 829 "Aree archeologiche di Pompei, Ercolano e Torre Annunziata" è stato inserito nella lista sulla base di tre dei dieci criteri definiti dal Comitato del Patrimonio Mondiale (Ufficio Unesco, pompeisites.org). Nello specifico parliamo di tre criteri culturali:

Criterio iii: "Rappresentare una testimonianza unica o eccezionale di una tradizione culturale o di una civiltà vivente o scomparsa".

I siti archeologici di Pompei, Ercolano e Torre Annunziata rappresentano una preziosa testimonianza della vita quotidiana e della società in un preciso momento storico, che non trova eguali in nessuna parte del mondo. Le attività di scavo, avviate nel periodo borbonico e proseguite nel tempo, hanno consentito di recuperare strutture, decorazioni, suppellettili,

iscrizioni, graffiti, che permettono di recuperare tutti gli aspetti della vita pubblica e privata antica. (Ufficio Unesco, pompeisites.org)

Criterio iv: “Offrire un esempio eminente di un tipo di costruzione o di un complesso architettonico o di un paesaggio che illustri un periodo significativo della storia umana”.

“Nelle aree archeologiche è possibile ammirare la città romana del periodo compreso tra il I secolo a.C. ed il I secolo d.C. nei suoi diversi aspetti, urbano, architettonico e decorativo e nei suoi elementi caratterizzanti: le ville lussuose, gli appartamenti, le botteghe, i luoghi pubblici, il foro e le strade, ma anche elementi di arredo, utensili ed oggetti della vita quotidiana.” (Ufficio Unesco, pompeisites.org)

Criterio v: “Costituire un esempio eccezionale di un insediamento umano tradizionale o di un utilizzo del territorio che sia rappresentativo di una o più culture, specialmente se divenuto vulnerabile per l’impatto di cambiamenti irreversibili”.

“I siti archeologici sono inseriti all’interno di un contesto territoriale complesso, contrassegnato da una commistione di zone residenziali, siti produttivi ed aree di altissimo valore storico-ambientale, dove alto si presenta il rischio vulcanico e sismico. L’eccezionale densità abitativa e l’espansione edilizia degli ultimi quarant’anni hanno contribuito a compromettere le qualità storico – archeologiche e a stravolgere la tradizionale identità paesaggistica del territorio. L’ambito territoriale interessato dal Piano di Gestione comprende, infatti, sia i Beni iscritti nella lista del Patrimonio mondiale che un contesto territoriale più esteso, in cui i tre siti archeologici ricadono, compreso nei nuovi confini proposti per la buffer zone.” (Ufficio Unesco, pompeisites.org)

Nel momento in cui si decide di candidare un bene per il suo inserimento all’interno della Lista del Patrimonio Mondiale, oltre a elencare i criteri di selezione, è necessario soddisfare anche le condizioni di integrità ed autenticità.

La condizione di integrità misura quanto sia intatto e completo il patrimonio naturale e/o culturale in oggetto e si basa su tre elementi:

- che il sito comprenda tutti gli elementi necessari per esprimere il suo Eccezionale Valore Universale;
- che il sito sia di dimensioni adeguate a garantire la completa rappresentazione delle caratteristiche e dei processi che trasmettono il significato del bene;
- che il sito sia slegato da effetti avversi di sviluppo e / o negligenza.

Nel caso degli Scavi Archeologici di Pompei per la condizione di integrità troviamo la seguente descrizione:

“The inscribed property has an area of 98 ha, with a buffer zone of 24 ha currently under review. Owing to the eruptions, the archaeological remains are unparalleled anywhere in the world for their completeness and extent. The three parts of the property are of adequate size to contain the attributes to express its Outstanding Universal Value, except at Herculaneum where integrity would be improved by inclusion within the property, via a minor boundary modification, of the theatre and the largest part of the ancient town with its most significant public monuments still lying beneath the modern Ercolano, and known only through 18th century tunnels. The individual components and ancient urban fabric are in overall good condition and the town plan, structures and setting with regard to the Vesuvius are still sufficiently intact. Some structures continue to be at risk of collapse or loss of decorative detail given the scale of active decay in archaeological sites of this size and nature where original urban infrastructure (drainage, roofing etc.) can only be partially reinstated. A property with such extensive ruins exposed will always require continuous and continuing maintenance.”
(whc.unesco.org)

La condizione di autenticità è valida soltanto per il patrimonio culturale. Essa è intesa come il requisito di credibilità, ovvero che il sito iscritto deve essere effettivamente quello che afferma di essere. La descrizione legata a questa condizione è la seguente:

“Since the first discoveries, excavation, conservation, consolidation, restoration and maintenance works have been implemented on the remarkable remains of these sites with varying intensity. The sites show the evolution of archaeological practices, conservation techniques and approaches to presentation over the past two centuries. The level of reconstruction and the use of materials, such as concrete and steel utilized in restorations before the 1980s, would be approached differently today. More enduring techniques and

materials have been progressively introduced. It may be argued that these early restorations have, in some cases, a historical significance of their own which should be safeguarded when they contribute to the overall coherence at an urban scale, as in the case of Amedeo Maiuri's open-air museum at Herculaneum at its peak in the 1950s. A general shift in conservation approaches in the 21st century is favouring authenticity; instead of concentrating on single buildings, conservation campaigns are focusing on entire districts of the ancient towns, consisting of one or more insulae, and so achieving a more coordinated and homogenous result. Despite the nature and quality of earlier restoration and reconstruction works, the authenticity of the individual components and the ancient urban and suburban fabric as a whole is very high.” (whc.unesco.org)

Ultimo passaggio della candidatura del bene alla Lista del Patrimonio dell'Umanità è il documento in cui si elencano le modalità di gestione e protezione del patrimonio in questione.

Sul sito ufficiale degli Scavi Archeologici di Pompei (www.pompeisites.org) il Piano di Gestione viene descritto con le seguenti parole: *“lo strumento complementare e aggiuntivo rispetto agli atti di programmazione economica e territoriale delle Amministrazioni, dei quali può e deve costituire un momento di sintesi e integrazione.”* (www.pompeisites.org)

L'obiettivo del piano è quello di tutelare e valorizzare i siti archeologici di Pompei, Ercolano e Torre Annunziata, Torre del Greco, Boscotrecase, Boscoreale, Trecase e Castellammare di Stabia, promuovendo il contesto ambientale in cui sono inseriti e proponendo strategie di azione che possano coniugare gli interessi sia privati che pubblici, sempre nell'assoluto rispetto dei valori culturali e ambientali (Ufficio Unesco/ Piano di Gestione, pompeiisites.org).

I criteri su cui si base il Piano di Gestione in oggetto sono i seguenti (Ufficio Unesco/ Piano di Gestione, pompeiisites.org):

- Conservare il patrimonio archeologico, preservandolo da tutti i possibili rischi di degrado fisico, deperimento e recuperandolo, laddove necessario, al fine di renderlo disponibile e accessibile alla collettività (Ufficio Unesco/ Piano di Gestione, pompeiisites.org);

- Migliorare le condizioni e la qualità della fruizione, dotando le aree di un adeguato livello di servizi e aumentandone l'accessibilità e l'offerta ai visitatori (Ufficio Unesco/ Piano di Gestione, pompeisites.org);
- Favorire la più ampia integrazione tra le risorse archeologiche e il contesto territoriale circostante, al fine di aumentare l'impatto economico della fruizione e accrescere l'identità territoriale (Ufficio Unesco/ Piano di Gestione, pompeisites.org).

Da questi criteri si stabiliscono le azioni necessarie per poter realizzare gli obiettivi prefissati, che sono le seguenti (Ufficio Unesco/ Piano di Gestione, pompeisites.org):

- *Tutela e Conservazione*: individuare le priorità di intervento e le azioni per la conservazione del patrimonio archeologico (Ufficio Unesco/ Piano di Gestione, pompeisites.org);
- *Uso, Valorizzazione*: definire gli interventi al fine di migliorare la qualità della fruizione e ad agevolare lo sviluppo della filiera economica collegata al patrimonio culturale e all'accoglienza turistica (Ufficio Unesco/ Piano di Gestione, pompeisites.org).;
- *Mitigazione dei rischi di calamità*
- *Governance*: definire le modalità della gestione del sito e del dialogo sociale tra tutti gli stakeholders del Piano di Gestione (Ufficio Unesco/ Piano di Gestione, pompeisites.org);
- *Monitoraggio*: attuazione di strumenti di verifica e controllo dello stato di conservazione dei Beni e dell'attuazione delle azioni programmate (Ufficio Unesco/ Piano di Gestione, pompeisites.org).

II.3 – La gestione del Parco

La gestione del Parco Archeologico di Pompei presenta diverse problematiche che verranno elencate di seguito:

- *Conservazione del sito*: il sito archeologico è molto vasto e complesso e richiede costanti interventi di manutenzione e conservazione per preservare le strutture e i

manufatti antichi. La mancanza di fondi e di personale qualificato può rendere difficile il mantenimento di tutte le aree del parco in buono stato.

- *Gestione del turismo:* Pompei è una delle mete turistiche più visitate in Italia e nel mondo, il che comporta una grande pressione sul sito. La gestione del flusso turistico, la prevenzione dei danni causati dai visitatori e il controllo degli accessi possono risultare problematici.
- *Sicurezza:* il parco di Pompei è costantemente monitorato per prevenire eventuali furti o danni alle opere d'arte e alle strutture antiche. Tuttavia, ci sono state diverse segnalazioni di episodi di vandalismo e di furto di manufatti.
- *Scavi e ricerche:* le scoperte archeologiche sono continue e per questo è richiesta una costante attività di scavi e di ricerca. Tuttavia, la mancanza di finanziamenti e di personale qualificato può ostacolare lo sviluppo di nuove ricerche e scoperte.
- *Gestione dei rifiuti:* il grande afflusso di visitatori porta ad un gran numero di rifiuti prodotti. Una gestione efficace dei rifiuti è essenziale per mantenere il sito pulito e sicuro per i visitatori e per gli abitanti della zona.
- *Gestione del personale:* la gestione del personale del parco di Pompei può rappresentare una sfida. È necessario assicurare che gli addetti alla sicurezza, alla manutenzione, alla gestione delle visite e alla ricerca siano tutti qualificati e ben addestrati per svolgere i loro compiti in modo efficace.

Queste sono le sfide principali che il sito negli anni ha affrontato e continua ad affrontare tutt'ora.

Nel primo decennio del XXI secolo, il Parco non veniva gestito in maniera adeguata. Una delle principali criticità della gestione di quel periodo era sicuramente legata alla mancanza di interventi periodici e costanti di conservazione e restauro del patrimonio archeologico, che di conseguenza si trovava in uno stato di abbandono che di certo non favorisce una buona immagine del complesso, soprattutto se mette a rischio la sicurezza dei visitatori stessi. Testimonianze di questo sono date dai crolli che si verificarono in quegli anni e che potevano essere evitati con cure costanti e non interventi di manutenzione sporadici e solo in vie eccezionali.

Un'altra criticità che ha caratterizzato l'inadeguata gestione del Parco in quegli anni è stato l'incremento notevole del flusso turistico in un complesso che non era preparato ad accogliere questo numero di persone e ha solo reso ancora più difficile permettere un'adeguata e sicura fruizione del sito per i visitatori.

Tutti questi problemi e criticità e le ispezioni UNESCO nel sito, hanno reso evidente che era necessario un cambio di rotta nella gestione di questo importante patrimonio archeologico e nasce così nel 2012 il Grande Progetto Pompei. Si tratta di un'iniziativa promossa dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali e del Turismo, in accordo con l'Unione Europea, con l'obiettivo di riqualificare il sito archeologico di Pompei, migliorare la sua conservazione, la fruizione turistica e la sicurezza del sito.

Il progetto si è articolato in due fasi: la prima terminata il 31 dicembre 2015, mentre la seconda doveva terminare nel 2018 ma è stata poi prolungata fino al 2020. Nel 2022 è stata avviata la terza fase di questo progetto, con la stipula di un nuovo piano strategico.

Il finanziamento previsto è stato di 105 milioni di euro, tra fondi Fesr e nazionali, e ha visto la collaborazione di numerose istituzioni, tra cui la Soprintendenza Speciale per i Beni Archeologici di Napoli e Pompei, la Regione Campania, il Comune di Pompei e il Ministero dell'Interno.

Le azioni previste dal progetto sono le seguenti (Grande Progetto Pompei, pompeisites.org):

- la riduzione del rischio idrogeologico, con la messa in sicurezza dei terrapieni non scavati;
- la messa in sicurezza delle insulae;
- il consolidamento e restauro delle murature;
- il consolidamento e restauro delle superfici decorate;
- la protezione degli edifici dalle intemperie, con conseguente aumento delle aree visitabili;
- il potenziamento del sistema di videosorveglianza;
- la creazione di nuovi percorsi di visita;

- la valorizzazione del patrimonio archeologico del sito anche tramite mostre ed eventi culturali.

Il Grande Progetto Pompei, dopo un primo periodo dove non sembrava sortire gli effetti sperati, ha iniziato ad avere un impatto significativo sulla valorizzazione del sito archeologico, contribuendo a migliorare la fruizione turistica e a garantire la conservazione del patrimonio storico-artistico di Pompei.

Tuttavia, nonostante queste iniziative, la gestione del Parco Archeologico di Pompei è rimasta un tema critico per diversi anni, a causa delle difficoltà legate alla sua vasta estensione, alla complessità delle attività di manutenzione e di restauro, e alla necessità di garantire la fruizione turistica del sito in modo sostenibile e sicuro. Nei capitoli successivi si discuterà anche delle azioni svolte fino ad ora e quelle previste nei prossimi anni.

II.4 – Turismo e turismi a Pompei

Nel sistema di offerta turistica storico-culturale della “Buffer Zone”, sicuramente gli Scavi Archeologici di Pompei hanno un ruolo predominante: sono l’unico sito archeologico al mondo che fornisce un’immagine completa di un’antica città romana, della vita quotidiana e della società di quell’epoca. È un modo per conoscere il passato che non ha eguali ed è per questo che cattura l’attenzione di tutto il mondo, attirando turisti durante tutto l’anno.

La città di Pompei, e la sua area archeologica, ha attirato visitatori sin dall’epoca del Gran Tour, in particolare per la quasi perfetta conservazione di questi resti. A Pompei tutto è rimasto cristallizzato a quella notte del 79 d.C, comprese le persone immobilizzate nell’atto di fuggire o mentre riposavano tranquille nei loro letti.

Gli Scavi Archeologici sono sicuramente la principale fonte di attrattiva di questo territorio, ma ci sono molte altre attrazioni che è possibile visitare o esperienze da vivere e che attirano i turisti più vicini ma anche più lontani. Innanzitutto, bisogna ricordare che gli Scavi di Pompei fanno parte di un complesso più ampio che comprende anche Ercolano, Boscoreale, Stabia e

Oplontis. Essendo un unico complesso vi è anche la possibilità di comprare un biglietto di ingresso della durata di 3 giorni che permette l'accesso a tutti i parchi archeologici.

Altra attrattiva importante da considerare è il Santuario della Beata Vergine del Rosario che richiama milioni di fedeli all'anno, principalmente campani. Inoltre, sono molti i musei nelle vicinanze che è possibile visitare come ad esempio il Museo Archeologico Virtuale, MAV di Ercolano, il Museo Diocesano sorrentino stabiese a Castellammare di Stabia, il Museo Ferroviario di Petrasa e molti altri. Altro aspetto del territorio da non dimenticare è che Pompei si trova nel Parco Nazionale del Vesuvio, ed è quindi possibile raggiungere facilmente il cono del Vulcano per poter osservare la città di Pompei dall'alto o anche passeggiare per i numerosi sentieri del Vesuvio alla scoperta dei prodotti locali e delle peculiarità del territorio.

Il prodotto turistico della città di Pompei può quindi essere scomposto in numerosi segmenti tematici:

- *Turismo archeologico*: sicuramente la principale tipologia di turismo di quest'area, caratterizzata principalmente da un tipo di turista escursionista;
- *Turismo culturale*: da valorizzare unendo le attrattive delle aree circostanti agli scavi;
- *Turismo religioso*: legato al santuario di Pompei e principalmente escursionistico come quello archeologico;
- *Turismo naturalistico ed escursionistico*: legato al Parco Nazionale del Vesuvio e le altre aree protette nelle immediate vicinanze come il Parco regionale dei Monti Lattari ed il Parco regionale del bacino idrografico del fiume Sarno;
- *Turismo enogastronomico*: per ora sviluppato solo grazie alle singole iniziative dei singoli imprenditori e che sicuramente può essere sfruttato maggiormente per attirare nuovi turisti;

Le potenzialità di questo territorio sono molteplici, soprattutto sfruttando non solo le attrattive proprie della città di Pompei ma anche quelle dei paesi che la circondano e che rientrano nella buffer zone.

II.4.1 – L’offerta

Per poter analizzare in maniera adeguata quella che è l’offerta turistica della città di Pompei, è importante considerare quella della città di Napoli e la sua provincia, di cui la città di Pompei fa parte.

Questo perché bisogna tener conto che il Parco Archeologico di Pompei è frequentato principalmente da escursionisti che alloggiano in altre città della provincia di Napoli, dove le strutture ricettive sono numerose e il turista ha ampia scelta su dove vuole alloggiare.

Territorio	ESERCIZI ALBERGHIERI		ESERCIZI EXTRA-ALBERGHIERI		TOTALE ESERCIZI RICETTIVI	
	Numero	Letti	Numero	Letti	Numero	Letti
Avellino	79	3965	328	2891	407	6856
Benevento	42	1897	560	3960	602	5857
Caserta	99	8129	339	9622	438	17751
Napoli	937	71892	2666	29426	3603	101318
Salerno	525	38985	2558	54399	3083	93384
Reg. Campania	1682	124868	6451	100298	8133	225166
Pompei	29	1223	141	1601	170	2824

*Tabella 1: Strutture ricettive nella Regione Campania (anno 2019)
(Fonte: Elaborazione personale dati ISTAT 2019)*

La tabella presenta i dati raccolti dall’ISTAT sulle strutture ricettive della regione Campania e le sue province nell’anno 2019. È evidente che Pompei presenta un numero di strutture ricettive molto piccolo rispetto a quelle della provincia di Napoli: le strutture ricettive della città di Pompei costituiscono circa lo 0,028% delle strutture totali della provincia di Napoli. L’offerta ricettiva di Pompei non comprende strutture alberghiere 5 stelle, così come

residenze turistico alberghiere e agriturismi, mentre le strutture ricettive più diffuse sono gli alloggi in affitto gestiti in maniera imprenditoriale e i Bed&Breakfast.

Il problema di base è che la zona di Pompei presenta un'offerta di dimensioni nettamente inferiori rispetto ad altre zone come quella di Napoli o della Penisola Sorrentina, dove i turisti preferiscono soggiornare. Dagli anni 2000 ad oggi le strutture ricettive hanno registrato un leggero incremento ogni anno nel numero delle strutture, ma questo non ha portato nessun cambiamento nella permanenza media del turista che è rimasta sempre inferiore ai 2 giorni, poiché preferisce alloggiare in altre zone.

Nella città metropolitana di Napoli, infatti, si concentra il 45% dei posti letto dell'offerta ricettiva della Regione Campania, ovvero 100.817 posti letto su 225.282 totali. L'area interessata dal sito UNESCO, e che quindi comprende non solo Pompei, ma anche Ercolano, Castellamare di Stabia, Boscoreale, Portici, Torre Annunziata, Torre del Greco, Trecase e Boscoreale, registra una quantità di esercizi extra alberghieri notevolmente superiore rispetto a quelli alberghieri, ovvero 258 contro solo 75 esercizi alberghieri totali. Nell'area considerata la dimensione media globale delle strutture ricettive è inferiore rispetto alla media regionale, con solo 333 esercizi tra alberghieri ed extra alberghieri su 8181 esercizi totali che sono stati registrati nella Regione Campania. L'offerta ricettiva dei comuni interessati ha fatto registrare nel periodo che va dal 2000 al 2020 un incremento del numero complessivo di strutture ricettive, che sono aumentate da 75 a 333, e dei posti letto disponibili, da 4.133 a 7.636. Invece, la dimensione media delle strutture ricettive dell'area interessata dal Sito UNESCO è diminuita in questo periodo, da 55 a 23 posti letto, a causa della forte contrazione della dimensione delle strutture extra alberghiere (Grande Progetto Pompei, 2022).

Territorio	esercizi alberghieri			esercizi extra alberghieri			totale esercizi		
	numero	letti	d.m.	numero	letti	d.m.	numero	letti	d.m.
Provincia Caserta	104	8270	79,52	351	9701	27,64	455	17971	39,50
Provincia Benevento	42	1897	45,17	552	3794	6,87	594	5691	9,58
Città Metropolitana di Napoli	940	71962	76,56	2659	28855	10,85	3599	100817	28,01
Provincia Avellino	79	3965	50,19	330	2871	8,70	409	6836	16,71
Provincia Salerno	527	39082	74,16	2597	54885	21,13	3124	93967	30,08
Regione Campania	1692	125176	73,98	6489	100106	15,43	8181	225282	27,54
Area Sito UNESCO 829	75	4896	65,28	258	2740	10,62	333	7636	22,93

Tabella 2: Esercizi alberghieri ed extra alberghieri nell'area interessata dal sito UNESCO (anno 2020)
(Fonte: ISTAT 2021)

Territorio	ESERCIZI ALBERGHIERI																		
	5* e 5*L			4*			3*			2*			1*			totali			
	Numero Camere	Posti letto	numero	camere	p. letto	numero	camere	p. letto	numero	camere	p. letto	numero	camere	p. letto	numero	camere	p. letto	Dim. Media posti letto	
Boscotrecase	Non presenti				2	46	101				1	9	18	3	55	119	40		
Boscotrecase		2	36	96	1	23	46							3	59	142	47		
Castellammare di Stabia		9	678	1.424	5	176	362	6	224	456	1	10	19	21	1.088	2.261	108		
Ercolano		3	107	282	4	73	171	2	29	49				9	209	502	56		
Pompei		11	282	594	13	243	459	3	55	134	2	20	37	29	600	1.224	42		
Portici					1	25	50							1	25	50	50		
Torre Annunziata					1	15	25							1	15	25	25		
Torre del Greco		2	161	319	3	82	154	1	10	20				6	253	493	82		
Trecase		1	15	30				1	25	50				2	40	80	40		
Area Sito UNESCO 829		//	28	1.279	2.745	30	683	1.368	13	343	709	4	39	74	75	2.344	4.896	65	

Tabella 3: Esercizi alberghieri nei comuni dell'area interessata dal Sito UNESCO (anno 2020)
(Fonte: ISTAT 2021)

Prendendo in considerazione l'area del sito UNESCO, si può osservare come i comuni di Pompei e di Castellammare di Stabia assorbono il 70% dell'offerta ricettiva alberghiera totale (Grande Progetto Pompei, 2022). La buffer zone è un'area che confina a nord con la città di Napoli e a sud con la penisola sorrentina/amalfitana. Queste due aree sono quelle che attirano un elevato numero di turisti e includono una quota importante della domanda turistica rivolta alla buffer zone e, in particolare al Parco Archeologico di Pompei, grazie al collegamento tramite la linea della ex Circumvesuviana Napoli-Sorrento (Grande Progetto Pompei, 2022).

Destinazione turistica	Esercizi alberghieri			Esercizi extra-alberghieri			Totale esercizi		
	Numero	Letti	d.m.	Numero	Letti	d.m.	Numero	Letti	d.m.
Anacapri-Capri	64	3505	54,7	211	1201	5,7	275	4706	17,1
Sorrento	81	10320	127,4	629	6118	9,7	710	16438	23,1
Amalfi-Ravello-Positano	83	5012	60,4	348	2489	7,1	431	7501	17,4
Napoli	163	12843	78,8	606	4561	7,5	769	17404	22,6
Area Sito UNESCO 829	75	4896	65,3	258	2740	10,6	333	7636	22,9

*Tabella 4: Totale esercizi alberghieri ed extra alberghieri (anno 2021)
(Fonte: ISTAT 2021)*

Dalla tabella 4 è evidente che la qualità ricettiva della città di Pompei e dei comuni dell'area UNESCO sia nettamente inferiore rispetto a quella di Napoli e delle altre località turistiche come Capri o Sorrento, dove si trovano anche alberghi a 5 stelle, che sono assenti invece nelle zone che rientrano nel sito UNESCO.

II.4.2 – La domanda

Per quanto riguarda la domanda turistica, tendenzialmente questo territorio non “tiene memoria” di chi viene a visitare o delle motivazioni del viaggio: gli unici dati disponibili riguardano gli arrivi e le permanenze all'interno delle strutture ricettive di Pompei. Non sono disponibili dati che possano rappresentare quelle che sono le motivazioni dei flussi turistici e le loro dinamiche.

La permanenza media dei turisti nel territorio di Pompei è breve e non supera mai i 2 giorni, nonostante l'aumento del numero dei visitatori del Parco dal 2008 ad oggi.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Arrivi	87.270	71.050	72.323	86.873	93.897	104.667	104.893	109.376	120.078
Presenze	167.884	132.398	130.633	165.663	175.047	198.663	197.432	208.062	230.969
Permanenza media	1,9	1,9	1,8	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,92

*Tabella 5: Arrivi e presenze nel comune di Pompei (anni 2007 - 2015)
(Fonte: Azienda Autonoma di Cura Soggiorno e Turismo di Pompei (2017))*

La tabella 5 mostra gli arrivi e le presenze nel comune di Pompei dagli anni 2007 fino al 2015, confermando una permanenza media inferiore ai 2 giorni. Bisogna, infatti, tenere conto che il turista che compra il biglietto di ingresso agli Scavi Archeologici di Pompei è un tipo di turista escursionista, che tendenzialmente alloggia presso strutture ricettive nella città metropolitana di Napoli, o molto più probabilmente nelle zone della Costiera Amalfitana, e visita gli Scavi Archeologici in uno dei giorni della sua permanenza. Questo diffuso turismo escursionistico è legato soprattutto alla facilità con cui è possibile raggiungere la città da altre destinazioni della provincia di Napoli, e che quindi porta il turista a preferire un alloggio in un luogo diverso. Sicuramente il turista straniero tende a soggiornare, anche solo per una notte, nella zona di Pompei a differenza dei turisti italiani che prediligono un tipo di turismo “mordi e fuggi” al sito pompeiano, non usufruendo del resto del prodotto turistico dell’area (Grande Progetto Pompei, 2022).

È evidente, comunque, che il gran numero di turisti che visitano gli Scavi Archeologici di Pompei non possa essere accolto all’interno delle sole strutture della città di Pompei. I visitatori degli Scavi di Pompei rappresentano circa la metà dei visitatori dei musei della provincia di Napoli che vengono registrati. Nella ricerca dell’ISTAT del 2019, infatti, dei 6.521.694 turisti che sono stati registrati all’ingresso dei vari musei napoletani, 3.805.094 hanno visitato le rovine di Pompei e corrispondono a circa il 58% dei visitatori totali di quell’anno. È evidente che Pompei sia una meta molto conosciuta e che il visitatore che si trova nelle zone di Napoli non rinuncia a vedere questo patrimonio culturale inestimabile, ma il problema di base resta sempre la loro permanenza che dura pochi giorni. Nonostante i

milioni di visitatori e la sua attrattiva eccezionale, l'area non è in grado di trattenere il turista sul territorio per un periodo di tempo più lungo di quello necessario alla visita agli Scavi stessi.

CAPITOLO III –

La performance museale degli Scavi Archeologici di Pompei

Nessuna organizzazione artistica può mantenere il successo e la creatività nel lungo termine, se non viene gestita con un alto grado di abilità e impegno, questo perché le organizzazioni richiedono un buon governo per sostenere un livello qualitativo soddisfacente.

Le organizzazioni culturali sono una grande fonte di ricchezza economica, ma anche sociale e culturale, per le città che le ospitano, poiché poli di attrazione per un tipo di turismo che è disposto a spendere anche in altre offerte locali. Sulla scena economico-culturale si cercano delle soluzioni adeguate al fine di gestire in maniera strategica quello che è il patrimonio italiano e contrastare l'inadeguatezza del sistema.

Uno dei centri culturali più critici d'Italia è sicuramente il complesso archeologico di Pompei. In questo caso parliamo più di difficoltà di carattere organizzativo che tecnico e finanziario. Ricordiamo, infatti, che il complesso fa parte della lista dei beni patrimonio dell'umanità dell'UNESCO dal 1997, quindi i finanziamenti non sono mancati nel corso degli anni. Il problema risiede nella cattiva gestione del Parco Archeologico che si è protratta per un lungo periodo di tempo e non ha giovato ad una buona performance del Parco.

Nel terzo capitolo si analizzeranno in maniera approfondita i dati relativi agli ingressi del Parco Archeologico dagli anni 2000 ad oggi. Si osserveranno in un primo momento quelle che sono le variazioni a livello annuale e in seguito si approfondiranno i cambiamenti a livello mensile nel corso di un anno, spiegando le cause e i motivi di queste variazioni. In seguito si analizzerà il livello di soddisfazione dei clienti, tramite un'analisi delle recensioni dei visitatori su TripAdvisor.

III.1 – Le variazioni annuali

In questo paragrafo analizzeremo i dati relativi alle entrate al Parco Archeologico di Pompei dagli anni 2000 fino all'anno 2022 a livello annuale.

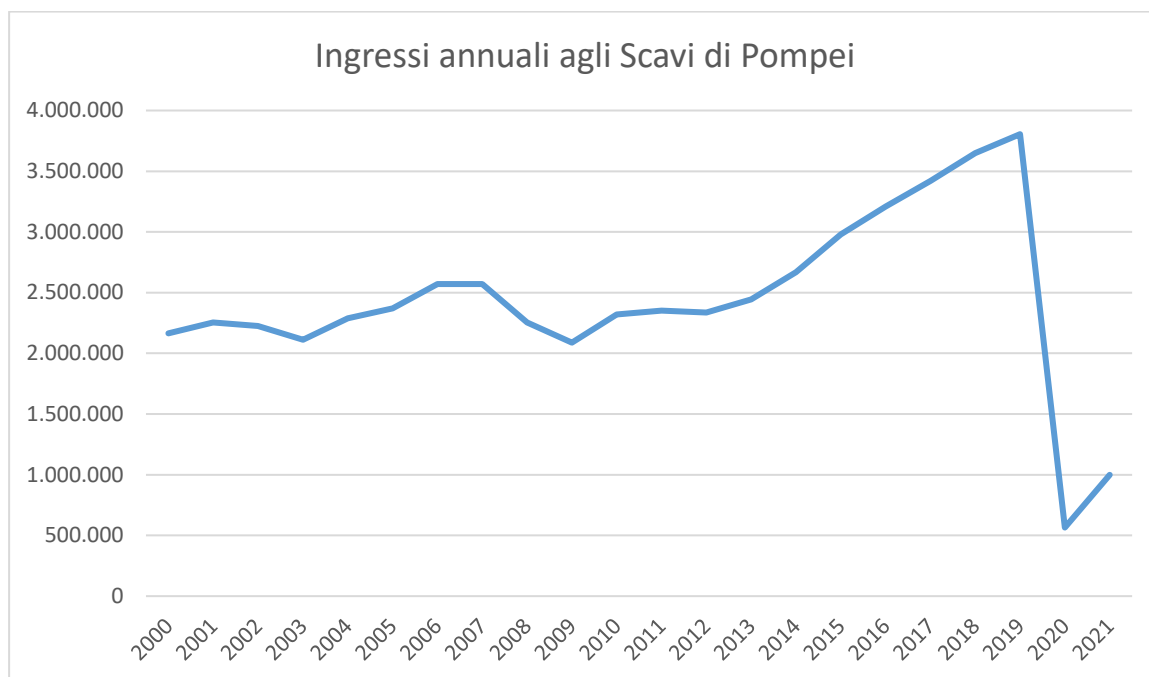


Grafico 1: Ingressi annuali agli Scavi di Pompei (Elaborazione personale)

Anno	Numero di ingressi	Variazione Percentuale
2000	2.165.739	
2001	2.255.365	4,14%
2002	2.224.668	-1,36%
2003	2.112.412	-5,05%
2004	2.287.580	8,29%
2005	2.370.940	3,64%
2006	2.569.872	8,39%
2007	2.571.725	0,07%
2008	2.253.633	-12,36%
2009	2.087.559	-7,37%
2010	2.319.668	11,12%
2011	2.352.189	1,40%
2012	2.336.188	-0,68%
2013	2.443.325	4,58%
2014	2.668.178	9,20%
2015	2.978.884	11,64%
2016	3.209.089	7,72%
2017	3.418.733	6,53%
2018	3.649.374	6,74%
2019	3.805.094	4,26%
2020	564.941	-85,15%
2021	999.719	76,95%

Tabella 6: Ingressi annuali agli Scavi di Pompei (Elaborazione personale)

La città antica di Pompei è una delle destinazioni turistiche più popolari in Italia, che attira visitatori da tutto il mondo per la sua importanza storica e archeologica.

Per analizzare le entrate agli Scavi Archeologici di Pompei, verrà preso in considerazione il periodo che va dagli anni 2000 fino al 2022, osservando le oscillazioni del numero di ingressi nel corso di questi 22 anni.

Dal grafico è evidente si sia verificato un leggero aumento nel numero di biglietti ogni singolo anno dagli anni 2000 fino ad oggi, con qualche battuta di arresto verso la fine del primo decennio degli anni 2000.

III.1.1 – Diminuzione degli ingressi negli anni 2007-2009 e le cause

La prima variazione che risalta all'occhio è sicuramente la diminuzione che si verifica dall'anno 2007 fino all'anno 2009. In questo periodo il numero di ingressi totali passa da 2.571.725 persone a 2.087.559 persone, ovvero diminuisce del 18,81%. Una delle cause di questa diminuzione è facilmente collegabile alla crisi finanziaria scoppiata nell'autunno del 2008, legata al mercato immobiliare statunitense e la bolla finanziaria che si era sviluppata in questo settore.

Come è possibile ricordare, questa crisi non portò danni economici soltanto negli Stati Uniti, ma ha avuto conseguenze in tutto il mondo. Si verificò, infatti, una brusca caduta del commercio internazionale, che ha condotto ad un forte calo della produzione industriale e ad un conseguente aumento della disoccupazione, la quale ha continuato ad aumentare di anno in anno. I danni economici si verificarono in tutti i settori dell'economia, dall'agricoltura fino a quello dei servizi. Anche il turismo, ovviamente non è stato risparmiato. Secondo i dati dell'Organizzazione mondiale del turismo (UNWTO) nel 2009 gli arrivi turistici sono diminuiti del 4% rispetto al 2008 e gli introiti, in termini reali, del 6%.

In Italia, sicuramente, la Regione Campania risentì fortemente della crisi economico-finanziaria registrando una perdita di PIL regionale pari al 15%. A livello turistico viene

registrato un decremento totale del -9,3% per quanto riguarda le presenze turistiche sia straniere che italiane.

La crisi finanziaria, però, non è l'unico fattore che ha impattato in maniera negativa sul turismo della Regione Campania e di conseguenza della città di Pompei durante quegli anni. È necessario tener conto anche della crisi dei rifiuti che si è verificata nella regione e che fu resa pubblica grazie alle immagini dei notiziari che mostravano la Città di Napoli invasa dai rifiuti. Le cause che hanno generato questa crisi sono molteplici: attività illegali della Camorra e comportamenti criminali da parte dei politici e degli amministratori pubblici, degli imprenditori e dei massoni. Nel ciclo dello smaltimento dei rifiuti si è infiltrata l'Ecomafia, una rete di organizzazioni criminali che ha sviluppato un mercato illegale alternativo esteso a tutto il paese.

Quando si affronta il tema dello smaltimento illegale dei rifiuti, non parliamo semplicemente di spazzatura per le strade delle città, ma di inquinamento del suolo, delle acque superficiali e sotterranee e dell'atmosfera. Questa situazione ovviamente ha un impatto negativo sulla vita delle persone e sull'economia di quel luogo, e influisce di conseguenza anche sul turismo. L'immagine di una città piena di rifiuti tra le strade che dovrebbero essere invece piene di turisti non aiuta a diffondere un'immagine della destinazione che invogli le persone a visitarla e a volerla vivere.

Sicuramente queste due tipologie di crisi, anche se diverse tra loro, hanno arrecato un grave danno all'economia regionale, intaccando anche il settore turistico della Regione Campania e di conseguenza hanno influito sulle entrate del Parco. A queste due motivazioni si aggiunge il fatto che in quel periodo la gestione del sito era caratterizzata da diverse problematiche legate soprattutto alla conservazione e alla manutenzione del patrimonio archeologico, alla fruizione turistica del sito e alla sicurezza dei visitatori e degli operatori stessi. L'urgenza a cui doveva rispondere il Parco era legata principalmente all'implemento di serie di interventi di restauro e consolidamento delle strutture, che si erano indebolite visto l'afflusso dei visitatori, non gestito adeguatamente, e anche ovviamente all'usura del tempo. Si ricorda nel 2006 il crollo della Domus dei Gladiatori, luogo in cui un tempo gli atleti si allenavano, e nel 2010 il crollo della Schola Armaturarum, che era la sede di una delle maggiori associazioni militari della

Pompei antica. Inoltre, il sito archeologico era anche oggetto di atti di vandalismo, compreso il furto di reperti archeologici che ovviamente hanno messo a rischio la preservazione e conservazione del patrimonio culturale.

Tutto questo ha sicuramente portato molta attenzione da parte della politica e dei media sul Parco Archeologico di Pompei e sulla gestione di questo patrimonio. Nasce quindi l'esigenza e la necessità di disporre delle risorse adeguate e di provvedere alla manutenzione ordinaria del complesso che evidentemente non veniva svolta da tempo; un patrimonio delle dimensioni di quello di Pompei necessita di cure continue e non di interventi di manutenzione e restauro sporadici. Tutta questa attenzione che si concentrava sul Parco ha avuto un risvolto positivo, ovvero l'avvio del Grande Progetto Pompei nel 2012. Si tratta di un programma straordinario di interventi di conservazione, prevenzione, manutenzione e restauro, con l'obiettivo di riqualificare il sito archeologico di Pompei, migliorare la sua conservazione, la fruizione turistica e la sicurezza del sito.

III.1.2 – I miglioramenti dal 2010 in poi e le iniziative adottate

A seguito della crisi finanziaria del 2008 e quella dei rifiuti e l'avvio del Grande Progetto Pompei, è evidente che si verifica una consistente crescita nel numero dei biglietti venduti per l'ingresso agli scavi ogni singolo anno dal 2010 fino al 2019. Negli anni precedenti alla pandemia, l'Italia, infatti, è stata tra i paesi più visitati al mondo con più di 94 milioni di turisti stranieri registrati nel 2019, come affermato dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali.

Ma cosa ha portato all'aumento graduale delle entrate negli ultimi 10 anni, prima del brusco calo nel periodo pandemico?

È possibile notare, infatti, che nel 2014 si verifica un aumento di circa 250.000 biglietti staccati con un aumento di circa il 9% rispetto al 2013. È un notevole cambiamento rispetto all'anno precedente dove si registra un aumento di poco più di 100.000 persone entrate al Parco dal 2012 al 2013, ovvero il 4%.

Sicuramente una delle cause che ha portato ad un numero maggiore di visitatori in quegli anni può essere ricollegata all'apertura domenicale gratuita introdotta nel 2014.

Ma di che tipo di iniziativa si sta parlando? Dal 2014, il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali ha promosso questa iniziativa denominata *"Domenica al Museo"*, che prevede che nel corso dell'anno, più precisamente da ottobre a marzo, sia previsto l'ingresso gratuito nei musei e nei parchi archeologici statali ogni prima domenica del mese. L'obiettivo dell'iniziativa è quello di promuovere l'accessibilità alla cultura e alla conoscenza, in particolare tra le persone che avrebbero più difficoltà a visitare i musei per motivi economici. Nonostante non tutti i musei partecipino all'iniziativa e che l'ingresso gratuito non includa mostre temporanee o eventi speciali, si può affermare che questo meccanismo ha sicuramente giovato economicamente a tutto il sistema museale. Il numero di visitatori nei musei statali italiani è aumentato notevolmente, così come il numero degli ingressi a pagamento. Anche i musei più piccoli ne hanno giovato sfruttando le compagne di comunicazione nazionale per arrivare ad un numero maggiore di persone.

L'iniziativa, lanciata dal Ministro Dario Franceschini, è stata sicuramente di grande successo e ha portato a registrare numeri da capogiro per quanto riguarda le entrate ai musei. Stando ai bollettini ministeriali, gli introiti totali relativi a musei, circuiti museali, monumenti e aree archeologiche sono passati dai 40,7 milioni del 2013 ai 45,4 del 2016, con un bel traguardo raggiunto nel 2015, pari a 45,7 milioni. Nel 2017 si è arrivati alla super cifra di 48,6 milioni. Le domeniche gratuite quindi non solo hanno avvicinato diversi target di pubblico ai musei, ma hanno anche favorito le casse delle stesse istituzioni, dato che è aumentata la percentuale dei visitatori paganti: dai 17,649 milioni del 2013 ai 24 milioni del 2017, ovvero un aumento di circa il 37%.

Le domeniche gratuite hanno avuto un effetto positivo anche a livello economico e le conseguenze positive dell'iniziativa hanno permesso il rinnovo ogni anno fino ad oggi, nonostante le numerose critiche. Nel 2016 viene poi prevista un'estensione all'iniziativa, denominata *"Io Vado al Museo"*. Sempre promossa dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, questa volta in collaborazione con l'Associazione Nazionale Città dei Bambini e dei Ragazzi, si offre la possibilità ai bambini e ai ragazzi con età inferiore ai 18 anni

di visitare gratuitamente i musei italiani, con l'obiettivo di promuovere l'educazione culturale, soprattutto nei giovani. Si è cercato, infatti, di incentivare le visite ai musei e alle istituzioni culturali soprattutto ai giovani e ai bambini, cercando di favorire l'accesso alla cultura e di guardare ai musei come dei luoghi in cui si può imparare tanto sulla nostra storia e sul nostro patrimonio culturale divertendosi.

Nel 2019 viene poi introdotto un provvedimento che dà la possibilità ai ragazzi di età compresa tra i 18 e i 25 anni di poter accedere ai musei statali e le aree archeologiche con un biglietto ridotto a soli 2 euro. Tutto questo sempre con l'obiettivo finale di incentivare i giovani ad avvicinarsi alla cultura e scoprire l'immenso patrimonio italiano.

Nello stesso anno viene poi annunciato un ulteriore provvedimento che aumenta a 20 giorni l'ingresso gratuito nei Musei e siti archeologici statali, rispetto ai 12 giorni previsti negli anni precedenti. Oltre alle prime domeniche di ogni mese da ottobre a marzo, si introduce la "Settimana dei Musei", ovvero sei giorni consecutivi di aperture gratis ed eventi, dal martedì alla domenica, in tutti gli istituti museali statali. In quell'anno questa settimana cadeva tra il 5 e il 10 marzo e prevedeva una ampia offerta di iniziative culturali, come visite guidate, conferenze, incontri e laboratori per adulti e bambini.

Tutte queste iniziative che sono state emanate nel corso degli ultimi dieci anni hanno giovato a tutto il sistema museale e ovviamente anche al complesso museale degli Scavi di Pompei, che rientra nella categoria dei complessi museali previsti dal decreto.

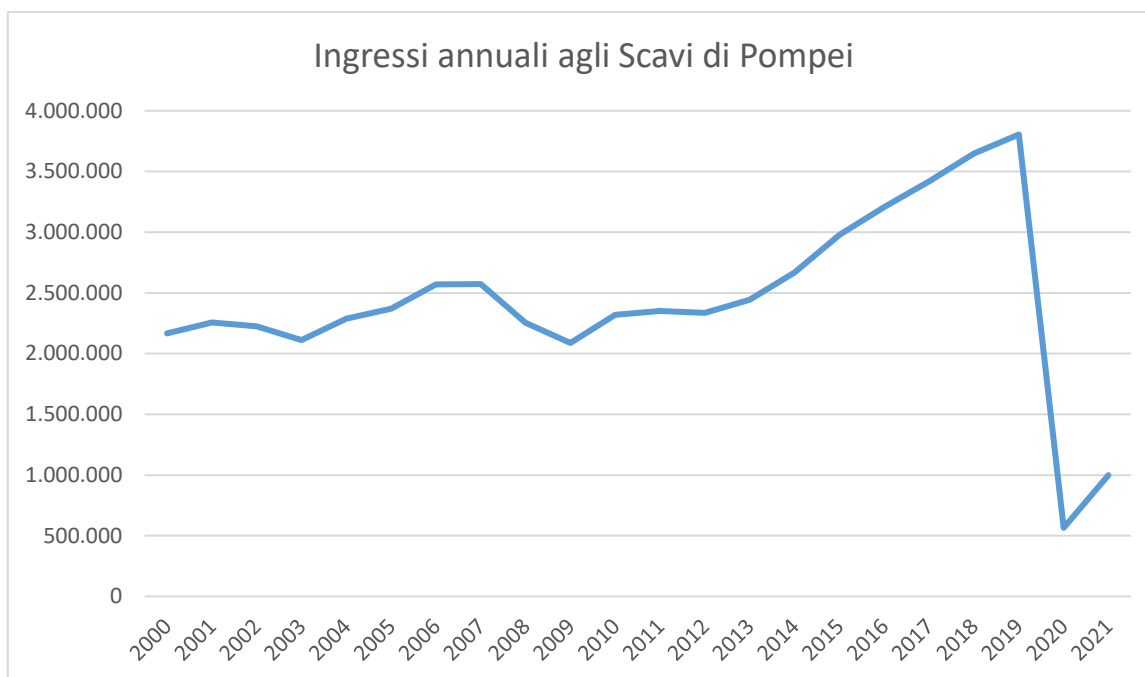


Grafico 2: Ingressi annuali agli Scavi di Pompei (Elaborazione personale)

Dal grafico in alto è evidente che le entrate nel Parco Archeologico di Pompei sono lievitare ogni singolo anno dal 2014 e queste iniziative, insieme all'avvio dei progetti di restauro e manutenzione, hanno sicuramente contribuito al maggior numero di ingressi che si sono verificati in questi anni. Accanto a queste iniziative, è necessario nominare i vari eventi culturali o ricreativi che si sono svolti in questi anni, promossi grazie al *Grande Progetto Pompei*.

Il numero degli ingressi al Parco continua ad aumentare fino al 2019, anno in cui il Parco Archeologico di Pompei rientra nella classifica dei 30 musei più visitati d'Italia. Con ben 3.805.094 visitatori registrati nell'anno 2019, il complesso di Pompei si aggiudica il terzo posto di questa classifica subito dopo Il Parco Archeologico del Colosseo e La Galleria degli Uffizi di Firenze. Un grande traguardo per il Parco e una dimostrazione che le misure prese negli anni precedenti sono state efficaci nel raggiungimento degli obiettivi previsti.

A questo punto è importante anche ricordare che nel 2012 è entrato in atto il Grande Progetto Pompei, ovvero il Piano strategico in linea con le previsioni del Piano di gestione del sito UNESCO. Le azioni previste dal progetto hanno contribuito ad aumentare il numero dei

visitatori al Parco, grazie alla nuova organizzazione del sistema di gestione del sito, alla realizzazione di nuovi percorsi e alla valorizzazione tramite mostre ed eventi culturali.

Le mostre e gli eventi sono numerosi e si concentrano in particolare nei mesi estivi. Sul sito ufficiale pompeisites.org vi è proprio una sezione dedicata alle mostre e agli eventi, come è possibile vedere nell'immagine che segue.

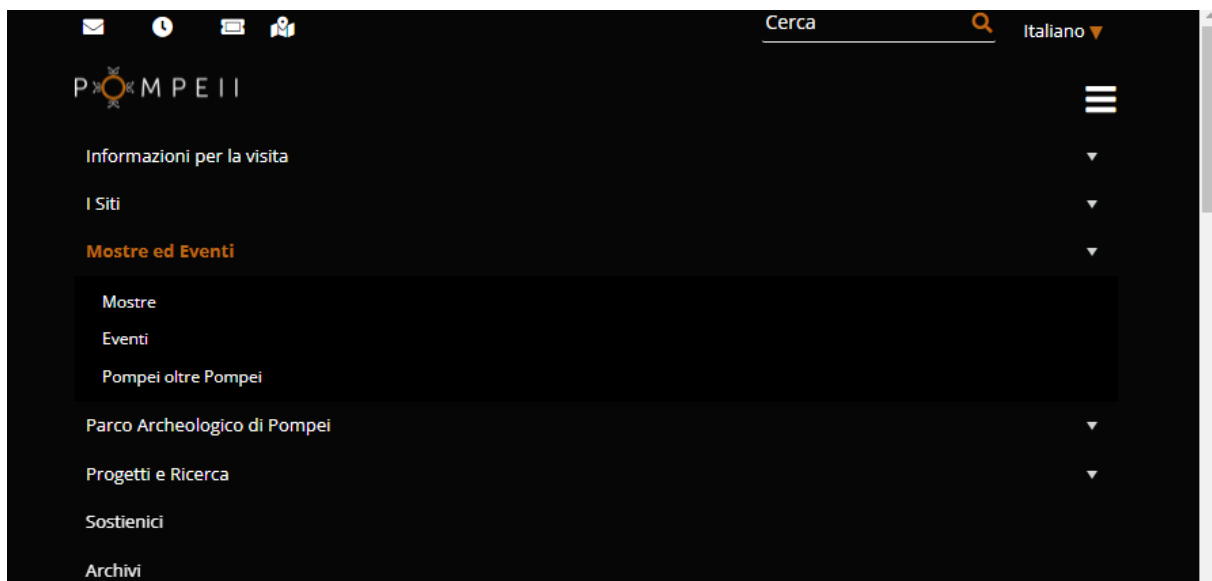


Figura 3: Sezione Mostre ed Eventi sul sito ufficiale degli Scavi di Pompei

In questa sezione è possibile trovare non solo eventi e mostre che si tengono a Pompei nel corso dell'anno, ma anche tutte le altre iniziative che riguardano Pompei che vengono svolte in altri luoghi o in collaborazione con altri musei, anche al di fuori dell'Italia. Un esempio è la mostra che si è tenuta nel 2020 al Gran Palais di Parigi.

Inoltre, il progetto ha contribuito a migliorare la fruizione turistica del sito, attraverso la creazione di nuove infrastrutture e servizi, e a garantire la conservazione del patrimonio storico-artistico di Pompei, grazie agli interventi di restauro e consolidamento delle strutture archeologiche.

Si può affermare che il Grande Progetto Pompei ha rappresentato un importante investimento per la valorizzazione del sito archeologico, contribuendo a migliorare la sua attrattività

turistica e la sua conservazione, e a garantire un'esperienza di visita di alta qualità per i numerosi visitatori che ogni anno si recano a Pompei.

III.3 - Le variazioni a livello mensile

Dopo aver analizzato la situazione annuale nel corso di questi due decenni e i motivi che possono essere legati a queste variazioni a livello di ingressi nel corso di questi anni, si può approfondire in maniera più specifica quella che è la situazione nel corso di un anno. Lo scopo è quello di riuscire a comprendere in quali mesi si registra un maggior numero di ingressi al Parco e quali siano le cause dietro queste differenze e il motivo che porta ad un maggior numero di ingressi in determinati mesi.

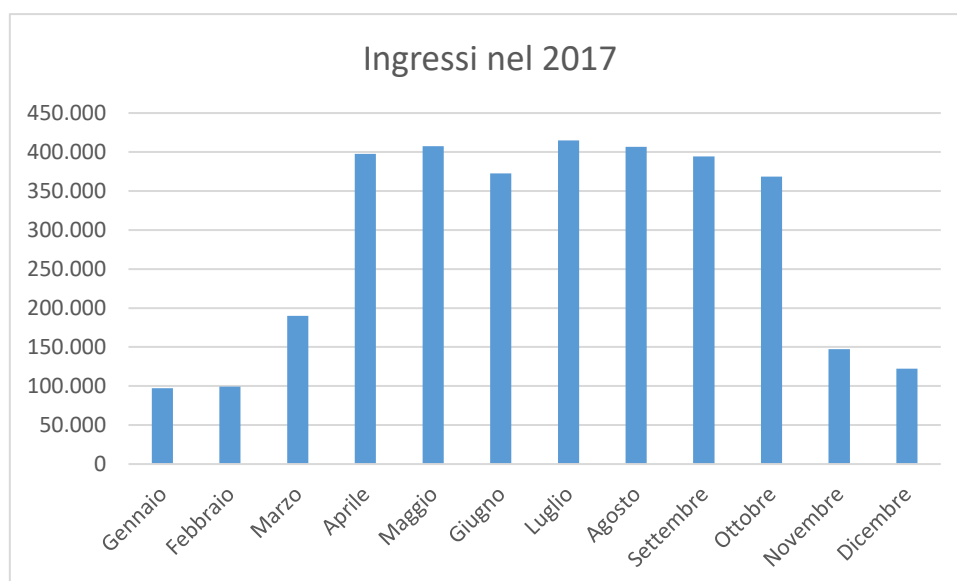


Grafico 3: Ingressi nell'anno 2017 (Elaborazione personale)

2017	NUMERO VISITATORI
Gennaio	97.389
Febbraio	99.142
Marzo	190.130

Aprile	397.739
Maggio	407.415
Giugno	372.643
Luglio	414.945
Agosto	406.614
Settembre	394.502
Ottobre	368.408
Novembre	147.384
Dicembre	122.422
Totale	3.418.733

Tabella 7: Ingressi nell'anno 2017 (Elaborazione personale)

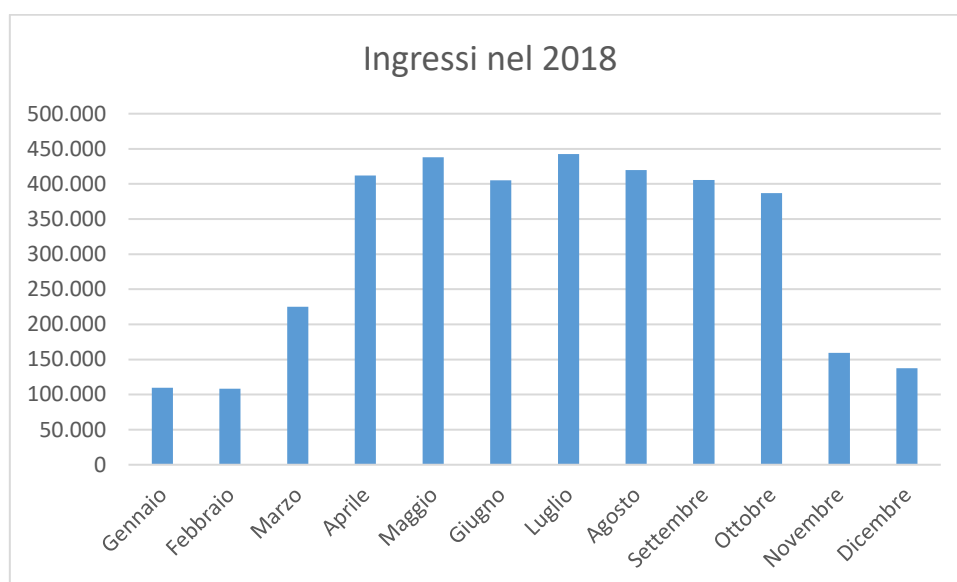


Grafico 4: Ingressi nell'anno 2018 (Elaborazione personale)

2018	NUMERO VISITATORI
Gennaio	109.460
Febbraio	108.255
Marzo	224.926
Aprile	411.906
Maggio	438.141
Giugno	404.972

Luglio	442.385
Agosto	419.886
Settembre	405.724
Ottobre	386.917
Novembre	159.390
Dicembre	137.412
Totale	3.649.374

Tabella 7: Ingressi nell'anno 2017 (Elaborazione personale)

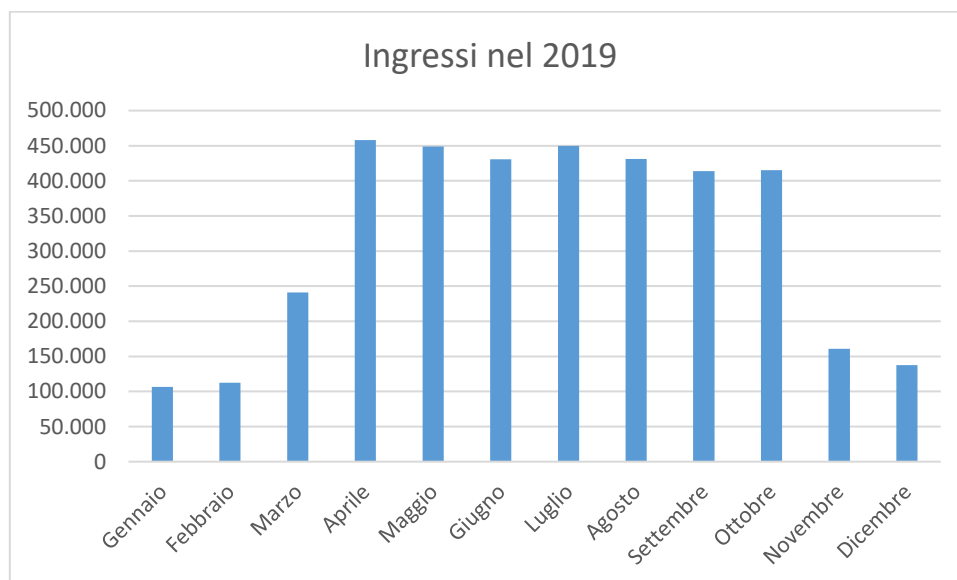


Grafico 5: Ingressi nell'anno 2019 (Elaborazione personale)

2019	NUMERO VISITATORI
Gennaio	106.290
Febbraio	112.573
Marzo	240.921
Aprile	457.941
Maggio	448.982
Giugno	430.505
Luglio	449.711

Agosto	431.275
Settembre	413.950
Ottobre	415.075
Novembre	160.522
Dicembre	137.349
Totale	3.805.094

Tabella 7: Ingressi nell'anno 2019 (Elaborazione personale)

Prendiamo in considerazione gli ingressi negli anni 2017, 2018 e 2019.

Come è possibile vedere dalle tabelle e dai grafici in alto, ci sono mesi in cui si verifica un notevole aumento nel numero degli ingressi, in particolare da aprile ad agosto.

Ma quali sono le motivazioni che si nascondono dietro questi incrementi nei mesi più caldi dell'anno?

Osservando la tabella relativa agli ingressi nell'anno 2017, si nota ad aprile un notevole aumento nei biglietti rispetto al mese di marzo, una variazione notevole nel numero di ingressi al Parco: da 190.130 a 397.739 ingressi. Sicuramente una variazione significativa che non passa inosservata.

Per comprendere le motivazioni legate a questo forte interesse nel mese di aprile si è utilizzato lo strumento di Google Trends, per analizzare le ricerche correlate agli Scavi di Pompei.

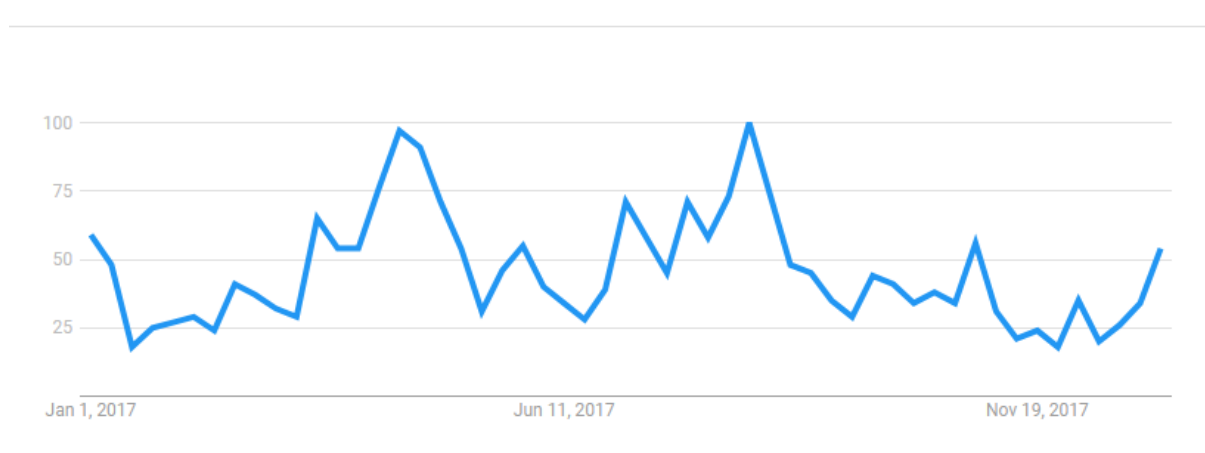


Grafico 6: Andamento ricerca "Scavi di Pompei" (Fonte: Google Trends)

Il grafico mostra l'interesse registrato per gli Scavi di Pompei nell'anno 2017, con picchi di ricerche nella settimana dal 23 al 29 aprile 2017 e quella che va dal 13 al 19 agosto.

Tra le ricerche correlate si trovano le due seguenti che si differenziano rispetto alle altre presenti:

- Pompei di notte 2017
- Statue Pompei

Si è quindi effettuata una ricerca utilizzando queste parole per comprendere se ci sia un collegamento tra l'interesse mostrato su Google e il maggior numero di visitatori registrati.

Per quanto riguarda la ricerca "pompei di notte 2017", i risultati trovati sono relativi principalmente all'iniziativa che rientra nella programmazione di "Una notte a Pompei", ovvero la possibilità di visite notturne nelle aree archeologiche. L'iniziativa, realizzata grazie alla collaborazione tra Enel, la Soprintendenza archeologica di Pompei, il Consiglio Nazionale delle Ricerche italiano e il Ministero dei Beni culturali, prevedeva la realizzazione di un percorso innovativo che permettesse ai visitatori di sperimentare un viaggio nel tempo alla scoperta della vita della popolazione di Pompei prima della disastrosa eruzione. L'impianto di illuminazione che è stato creato è sicuramente un importante passo verso la rinascita del sito archeologico di Pompei, unico nel suo genere. Il percorso è stato inaugurato il 3 luglio del 2017 e le visite notturne erano previste dalle ore 21.00 di ogni martedì e giovedì dei mesi di luglio e agosto. La visita, che partiva da Porta Marina continuava verso le botteghe di Via Marina, il tempio di Apollo, il Foro, il Tempio di Vespasiano, il Macellum e gli edifici Pubblici, sino alla Basilica. Un'esperienza di questo tipo attira numerosi visitatori, sia locali che stranieri. Passeggiare e vivere Pompei di notte, accompagnati da suoni e luci, è sicuramente molto diverso e più suggestivo in confronto alla visita standard durante il giorno.

L'iniziativa ha riscosso molto successo ed è stata riproposta anche nel 2018 e nel 2019, allargando anche agli altri siti archeologici vesuviani come la villa di Poppea ad Oplontis, la Villa S. Marco a Stabia e l'Antiquarium di Boscoreale. È stato ridotto il costo che da 11 euro nel 2017 è sceso a 5 euro nel 2019 e i giorni delle visite spostati al venerdì e sabato dalle ore 20.30 alle ore 22.30 nei mesi che vanno da luglio fino a agosto per il Sito Archeologico di

Pompei, mentre per gli altri si prevedevano periodi diversi che si allungavano fino al mese di settembre.

Il COVID-19 ha portato ovviamente ad un fermo di questo tipo di iniziative che sono riprese poi nel 2022, riducendo la possibilità di visita solo al venerdì sera dalle ore 20.00 alle ore 23.00 sempre nei mesi di luglio ed agosto.

Da questa analisi è evidente che l'interesse legato alle ricerche web dei mesi di luglio e agosto sia legato principalmente a questo tipo di iniziativa. Ad esempio troviamo anche negli anni successivi ricerche come:

- pompeii di notte 2018
- pompeii di notte 2019
- pompeii di notte 2022
- scavi di pompeii di notte
- pompeii di notte
- pompeii notturna

E' probabile che questo tipo di ricerche siano quelle correlate ai mesi di luglio e agosto e si ripetono con costanza ogni anno. Questa è una dimostrazione dell'interesse e del potere attrattivo di questa iniziativa e giustifica anche il maggior numero di visitatori che si registrano in quei mesi.

La seconda ricerca che si è analizzata è "statue pompeii", ed è legata ai mesi di aprile. La digitazione specifica di queste due parole è dovuta ad una scoperta del 1922, ovvero il ritrovamento di un calco di due esseri umani abbracciati al momento dell'eruzione e rimasti pietrificati fino ai giorni nostri.



Figura 4: Gli Amanti

Questo famosissimo calco fu ribattezzato gli “amanti”, proprio per le braccia che cingono l’uno il corpo dell’altro. Nascosta agli occhi dei visitatori per anni, nell’aprile del 2017 si è sciolto ogni dubbio sull’identità dei due esseri umani legati ormai per l’eternità. Non si tratta, infatti, di una madre e sua figlia o di una coppia dello stesso sesso che si stringono in un ultimo disperato abbraccio, come si era creduto fino a quel momento, ma si tratta di due giovani uomini che 18 e 20 anni. Non si può affermare con sicurezza che i due fossero amanti, ma lo si può ipotizzare vista la loro posizione. Sicuramente questa scoperta ha suscitato molto interesse tra le persone, soprattutto perché queste due persone unite in questo stretto abbraccio da più di 2000 anni, trasmettono un forte messaggio: l’amore che ci protegge anche negli ultimi istanti della nostra vita.

Ritrovamenti come questi, in realtà, suscitano curiosità nelle persone. Infatti, tra le ricerche che Google Trends riporta se ne trovano molte simili a questa:

- calchi di pompeii
- ritrovamento pompeii
- pompeii resti umani

- pompeii ultimi ritrovamenti
- ritrovamenti a pompeii
- pompeii scoperta
- pompeii nuove scoperte
- pompeii persone pietrificate
- pompeii amanti pietrificati
- resti di pompeii

Analizzando le altre ricerche che riporta Google Trends, abbiamo qualche conferma su ciò che è stato detto nei paragrafi precedenti.

Ad esempio, nelle ricerche del 2019 e del 2022, oltre a quelle già citate, troviamo anche:

- scavi pompeii gratis 2019
- scavi di pompeii gratis domenica
- pompeii gratis
- pompeii scavi gratis

Questo ci conferma quello che è stato discusso nel paragrafo precedente, quando si parlava dell'iniziativa "domenica al museo" e di come questo tipo di iniziative apportano un maggior numero di turisti.

Altre ricerche interessanti sono le seguenti:

- napoli sotterranea biglietti
- cristo velato biglietti
- come arrivare da napoli a pompeii
- visitare napoli
- cosa vedere a napoli
- da napoli a pompeii
- museo di capodimonte
- museo archeologico di napoli
- amalfi

Questi sono alcuni esempi che riprendono ciò che è stato discusso nel capitolo precedente. Prima di tutto, il fatto che molte persone digitino “come arrivare da napoli a pompeii” conferma che molti dei visitatori del Parco, non soggiornano nella zona ma visitano il sito in giornata, alloggiando nelle zone limitrofe. Inoltre, vediamo che alcune ricerche riguardano luoghi di interesse che si trovano nella Città Metropolitana di Napoli, probabilmente sempre legato allo stesso motivo precedente.

Pochissimi o nulli, invece, i riferimenti ad Ercolano, Torre Annunziata e gli altri siti che fanno parte dell’area UNESCO, come se questi luoghi non fossero strettamente collegati tra di loro e non facessero parte di un unico grande complesso museale, visto che è prevista anche la possibilità di acquistare un biglietto unico per tutti i parchi che rientrano nella zona buffer.

III.4 - Le visite nell’anno 2022

Come ben sappiamo, il 2020 è stato un anno difficile e pieno di sfide. L’impatto che il COVID ha avuto sulle vite delle persone è stato dirompente, così come su gran parte dei settori lavorativi, tra cui ovviamente anche il turismo. Le restrizioni relative ai viaggi e le misure di distanziamento sociale hanno avuto come conseguenza una drastica diminuzione del numero dei turisti e la chiusura di molte attività a livello globale.

Alcuni degli effetti che il COVID-19 ha avuto sul turismo:

- Cancellazione di viaggi: gran parte dei viaggiatori hanno dovuto cancellare i loro viaggi a causa delle restrizioni di viaggio e dei timori per la salute. Questo ha portato a perdite finanziarie per tante compagnie aeree, hotel e altre attività turistiche.
- Chiusura di attività turistiche: Molte attività turistiche, tra cui musei, parchi a tema e attrazioni turistiche, hanno dovuto chiudere a causa delle misure di distanziamento sociale e delle limitazioni sull'affluenza di visitatori.
- Impatto sui paesi che dipendono dal turismo: Paesi come l'Italia, la Spagna e la Thailandia, che dipendono fortemente dal turismo, hanno subito gravi danni economici vista la diminuzione del numero di visitatori stranieri.

- Cambiamenti nei comportamenti dei turisti: Dopo la pandemia i turisti stanno diventando più attenti alla salute e alla sicurezza. Ciò ha portato a una maggiore domanda di strutture ricettive e attività turistiche che rispettano le norme di distanziamento sociale e le misure di igiene.
- Ricerca di alternative al turismo internazionale: Con le restrizioni di viaggio, molti turisti stanno cercando alternative al turismo internazionale, come il turismo locale o il turismo all'aria aperta. Questo ha portato ad aumentare, ad esempio, attività come il campeggio, l'escursionismo e il cicloturismo.

Il COVID-19 ha avuto effetti negativi sul turismo a livello globale. Le perdite economiche di questo periodo sono state superiori anche a quelle della crisi del 2009, come stimato dall'Organizzazione Mondiale del Turismo. L'Italia è sicuramente uno dei paesi più colpiti e che ne ha risentito maggiormente, soprattutto dopo il 2019 che ha visto il nostro Paese tra i più visitati al mondo con più di 94 milioni di turisti stranieri.

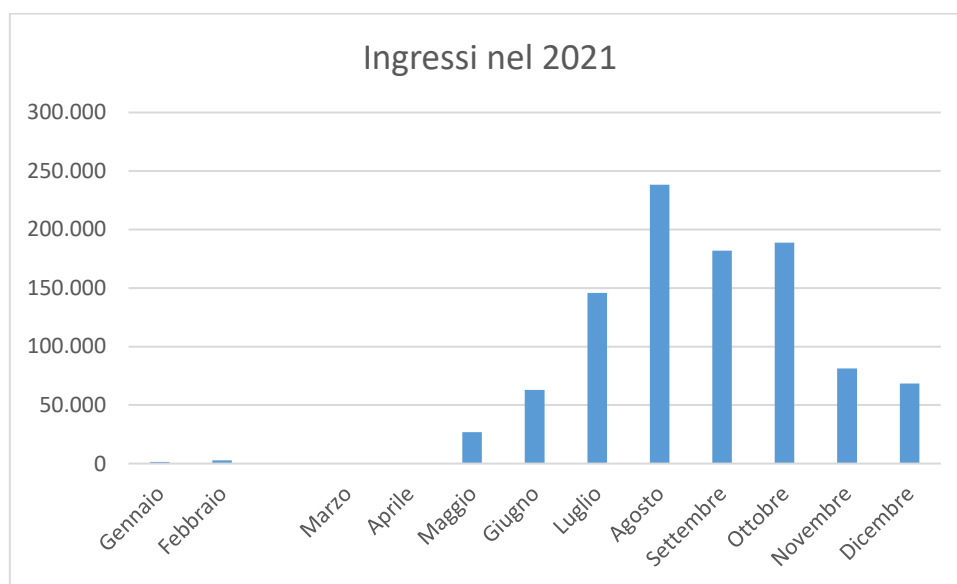


Grafico 7: Ingressi nell'anno 2021 (Elaborazione personale)

Mese	Numero dei visitatori
Gennaio	1.399
Febbraio	2.699
Marzo	(chiuso dal 22)
	Chiuso

Aprile	1.326 (aperto dal 27 aprile)
Maggio	26.724
Giugno	62.953
Luglio	145.882
Agosto	238.253
Settembre	181.841
Ottobre	188.719
Novembre	81.369
Dicembre	68.554
Totale	999.719

Tabella 8: Ingressi nell'anno 2021 (Elaborazione personale)

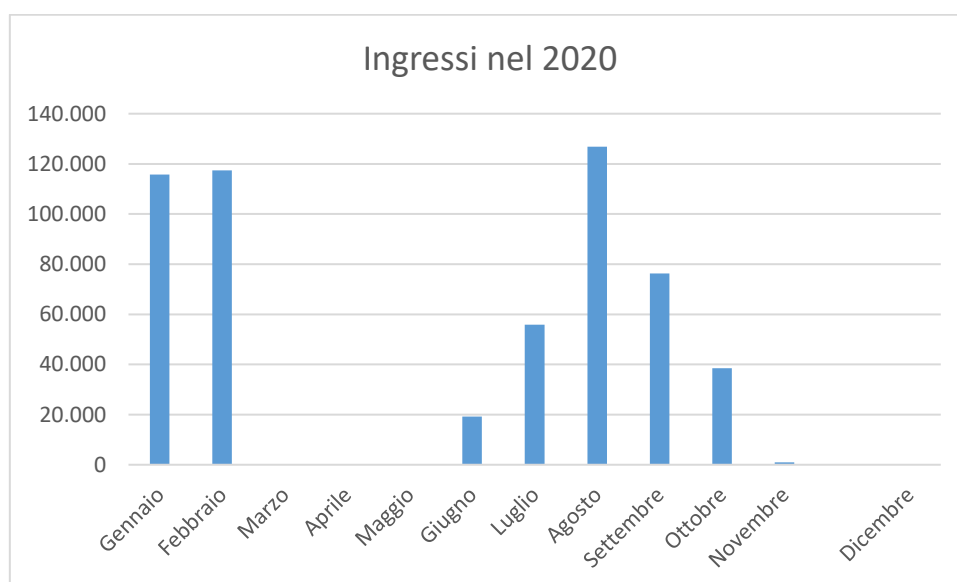


Grafico 8: Ingressi nell'anno 2020 (Elaborazione personale)

Mese	Numero dei visitatori
Gennaio	115.791
Febbraio	117.357
Marzo	12.116 (fino al 7 marzo)
Aprile	chiuso
Maggio	1.915 (dal 26 maggio)
Giugno	19.253
Luglio	55.863
Agosto	126.873

Settembre	76.327
Ottobre	38.468
Novembre	978 (chiusi dal 6)
Dicembre	chiuso
Totale	564.941

Tabella 9: Ingressi nell'anno 2020 (Elaborazione personale)

Di sopra sono riportati grafici e tabelle che mostrano il numero dei visitatori al sito negli anni 2020 e 2021.

Passare da quasi 4 milioni di visitatori nel 2019 a poco più di mezzo milione nel 2020 rappresenta un duro colpo per qualsiasi complesso museale. Il Parco di Pompei ne ha sofferto particolarmente visti gli importanti miglioramenti degli ultimi anni e i traguardi raggiunti.

Non sono disponibili dati precisi sulla tipologia dei visitatori e le motivazioni del viaggio, ma viste le numerose restrizioni imposte, soprattutto per i turisti stranieri, si può pensare che gran parte di questi visitatori sia italiani.

Anche in questi difficili anni, i mesi estivi si confermano quelli maggiormente frequentati. Nell'estate del 2020, Pompei ha cercato di aprire gradualmente al turismo, rispettando ovviamente le linee guida per la sicurezza stabilite dal governo per prevenire la maggior diffusione del virus: distanziamento sociale, maschere protettive e un numero limitato di visitatori contemporanei. Sicuramente il fattore che ha aiutato il Parco di Pompei in questo periodo particolare è l'essere un complesso museale all'aperto e che probabilmente ha permesso alle persone di sentirsi più sicure nel visitarlo, rispetto invece ad un museo chiuso, che può suscitare più paura in un momento storico del genere. Inoltre, in questo periodo si sono tenute delle visite guidate virtuali, tenuto dal direttore degli Scavi di Pompei, Massimo Osanna. Il tour virtuale, presente sul canale YouTube del MIBACT, ha permesso l'accesso al sito a tutte quelle persone che non avevano la possibilità di visitare dal vivo il Parco, ma anche suscitare interesse nelle persone per una futura visita.

Nel 2021 si raggiungono quasi 1 milione di visitatori, sicuramente non un numero elevato, ma un primo passo verso un ritorno alla normalità. Anche qui si registra sempre un maggior

numero di visitatori nei mesi estivi, dovuti probabilmente alla riduzione delle restrizioni per la sicurezza.

È evidente che la pandemia ha portato un brusco calo nel numero di ingressi al sito archeologico di Pompei, ma ora che non ci sono restrizioni e la pandemia sembra un ricordo lontano, i numeri sono migliorati? Si è riusciti ad attirare nuovamente i visitatori al sito?

I numeri dicono che nel 2022 Pompei ha triplicato i visitatori: un aumento del 297% cristallizzato nei 2.972.159 ingressi registrati negli ultimi 12 mesi, contro i 999.719 del 2021. Un aumento di 1.972.440 unità che, appunto, lanciano un messaggio chiaro: la pandemia, con il suo carico di paura e restrizioni, è finita e le persone stanno tornando a visitare nuovamente la città di Pompei.

Sicuramente siamo ancora lontani dai 3.8 milioni di ingressi che sono stati registrati nel 2019, ma bisogna tener conto che in un solo anno il sito ha triplicato il numero dei visitatori e si è avvicinata ai livelli registrati prima della pandemia.

Il merito va sicuramente anche ad una gestione del Parco Archeologico che è in grado di tenere sempre alta l'attenzione da parte del pubblico, di offrire nuovi spunti di riflessione e, soprattutto, nuove prospettive di osservazione della città antica.

Il "successo" di Pompei va di pari passo con quello degli altri siti archeologici vesuviani del Parco, che hanno visto raddoppiare i visitatori nel 2022: tenendo conto di tutti i parchi, si sono registrati ben 3.060.049 ingressi, di cui la sola Pompei rappresenta il 97%.

Un gran traguardo dopo il complicato momento storico affrontato negli ultimi due anni.

III. 5 - Le recensioni dei visitatori

Nei paragrafi precedenti si sono osservati dei dati quantitativi per riuscire a comprendere la performance del sito negli ultimi 20 anni.

In questo paragrafo verranno riportate alcune recensioni dei visitatori di Pompei, riprese dal sito di TripAdvisor, dove si trovano circa 23.266 recensioni, che possono aiutare a capire il livello di soddisfazione dei visitatori.

Come dato qualitativo, si sono prese in considerazione recensioni di vari anni, che vanno dal 2011 fino ad oggi. L'obiettivo è quello di verificare quello che è stato affermato nei paragrafi precedenti.

Sono state selezionate alcune recensioni tra le tantissime presenti:

“Sono stato in questi giorni a napoli e ho visitato gli scavi di pompei. Impressione personale pessima. D'ACCORDO Che si tratta di preziosi reperti antichi ma via andiamo la sicurezza personale dei tanti visitatori che gli frequentano per me è più importante. Mi ha fatto impressione il fatto raccontatomi da un guardiano ogni sera di tutti i giorni dopo la chiusura rimangono all'interno decine di persone in quanto si perdono. Si perché non esiste la benché minima segnalazione delle strade le indicazioni per le emergenze la segnaletica luminosa ecc. fa ridere il cartello apposto all'ingresso: in questa zona non si applicano le norme sulla sicurezza legge 626 e legge 81 2008. alla faccia ma come si fa a non capire che tra i visitatori ci possono essere dei bambini delle persone anziane dei disabili ecc. un consiglio per ci sovrintende fatevi un esame di coscienza mettete mano al portafoglio e applicate tutte le norme di sicurezza e forza d'animo sono uno dei posti più conosciuti al mondo non possono essere tralasciati così”(settembre 2011)

“Tornare agli Scavi di Pompei il primo Maggio 2014, dopo venti anni, è stato un brutto colpo. Vedere infatti lo stato di abbandono e le poche scellerate opere di cosiddetto "restauro" effettuate (travi di cemento armato al posto di travi in legno), mi ha fatto vergognare di essere italiano di fronte ai tanti turisti stranieri che affollavano gli Scavi. I marciapiedi, le tubature in terracotta ed in piombo che ricordavo in migliore stato, sconnessi non dai postumi dell'eruzione, ma dall'incessante calpestio dei turisti (a Cipro un normale pavimento in una casa romana era preservato da un camminamento sopraelevato in legno).” (maggio 2014)

“Pompei patrimonio storico, artistico e culturale purtroppo da troppi decenni abbandonata a se stesso.” (aprile 2015)

“Ci siamo stati ben tre volte:

1975 con amici - era la prima volta ed eravamo entusiasti, ma tutto era lasciato al caso;

1990 sempre con amici - tutto era in abbandono, molto triste;

2016 in famiglia - abbiamo visto un miglioramento, i lavori fervono, si cerca di rendere gli scavi agibili anche ai portatori di handycapp e si proteggono le strutture, i percorsi sono ben disegnati e ti accompagnano a vedere tutto

Ho dei suggerimenti:

*- sarebbe bello che si pensasse anche ai ciechi, facilmente risolvibile con targhe scritte in Braille
- sarebbe utile che ci fosse all'interno un punto di ristoro, come nel resto del mondo, o in alternativa la possibilità di uscire e rientrare, senza pagare un doppio biglietto”(novembre 2016)*

*“Ho approfittato dell’ evento domenica al museo per visitare per la prima volta Pompei Antica. La prima cosa che si nota camminando è che il 60% degli scavi sono chiusi per lavori (apprendo poi con piacere dai cartelli informativi che gli stessi dovevano essere ultimati il 24 febbraio 2016..). Inoltre molte zone (tra le domus ma anche lo stesso anfiteatro) sembrano abbandonate con erbacce alte.”
(aprile 2016)*

Queste sono alcune recensioni che testimoniano lo stato di abbandono di cui si parlava precedentemente. Come si può vedere, i visitatori sottolineano la pessima gestione di quel periodo e la necessità di manutenzione, soprattutto per non mettere a rischio la sicurezza dei visitatori. Molti affermavano le strutture sono in pessime condizioni e che il tutto sembra lasciato a caso, senza un filo logico. I percorsi non sono indicati e segnalati in maniera adeguata e non sono adatti a persone con disabilità. Alcuni parlano anche di difficoltà nel parcheggio e della presenza di un unico punto ristoro, non sufficiente per accogliere il gran numero di visitatori. Molti menzionano anche consigli su come arrivare da Napoli a Pompei, confermando che una grande fetta dei visitatori di Pompei soggiorna in altri luoghi della provincia. Infatti, qualcuno si lamenta anche dei prezzi troppo alti dei pochi B&B presenti vicino agli scavi.

“4 anni fa con la mia famiglia siamo ritornati al parco archeologico di Pompei dopo parecchi anni che non andavamo. Siamo andati di domenica e combinazione abbiamo beccato la prima domenica del mese quando c'era l'ingresso gratuito. l'organizzazione è stata ottima, ma spettacolare ed enorme è la città di Pompei (che io non ricordavo granché!) sono rimasta letteralmente senza fiato.”(luglio 2021)

“Abbiamo approfittato della prima domenica gratuita per visitare gli scavi e devo dire che ritorneremo sicuramente! Non abbiamo fatto fila per entrare e dentro si cammina tranquillamente. Il

posto è magnifico, un'immersione totale nella storia! Siamo stati un cinque ore e ritorneremo sicuramente tra qualche mese, quando farà meno caldo. Da visitare e ammirare!"(agosto 2019)

"Vivo in Campania da sempre , ho girato ,viaggiato e visitato tanto posti in italia e all estero ma non ero mai stata a Pompei, incuriosita dai vari documentari visti in tv ho deciso di trascorrere la domenica negli scavi.

Approfittando dell'ingresso gratuito siamo partiti alla scoperta di questo fantastico posto. Se avete intenzione di visitare questo luogo ricordatevi di indossare scarpe comode perché è davvero molto grande.

Un tuffo nel passato. Consiglio a tutti questo luogo" (agosto 2019)

"Scavi internazionali, storia millenaria. Non c'è bisogno di tante spiegazioni...qui vive la storia e i fasti dell'antica Pompei, la quale sta emergendo con altri nuovi reperti... Visita guidata fatta con l'ausilio dei visori di realtà aumentata (da una società privata), che ricostruivano le varie zone del parco com'erano in origine... Il parco è grande e quindi consiglio una visita duratura, minimo 4 ore. I parcheggi stanno in prossimità degli scavi, nei vari parking limitrofi.

Essendo "domenica dei musei" abbiamo pagato solo la guida e i visori, ma il prezzo di entrata é di 15euro...cifra che vale la pena di essere spesa."(aprile 2018)

"Dopo qualche anno ci siamo ritornati per visitarlo con più calma e non sotto il sole di luglio. Consiglio la prima volta di farsi accompagnare da una guida che evidenzierà meglio tanti particolari e le cose più importanti. Noi abbiamo voluto prenderci più tempo per visitare un pò più in dettaglio il Parco e ci siamo fatti aiutare dall'app ufficiale che illustra molto bene i palazzi e monumenti principali.

Vista Pompei io consiglio comunque di visitare i resti di Ercolano che, sotto certi aspetti, offrono qualcosa in più di Pompei e comunque non si può non vedere il Museo Archeologico di Napoli che conserva molti affreschi, mosaici, statue, ecc. ritrovati in queste due città." (febbraio 2023)

"Meraviglioso sito archeologico visitato la prima domenica di ottobre 2018, entrata gratis. Siamo andati io, mia moglie e i due nipotini di 5 e 4 anni. Ottimi restauri. Pienissimo di turisti di tutto il mondo, specie cinesi , giapponesi e americani. Una vera immersione nella Storia." (ottobre 2018)

"Visita degli scavi fatta di notte in una atmosfera suggestiva quanto inusuale , avendo visitato più volte le rovine di giorno è stato un completamento di esperienza veramente emozionante. Luci ed ombre, storia e immaginazione ...un viaggio ...irraccontabile quanto bellissimo" (settembre 2021)

“Ho visitato molte volte e in circostanze diverse gli scavi di Pompei ma la suggestione di una visita notturna non è paragonabile a nulla. Le emozioni di una passeggiata senza folla nella parte pubblica della città va assolutamente provata!” (settembre 2019)

Tra queste recensioni selezionate si può notare come molti visitatori hanno approfittato delle domeniche gratuite. Per lo più parliamo di famiglie con due o tre figli che grazie a questa possibilità possono visitare luoghi come Pompei con i loro figli. Se si considera una famiglia di 5 componenti, ad esempio, e il costo del biglietto di 18 euro, è facile comprendere che la spesa sarebbe alta e non tutte le persone possono permettersela. Sicuramente un’iniziativa del genere permette a queste persone di poter visitare questi luoghi e introdurre già i più piccoli alla storia del nostro paese.

Un altro aspetto positivo della domenica gratuita risiede nel fatto che così i visitatori sono più tentati ad acquistare una guida per farsi guidare nel percorso. Non pagando il biglietto di ingresso, le persone si sentono meno limitate nello spendere i propri soldi nelle guide o nel bookshop o nei punti di ristoro. Molte sono le recensioni da parte dei giovani che hanno approfittato del biglietto ridotto a 2 euro per visitare gli scavi, così come altri siti, così come molte citano le mostre presenti nel Parco come un surplus che rende l’esperienza ancora più ricca e magica.

Numerosi anche i riferimenti alle passeggiate notturne a Pompei. Per grande parte si trovano recensioni molto positive che commentano la suggestione della città visitata di notte, e si parla di persone che hanno già visitato Pompei di giorno e sono tornati per una nuova esperienza e per visitare il sito in un modo nuovo e diverso.

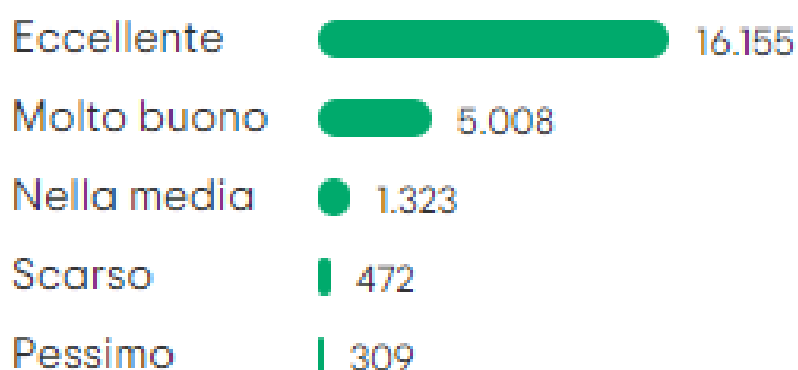
Si parla anche delle novità introdotte negli ultimi anni, come l’app che illustra i monumenti e gli edifici e accompagna il visitatore nella visita, il miglioramento del punto ristoro, il posizionamento di fontane che erogano acqua in vari punti del sito e la creazione di percorsi adatti a persone con disabilità e genitori con passeggini.

Dalle recensioni è evidente che ci sia stato un notevole miglioramento nel corso degli anni. Le persone che hanno visitato Pompei negli anni 2000 hanno notato il miglioramento a livello di gestione e apprezzano le nuove iniziative che permettono una diversa visita del Parco alla scoperta di nuove informazioni sulla città prima dell’eruzione del Vesuvio.

Anche in questo caso pochi riferimenti agli altri parchi che fanno parte dell'area dell'UNESCO e molti riferimenti soprattutto alla città di Napoli, sia su come raggiungere Pompei ma anche consigli su altri musei da visitatori nella città di Napoli.

È impossibile riportare qui tutte le recensioni presenti sul sito, visto il numero elevato. Di seguito si riporta un'immagine che le riassume:

4.5 ●●●●◐ 23.266 recensioni



Analizzare una parte di queste ha sicuramente aiutato a comprendere che il maggior numero di visitatori che si è verificato negli anni è anche legato alle iniziative che sono state introdotte e dalle azioni del Grande Progetto Pompei. Inoltre, queste recensioni aiutano a capire quali punti di debolezza presenta ancora il parco. Alcuni hanno, infatti, menzionato che la gestione è migliorata, ma sicuramente si può raggiungere un livello di efficienza maggiore. Altri chiedono un maggior numero del personale in giro per il parco che garantisca la sicurezza dei monumenti, visto il numero elevato di turisti stranieri che spesso non rispettano le opere presenti.

Complessivamente, l'immagine di Pompei e del suo Parco Archeologico è positiva: le persone sono affascinate da questo luogo, un tempo vivo, e ci ritornano volentieri nel corso della loro vita. La storia di Pompei sicuramente è un fattore di attrattiva importante, che accompagnato da una adeguata gestione, può portare questa destinazione a livelli altissimi.

III.6 - Considerazioni sui dati

L'analisi della performance di questo sito non risulta essere semplice. Pochi dati sugli arrivi e le presenze nella destinazione, soprattutto negli ultimi anni. Nessuna informazione sulle motivazioni dei viaggi o la provenienza dei turisti che visitano il sito. L'assenza di questi dati rende sicuramente complicato riuscire ad avere un quadro completo della destinazione nel corso degli anni.

Per questo motivo si è deciso di utilizzare le entrate registrate al Parco Archeologico di Pompei come strumento quantitativo che permettesse di analizzare la performance del sito nel corso degli anni e di vederne i cambiamenti e si è utilizzato come strumento qualitativo le recensioni su Tripadvisor per riuscire a comprendere il livello di soddisfazione dei visitatori e l'immagine della destinazione.

Questi dati hanno aiutato a capire problematiche e punti di forza del sito e a osservarne l'evoluzione nel corso degli ultimi 20 anni. La presa di coscienza del pessimo stato in cui si trovava il Parco nei primi anni di questo secolo ha sicuramente aiutato e può essere definito il punto di svolta nella storia di questo sito. Lavori di manutenzione costanti sono necessari, anche perché il turista nota questi aspetti e influisce sull'immagine della destinazione.

Come abbiamo visto, anche gli eventi e le varie iniziative hanno giocato un grande ruolo in questi ultimi anni. Mostre ed eventi arricchiscono l'esperienza complessiva della visita e portano le persone a tornare più volte al sito, per scoprire nuove informazioni e dettagli.

L'immagine della destinazione è ciò che la rende conosciuta al mondo e quello che ne aumenta o diminuisce l'attrattiva. Per questo è importante tener conto di tutti quegli aspetti che influenzano la percezione del turista e che potrebbero influire negativamente sull'immagine, come ad esempio l'assenza di indicazione del percorso, edifici abbandonati o sentieri non accessibili a tutti.

Sicuramente il miglioramento che si è verificato negli ultimi anni è evidente e anche i visitatori si sono resi conto del cambiamento negli anni e sono tornati con piacere a visitare Pompei. La strada, però, è ancora lunga e il lavoro da fare è tanto.

Capitolo IV –

Il confronto con la Valle dei Templi di Agrigento e le potenzialità di sviluppo

In questo capitolo si prenderà in considerazione un altro importante sito archeologico, ovvero la Valle dei Templi di Agrigento.

Dopo una breve introduzione al sito, si osserveranno le differenze tra i due casi presi in esame e si esploreranno le potenzialità di sviluppo del Parco Archeologico di Pompei, il quale può prendere ispirazione da alcuni aspetti della gestione della Valle dei Templi.

IV.1 – La valle dei Templi di Agrigento

La Valle dei Templi di Agrigento è il sito archeologico situato nella città di Agrigento nella Regione Sicilia. È considerato tra i più importanti complessi archeologici dell'antica Grecia e rappresenta uno dei maggiori tesori dell'archeologia mondiale.

Il sito si estende per circa 1300 ettari e comprende numerosi templi, altari e necropoli che risalgono al periodo ellenistico. I templi presenti furono costruiti tra il VI e il V secolo a.C e rappresentano gli esempi meglio conservati dell'architettura greca antica. Tra i più famosi si ricordano il Tempio della Concordia, uno dei templi dorici meglio conservati del mondo, e il Tempio di Zeus Olimpio, il più grande tempio della Grecia antica.

Oggi, la Valle dei Templi di Agrigento rappresenta un'importante testimonianza dell'arte e della cultura dell'antica Grecia, e attira migliaia di visitatori da tutto il mondo ogni anno.

IV.1.1 – Storia della Valle dei Templi di Agrigento

La Valle dei Templi ha una storia lunga e ricca, che risale alla Magna Grecia, quando la città di Agrigento, o meglio Akragas, era uno dei più importanti centri di potere politico ed economico della Sicilia.

Il primo tempio della Valle dei Templi, il Tempio di Ercole, fu costruito nel VI secolo a.C. In seguito, il sito fu ampliato e arricchito di nuovi templi e monumenti durante i secoli successivi, durante il V secolo a.C., che viene definito il periodo d'oro della Valle dei Templi.

Fu proprio in questo periodo che vennero costruiti quelli che sono considerati i templi più famosi come il Tempio della Concordia, il Tempio di Giunone e il Tempio di Zeus Olimpio.

Durante il periodo romano, però, la Valle dei Templi subì diversi danni, e gran parte delle strutture furono saccheggiate e distrutte. Invece, altri edifici furono ristrutturati e adattati per scopi cristiani, come la Basilica di San Biagio.

Nel corso dei secoli successivi, la Valle dei Templi cadde in rovina e fu dimenticata, fino al XVIII secolo, quando iniziarono i primi scavi archeologici. Il sito è stato poi oggetto di importanti campagne di restauro e di valorizzazione, che lo hanno trasformato in uno dei più importanti complessi archeologici del mondo.

La Valle dei Templi è stata dichiarata Patrimonio dell'UNESCO nello stesso anno del Parco Archeologico di Pompei, ovvero il 1997.

IV.1.2 – La gestione del sito

La gestione della Valle dei Templi è affidata all'Assessorato Regionale dei Beni Culturali e dell'Identità Siciliana, con la collaborazione della Soprintendenza Archeologia, Belle Arti e Paesaggio di Agrigento.

L'obiettivo della gestione è simile a quello che è stato visto precedentemente per il sito di Pompei: conservazione, valorizzazione e promozione dei beni culturali presenti sul sito. Anche

qui si parla di interventi di restauro e manutenzione continui e promozione a livello nazionale e internazionale.

La gestione della Valle dei Templi di Agrigento, come il Parco Archeologico di Pompei, presenta una serie di problematiche, alcune anche simili a quelle viste per il sito di Pompei nel capitolo precedente:

- *Sovraffollamento*: la Valle dei Templi è, infatti, una delle maggiori attrazioni turistiche della Sicilia, e durante i periodi di alta stagione la zona archeologica può essere affollata da un grande numero di visitatori, causando problemi di gestione dei flussi turistici;
- *Conservazione e manutenzione*: alcune parti della Valle dei Templi sono in cattive condizioni e necessitano di interventi di restauro e manutenzione continui;
- *Sicurezza*: la gestione della Valle dei Templi richiede anche la messa in atto di adeguate misure di sicurezza, al fine di prevenire atti di vandalismo e di garantire la sicurezza dei visitatori;
- *Sostenibilità ambientale*: la Valle dei Templi è un sito di grande valore naturalistico, ma l'alto flusso turistico e le attività umane possono causare impatti ambientali negativi, come la produzione di rifiuti e l'impatto sulla fauna e sulla flora;

Come è possibile vedere alcune problematiche sono molto simili a quelle già viste precedentemente, come la problematica della manutenzione costante del sovraffollamento dovuto ai numerosi turisti che affollano il sito.

Ciò è interessa è capire come il sito ha affrontato e sta affrontando tutt'ora queste problematiche.

Per una gestione adeguata dei flussi turistici importanti, sono stati istituiti dei percorsi di visita e previsto l'obbligo dell'acquisto di un biglietto di ingresso di 10 euro, con relative riduzioni, ad esempio per i cittadini con un'età compresa tra i 18 e i 25 anni. Inoltre, sono state adottate delle misure di sicurezza per poter garantire una fruizione sicura del sito ai visitatori, ma anche per garantire la sicurezza del sito stesso, preservando il patrimonio culturale.

Altre azioni importanti riguarda l'adozione di politiche per una gestione sostenibile del sito, in modo da salvaguardare la biodiversità e il paesaggio del sito. È previsto quindi il controllo della circolazione dei veicoli e l'uso di tecniche di tutela delle specie botaniche che sono presenti nel sito.

Tra le altre iniziative adottate, vi sono un continuo monitoraggio dello stato di conservazione del sito, garantendo interventi di manutenzione costanti, e organizzazione di mostre, eventi e altre attività culturali che permettano la promozione del sito.

L'approccio adottato dalla gestione del Parco, si fonda su un importante aspetto, ovvero tener conto degli aspetti culturali, ambientali ed economici del territorio. Ovviamente tutto questo richiede un gran lavoro, ma soprattutto la collaborazione tra enti pubblici, operatori privati e comunità locali, al fine di promuovere una gestione condivisa e partecipativa del sito. L'obiettivo è quello di promuovere un tipo di gestione condivisa e partecipativa da parte di tutti gli attori che ne sono coinvolti.

IV.1.3 – Gli ingressi al sito

Per quanto riguarda il numero dei visitatori del sito, non si andrà ad approfondire nel dettaglio le variazioni che si sono verificate nel corso degli anni, poiché non sono disponibili dati specifici riguardo agli ingressi, a differenza del sito di Pompei. Nel caso di questo sito archeologico è difficile risalire sia agli ingressi totali nel corso degli anni sia quelli mensili. Questo non ha permesso di fare un confronto specifico con il Parco di Pompei, anche se è plausibile pensare che le variazioni a livello mensile siano molto simili a quelle di Pompei, visto che entrambi i siti sono all'aperto e simili nelle iniziative adottate.

Come per il Parco Archeologico di Pompei, il numero dei visitatori varia fortemente in base al periodo dell'anno, alle condizioni metereologiche, alle festività e anche agli eventi che si svolgono sia sul sito che nelle zone limitrofe.

Tuttavia, i numeri non sono paragonabili a quelli che registra il Parco di Pompei. Nel 2019, infatti, il numero dei visitatori della Valle dei Templi si stima intorno ai 1.4 milioni, mentre

Pompei ne ha registrati quasi 4 milioni. Non sono ancora presenti dati specifici sui visitatori nel 2022, ma la stima non supera il milione di entrate nello scorso anno.

IV.1.4 – Le iniziative del sito

Per quanto riguarda le iniziative che sono previste nel sito, troviamo molte similitudini con quelle previste a Pompei.

Anche la Valle dei Templi rientra tra i complessi museali che concedono l'ingresso gratuito la prima domenica del mese, così come riduzioni a vantaggio dei giovani con biglietti ridotti per i ragazzi e ingressi gratuiti per i più piccoli. Vengono organizzati programmi educativi e attività didattiche per le scuole, per incentivare la conoscenza del sito archeologico tra i giovani. Oltre alle visite guidate è stata creata anche un app che permette di visitare il parco in maniera autonoma grazie ad una guida culturale. Inoltre, vengono organizzate numerose mostre ed altri eventi culturali come spettacoli teatrali, concerti e anche rievocazioni storiche.

Anche nella Valle dei Templi vengono organizzate le passeggiate notturne che sono state viste per il Parco di Pompei. Le visite notturne permettono ai visitatori di ammirare i templi e le strutture in un'atmosfera completamente diversa rispetto alle visite diurne. Durante la visita notturna, i visitatori possono ammirare i templi e le mura che li circondano illuminati da fasci di luce, che creano effetti di luce e ombre davvero suggestivi. Inoltre, durante l'estate, vengono organizzati anche spettacoli di musica, teatro e danza all'interno del sito archeologico, per offrire un'esperienza ancora più completa e suggestiva al visitatore.

IV.2 – Il confronto con il Parco Archeologico di Pompei

Come abbiamo visto nei paragrafi precedenti, il numero dei visitatori della Valle dei Templi, non può essere paragonato a quello del Parco Archeologico di Pompei. Quindi, per quale motivo si è deciso di fare un confronto tra i due? E cosa potrebbe aiutare al miglioramento del Parco di Pompei? Nonostante Pompei registri un numero di visitatori annuali nettamente

superiore, ci sono alcuni aspetti del sito della Valle dei Templi, che potrebbero aiutare ad avere un maggior numero di visitatori.

IV.2.1 – Le iniziative

Una prima differenza tra i due siti che risalta all'occhio è il fatto che il sito della Valle dei templi conta un numero di iniziative maggiore e maggiormente diffuse nel corso dell'anno. Ad esempio, nel periodo di Carnevale, vengono organizzati degli incontri per i bambini dai 6 ai 12 anni, dove possono decorare alcune maschere ispirandosi ai reperti archeologici che hanno visto. Oppure, nel periodo di dicembre e gennaio, sono state previste varie mostre su illustrazioni e fumetti ed è stato creato un workshop dove era possibile creare il proprio fumetto, guidati da un esperto fumettista. Così come sono numerosi anche gli eventi organizzati durante il periodo di Natale.

Questi sono solo alcuni esempi delle iniziative attuate e che non sono da sottovalutare. Esse permettono al visitatore di vivere il Parco diversamente e scoprirlo in forme diverse, e lo invogliano a tornare a visitare il sito più volte.

Rappresentano sicuramente un tipo di iniziative che possono essere attuate anche a Pompei, e che potrebbero influire sul numero di ingressi annuale. Pompei, infatti, prevede una serie di mostre ed eventi, come concerti o spettacoli teatrali, ma questi si concentrano principalmente nel periodo estivo, mentre nei mesi invernali sono pochissime o quasi assenti. Con l'aggiunta di mostre ed eventi, anche in altri mesi dell'anno, si potrebbero aumentare il numero di ingressi nei mesi invernali, che sono nettamente inferiori rispetto a quelli estivi.

V.2.2 – Accessibilità

Altro aspetto importante e che differenzia i due siti, è l'accessibilità delle persone.

Prima differenza importante risiede nei parcheggi: Pompei non fornisce questo tipo di servizio ai suoi visitatori, a differenza della Valle dei Templi. Nel sito di Agrigento sono presenti più

parcheggi, ubicati a livello delle biglietterie e nel sito web vengono date tutte le informazioni necessarie sulla sosta in questi parcheggi.

Inoltre, il Parco della Valle dei Templi prevede facilitazioni per i visitatori con esigenze speciali:

- Per i visitatori non udenti o con problemi di udito sono stati installati agli ingressi principali dei monitor introducono ai luoghi di maggiore interesse e alle possibilità di visita all'interno dell'area. Inoltre, sono presenti due mappe generali del sito che indicano i pannelli lungo il percorso dotati di QRcode, che permettono l'attivazione di video in lingua dei segni;
- Per i non vedenti o ipovedenti, è presente una mappa generale del sito con spiegazioni in braille e con l'indicazione dell'ubicazione degli altri pannelli in braille, installati nei punti di maggiore interesse. Per questi visitatori, sono previste inoltre, delle visite didattiche multisensoriali, dove si parla di architettura e paesaggio dando la possibilità di un'esperienza tattile presso le rovine del tempio di Ercole;
- Per i visitatori con disabilità motoria o ridotta, sono presenti dei percorsi facilitati e inoltre viene fornita una mappa con i dettagli dei percorsi e il livello di difficoltà. Questi percorsi permettono a questa tipologia di visitatori di visitare circa l'85% del parco e possono inoltre usufruire di un servizio di navetta gratuito.

Il Parco archeologico di Pompei, nonostante i miglioramenti degli ultimi anni, sicuramente ha necessità di rendere il sito più accessibile e i punti nominati precedentemente potrebbero rappresentare uno spunto su iniziative future.

IV.2.3 – Il sito web

Un'altra importante differenza notata nel confronto tra i due siti è il sito web.

Per quanto riguarda la Valle dei Templi, il sito web fornisce sicuramente un quadro più completo del sito e dei servizi offerti. Anche il sito web del Parco archeologico di Pompei presenta informazioni sui siti da visitare, gli eventi e le informazioni per la visita, ma manca un

aspetto fondamentale che è stato invece riscontrato su quello della Valle dei Templi (www.lavalledeitempli.it). Qui, infatti, oltre alle informazioni sulla visita e sulle attività che è possibile svolgere, vi sono informazioni dettagliate sulle varie modalità con cui è possibile arrivare al sito, o su dove alloggiare, dove mangiare e anche informazioni su dove poter acquistare prodotti tipici locali.

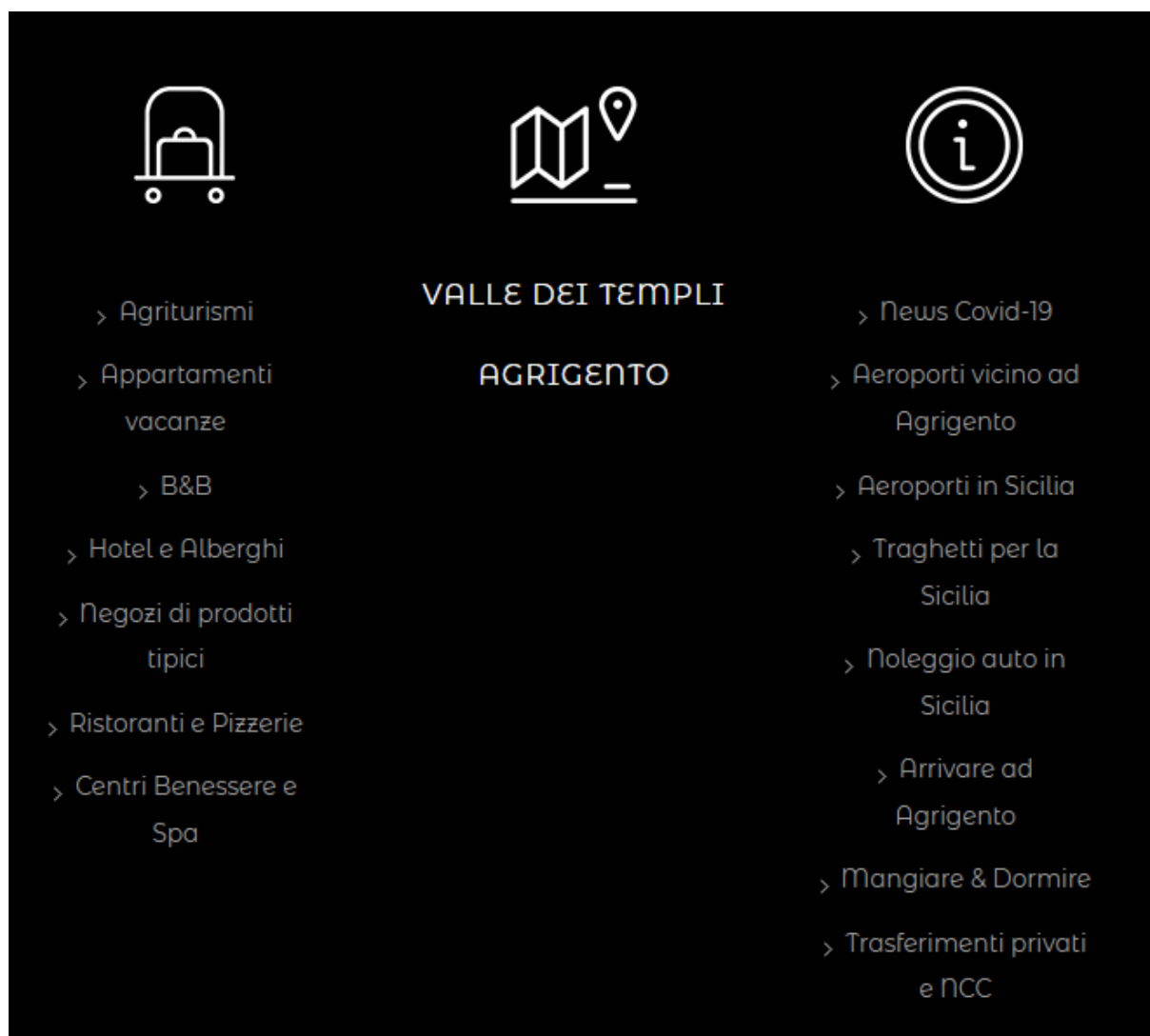


Figura 5: Sezione sul sito della Valle dei Templi

Questa sezione è assente dal sito web di Pompei. Qui infatti si trovano poche informazioni su dove poter alloggiare o mangiare. Sicuramente l'aggiunta di informazioni del genere arricchirebbe l'esperienza del visitatore e porterebbe anche ad una maggior conoscenza delle

altre esperienze che si potrebbero svolgere a Pompei o nelle zone limitrofe. Questo aiuterebbe non solo gli esercizi turistici limitrofi, ma diffonderebbe una maggiore consapevolezza su quello che ha da offrire Pompei, anche a livello di prodotti locali, che sono tanti. In merito a questo, infatti, la Valle dei Templi ha avviato il cosiddetto *“Progetto Diodoros”*, ovvero un progetto che nasce dalla necessità di valorizzare il patrimonio artistico, culturale, paesaggistico e agricolo della Parco della Valle dei Templi. Si tratta di un percorso volto alla valorizzazione delle specie di olivi, viti, pistacchi e tutte le altre varietà tradizionali della terra siciliana.

Un’iniziativa del genere potrebbe essere attuata anche nel Parco di Pompei. Il territorio è ricco di prodotti locali, come il PROSUM, ovvero l’amaro di Pompei, il Lacryma Cristy e le percoche di Terzigno, l’albicocca del Vesuvio o il pomodoro del piennolo e molti altri prodotti. Il territorio su cui sorge Pompei è un territorio fertile, che permette la produzione di prodotti che si trovano solo in queste zone e sono sconosciuti alla maggior parte delle persone. L’utilizzo di questo fattore potrebbe permettere lo sviluppo di un turismo enogastronomico, che si sta diffondendo rapidamente in questo periodo, e potrebbe aiutare ad aumentare la permanenza media del turista, curioso di scoprire cosa ha da offrire la città di Pompei.

IV.4 – La gestione del sito

Un’altra importante differenza la riscontriamo a livello di gestione del sito.

Prima di tutto, quando si parla di gestione del Parco di Pompei, non troviamo molti riferimenti alla sostenibilità, un aspetto che un sito di questa portata dovrebbe tener conto.

Il concetto di sostenibilità è un concetto chiave nel settore turistico. Significa che il turismo deve essere gestito in maniera tale da non danneggiare il patrimonio culturale, l’ambiente circostante e le comunità locali, ma deve contribuire a favorire benessere e sviluppo di questi fattori. La sostenibilità è essenziale per poter garantire un tipo di turismo che favorisca un ritorno economico continuo e a lungo termine.

Il favorire il benessere e lo sviluppo anche delle comunità locali ci riporta ad un altro aspetto assente nella gestione del sito di Pompei, presente invece nel sito della Valle dei Templi, ovvero la presenza di una DMO.

IV.4.1 – La Destination Management Organization

Una Destination Management Organization, conosciuta anche come DMO, è l'organizzazione responsabile della gestione e della promozione di una destinazione turistica. L'obiettivo che si prefigge una DMO è quello di coordinare i vari attori del settore turistico della destinazione in modo da aumentare il numero di visitatori e creare una migliore esperienza turistica complessiva.

Le DMO sono tendenzialmente costituite da rappresentanti sia del settore pubblico che del settore privato, e rientrano anche operatori turistici, proprietari di strutture ricettive, ristoratori, commercianti locali, organizzazioni culturali e altro ancora. Il compito della DMO è quello di coordinare le varie attività turistiche locali, garantendone la qualità e la sostenibilità. Un'altra azione che svolge questo tipo di organizzazione è la promozione della destinazione turistica tramite campagne pubblicitarie, pubbliche relazioni e attività di marketing.

Nelle funzioni di una DMO rientrano la pianificazione del marketing turistico, la raccolta di dati sul turismo locale, una migliore gestione delle informazioni turistiche, la creazione di itinerari turistici e la promozione dell'attrattività della destinazione. Si occupa, inoltre, di supportare l'organizzazione di eventi, la gestione degli itinerari turistici e la formazione del personale.

Da tutto ciò, si evince che la DMO è un'organizzazione essenziale per il successo e lo sviluppo sostenibile di una destinazione turistica. Garantisce una gestione coordinata ed integrata della destinazione, contribuendo ad aumentare la qualità dell'esperienza turistica.

Nel 2021 è stata annunciato che il Distretto Turistico della Valle dei Templi si sarebbe trasformato nella Destination Management Organization della Valle dei Templi, con lo scopo di sviluppare un'offerta turistica che consolidi i risultati raggiunti e intercetti nuovi mercati a cui rivolgersi in maniera più competitiva. La consapevolezza dei benefici che questo strumento

può apportare si sta diffondendo sempre di più. Durante la cerimonia ufficiale di presentazione della DMO, l'assessore regionale al Turismo della Sicilia, Manlio Messina, ha affermato:

“Come Regione, per le DMO vogliamo puntare sui Distretti perché abbiamo la prova che, quando sono gestiti bene, funzionano. Ad Agrigento il Distretto Turistico ha svolto un grande lavoro e continua in questo percorso per elaborare insieme ai Comuni ed ai privati progetti di programmazione turistica a beneficio del territorio” (Messina, 2021)

Da queste parole si evince che la creazione del Distretto Turistico ha portato numerosi vantaggi al turismo di Agrigento e per questo motivo si è deciso di evolvere in un nuovo tipo di organizzazione che porti a gestire il sistema turistico in tutta la sua interezza.

Con la DMO, si punta a trasformare il tipico turista “mordi e fuggi” in un turista che non si limiti solo alla visita della Valle dei Templi, ma anche ad apprezzare le altre realtà che questo luogo ha da offrire, come il centro storico di Agrigento, i borghi e le coste.

Non è possibile già adesso analizzare i miglioramenti che questo tipo di organizzazione ha apportato al sito, visto che la sua creazione risale a poco più di un anno fa. Quello che però si vuole evidenziare sono i grandi benefici che uno strumento del genere potrebbero apportare ad un sito come quello di Pompei, anche esso caratterizzato da una permanenza media del turista molto bassa.

I benefici per il sito archeologico di Pompei sarebbero tanti.

Prima di tutto si permetterebbe la collaborazione di tutti gli attori del sito, sia pubblici o privati. Ad esempio, la collaborazione tra albergatori e il complesso museale gioverebbe ad entrambi. Si può pensare ad introdurre una sezione sul sito dove vengono elencate le strutture ricettive vicine al Parco: in questo modo il complesso museale fornirebbe un servizio aggiuntivo al visitatore, che può chiedere aiuto agli operatori per la ricerca di un luogo su dove alloggiare, e le strutture ricettive ne giovano avendo visibilità sul sito ufficiale. Questo potrebbe anche portare ad un aumento della permanenza media del turista, che potrebbe scegliere di soggiornare a Pompei e nei comuni limitrofi.

Inoltre, tra gli attori che possono rientrare in questa collaborazione, potrebbero esserci ristoratori e altri piccoli imprenditori, come ad esempio i gestori di negozi dei prodotti locali. Questo sicuramente sarebbe un altro fattore che gioverebbe a tutto il complesso e un arricchimento dell'esperienza generale del turista, che non si limiterebbe alla sola visita del Parco, ma includerebbe l'acquisto di un qualcosa che lo riporti all'esperienza vissuta anche quando questa è terminata.

Un altro aspetto che potrebbe migliorare, grazie alla DMO, è una maggiore conoscenza degli altri parchi che fanno parte dell'area UNESCO. Come visto precedentemente, gran parte dei visitatori sono disinformati sugli altri complessi museali limitrofi, che non sono pochi. Una migliore cooperazione tra questi e una maggiore visibilità anche sul sito web, che è la prima fonte di informazioni per il turista, gioverebbe a tutti e permetterebbe di aumentare anche gli introiti dei complessi museali.

La DMO permetterebbe, inoltre, di creare una un'immagine più lineare e chiara della destinazione, che includa tutti i fattori di attrattiva che la rendono unica e che attirano il turista. È importante sottolineare l'importanza dell'immagine di una destinazione, perché rappresenta il modo in cui ci rivolgiamo al turista e come veniamo percepiti da quest'ultimo.

Inoltre, la presenza di una DMO che controlli i flussi turistici della zona, permetterebbe di tener conto non solo del numero di visitatori, ma delle loro motivazioni di viaggio, la loro provenienza, e di tutti quegli altri elementi che aiuterebbero a comprendere meglio il profilo del turista e a rivolgersi in maniera corretta a quest'ultimo. La mancanza attuale di dati non facilita un'analisi completa della destinazione, che sarebbe essenziale per muoversi verso una gestione che tenga conto dei punti di forza e di debolezza, in modo da stabilire le azioni giuste per attirare un maggior numero di turisti.

È evidente che le potenzialità di un'organizzazione del genere in un sito come quello di Pompei siano molte e gioverebbero sicuramente a tutti gli attori coinvolti attivamente o passivamente nel sito. Una DMO che includa Pompei, ma anche gli altri siti che fanno parte dell'area UNESCO, e che permetta sinergia e cooperazione non solo tra questi siti, ma anche tra i comuni limitrofi e tutti coloro che ne sono coinvolti.

Conclusioni

Il sito archeologico di Pompei è una tra i complessi museali più visitati in Italia e nel mondo con quasi 4 milioni di visitatori ogni anno. Un luogo pieno di storia, affascinante e che attira l'attenzione del visitatore, curioso di sapere ogni dettaglio sulla vita di quelle persone prima dell'eruzione che distrusse un'intera popolazione.

Sicuramente la gestione dei primi anni di questo secolo non ha contribuito ad un corretto sviluppo della destinazione. Un sito come quello di Pompei necessita di cure continue per poter mantenere monumenti ed edifici in condizioni tali da poter essere osservate e ammirate dai visitatori senza mettere a rischio la loro sicurezza, ma anche quella degli operatori. Il grande afflusso di visitatori sicuramente non rende facile la gestione del sito, così come tutti gli altri fattori che vanno ad influenzare in qualche modo lo stato degli edifici, come gli agenti atmosferici. Altre problematiche riscontrate sono legate all'accessibilità al sito per coloro che presentano delle disabilità, ma anche semplicemente una famiglia che visita il parco con un passeggino. Si è riscontrata l'assenza di punti di ristoro adeguati all'enorme flusso turistico, così come la mancanza di un parcheggio.

Le problematiche legate alla gestione del Parco Archeologico di Pompei non sono poche. Il Grande Progetto Pompei ha sicuramente apportato grandi cambiamenti positivi alla destinazione con i numerosi eventi organizzati, le azioni di restauro e manutenzione del sito, progetti per una migliore accessibilità, la creazione di un app che fornisca un'autoguida al sito e molte altre azioni che mostrano un miglioramento notevole rispetto ai primi anni.

Ciò che sarebbe necessario è puntare ad un tipo di gestione che sia sostenibile e che coinvolga tutti gli attori che in qualche modo influenzano o sono influenzati. La creazione della DMO sicuramente aiuterebbe la destinazione ad improntarsi nella giusta direzione. Il coinvolgimento degli attori sia pubblici che privati, ma anche della comunità locale, gioverebbe a tutte le persone che ne sono coinvolte. Aiuterebbe anche ad aumentare la consapevolezza della grandezza del sito e di tutti i complessi museali che comprende, così come di tutte le attrattive che ha da offrire la città di Pompei e i comuni limitrofi. Inoltre, si

avrebbe la possibilità di avere dati certi e più precisi sulla performance del sito che aiuterebbero nell'analisi della performance e capire come gestire al meglio la destinazione.

In conclusione, il Parco archeologico di Pompei e la sua gestione sono sicuramente migliorati negli ultimi 10 anni, ma il lavoro da fare è ancora tanto ma sembra che le azioni attuate fino ad ora stiano portando nella giusta direzione. La città di Pompei ha tanto da offrire e il suo potenziale merita di essere scoperto e vissuto dai visitatori.

Bibliografia

- Bassan V., Salvioli L., Simonetta B. (2020), "La storia del coronavirus dall'inizio", Lab24, Il sole 24 ore, 26 novembre 2020
- Becheri E., Maggiore G., (2013), XVIII Rapporto sul turismo italiano, FrancoAngeli, Milano
- Bergman C., Clement H., Martinez P., Alassaf A., Cengiz S., Chaml C. (2020), Actions for Destination Marketers to Navigate in a Covid-19 World, Boston Consulting Group, Boston. Documento disponibile all'indirizzo <https://www.bcg.com/en-mideast/actions-for-destination-marketers-to-navigate-in-a-covid-19-world>
- Blackman D., Ritchie B.W. (2008), Tourism Crisis Management and Organizational Learning, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2-4), 45-57
- Brunetti F. (1999), Il turismo sulla via della qualità, Cedam, Padova
- Butler R.W. (1980), The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources, *The Canadian Geographer*, 24(1), 5–12
- Camp R. (1989), Benchmarking. The search for industry Best Practices that lead to superior performance, ASQC Quality Press, Milwaukee
- Camp R. (1996), Business process benchmarking, Itaca Editore, Milano
- Cooper M (2021), Destination marketing and management: Theories and Applications, Ritsumeikan Asia Pacific University
- Crenna C. (2011), Il turismo negli anni della crisi economica internazionale, *Approfondimenti Statistici Fondazione Edison*, quaderno n°91
- Croes, R. (2011), Measuring and explaining competitiveness in the context of small island destinations, *Journal of Travel Research*, 50(4), 431-442
- Dredge D. (1999), Destination place planning and design, *Annals of Tourism Research* 26(4), 772-791

Enit.it (2020), Bollettino n. 10, Agenzia Nazionale del Turismo, Roma. Bollettino sul monitoraggio delle conseguenze del Coronavirus sul turismo

Enright M., Newton J. (2004), Tourism destination competitiveness: a quantitative approach, *Tourism Management*, 25(6), 777–788

Franch M. (2002) *Destination Management. Governare il turismo tra locale e globale*, Giappichelli, Torino

Franch M. (2010), *Marketing delle destinazioni turistiche*, McGraw-Hill Companies, New York

Googletrends.it (2016-2017-2018-2019-2020-2021-2022),

<https://trends.google.it/trends/?geo=IT> (data ultima consultazione 06/02/2023)

Grande Progetto Pompei (2022), Piano strategico per lo sviluppo delle aree comprese nel piano di gestione del sito UNESCO “Aree archeologiche di Pompei, Ercolano e Torre Annunziata”, consultabile all’indirizzo

<https://www.grandepompei.beniculturali.it/images/download/docs/GPP-UGP-Piano-Strategico-v2022.pdf>

Harrill R. (2005), *Fundamentals of Destination Management and Marketing*, Destination Marketing Association International, Washington

Kozak M. (2003), *Introducing Destination Benchmarking: a conceptual approach*, Mugla University

Kozak M (2003), *Destination Benchmarking: Concepts, Practices and Operations*, CABI

Marchioro S. (2014), Destination management e destination marketing per una gestione efficiente delle destinazioni turistiche in Veneto, *Turismo e Psicologia*, 7(1), 58-74

Martini U. (2010), Destinazione turistica e territorio, in Franch M. (a cura di) *Marketing delle destinazioni turistiche*, McGraw-Hill, Milano

Mazanec, J. A., Ring, A. (2011), Tourism destination competitiveness: Second thoughts on the world economic forum reports, *Tourism Economics*, 17(4), 725-751

Mendola D. Volo S. (2017), Building composite indicators in tourism studies: Measurements and applications in tourism destination competitiveness, *Tourism Management*, 59, 541-553

Pechlaner H., Weiermair K. (2000) Destination management: fondamenti di marketing e gestione delle destinazioni turistiche, Touring University Press, Milano

Pennington-Gray L., Pizam A. (2011), Destination Crisis Management in Wang Y., Pizam A. (a cura di), *Destination Marketing and Management: theories and applications*, Cabi, Oxfordshire

Presenza A. (2007), Destination management organization: Ruolo, organizzazione, ed indicatori di performance, Franco Angeli, Milano

Ritchie J.R.B., Crouch G. I. (1999), Tourism, Competitiveness and Societal Prosperity, *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152

Ritchie J.R.B., Crouch G. I. (2011), A Model of Destination Competitiveness and Sustainability in Wang Y., Pizam A. (a cura di), *Destination Marketing and Management: theories and applications*, Cabi, Oxfordshire

Scott N., Laws E., Prideaux B. (2008), Tourism Crises and Marketing Recovery Strategies, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2-4), 1-13

Scozzese G. (2005), *Il Benchmarking*, Armando Editore, Roma

Tamma M., Rispoli M. (1995), *Risposte strategiche alla complessità: le forme di offerta dei prodotti alberghieri*, Giappichelli, Torino

Tamma, M. (2000), *Aspetti strategici del destination management*, in Pechlaner H., Weiermair K. (a cura di), *Destination management: fondamenti di marketing e gestione delle destinazioni turistiche*, Touring University Press, Milano

Tamma, M. (2002), *Destination Management: gestire prodotti e sistemi locali di offerta*, in Franch M. (a cura di) *Destination Management. Governare il turismo tra locale e globale*, Giappichelli, Torino

Sitografia

https://www.agenziacoesione.gov.it/news_istituzionali/grande-progetto-pompei/

https://www.agi.it/cultura/domeniche_gratis_musei_bonisolli-4617677/news/2018-11-14/

https://www.agi.it/fact-checking/musei_domeniche_gratis-4229286/news/2018-08-02/

<http://musei.beniculturali.it/eventi/io-vado-al-museo-settimana-dei-musei>

<https://www.beniculturali.it/grande-progetto-pompei-unita-grande-pompei>

<https://www.grandepompei.beniculturali.it/index.php/piano-strategico>

<https://www.grandangoloagrigento.it/agrigento-notizie/accessibilita-alla-valle-dei-templi-una-nuova-carrozzina-a-disposizione-dei-visitatori>

<https://www.grandangoloagrigento.it/agrigento-notizie/valle-dei-templi-oltre-800-mila-visitatori-nel-2022>

<https://www.lavalledeitempli.it/informazioni-turistiche/patrimonio-unesco/>

<https://www.lavalledeitempli.it/informazioni-turistiche/orari-biglietti/>

<http://musei.beniculturali.it/eventi/domenicalmuseo>

<http://pompeisites.org/>

<http://pompeisites.org/mostre-ed-eventi/>

<http://pompeisites.org/grande-progetto->

[pompei/#:~:text=Il%20Grande%20Progetto%20Pompei%20nasce%20da%20una%20azione,d i%20interventi%20conservativi%2C%20di%20prevenzione%2C%20manutenzione%20e%20restauro](http://pompeisites.org/grande-progetto-pompei/#:~:text=Il%20Grande%20Progetto%20Pompei%20nasce%20da%20una%20azione,d i%20interventi%20conservativi%2C%20di%20prevenzione%2C%20manutenzione%20e%20restauro)

<https://thesubmarine.it/2018/08/01/lingresso-gratuito-nei-musei-e-una-cosa-normale/>

https://www.tripadvisor.it/Attraction_Review-g194662-d195054-Reviews-Valle_dei_Templi-Agrigento_Province_of_Agrigento_Sicily.html

https://www.tripadvisor.it/Attraction_Review-g187786-d195477-Reviews-Pompeii_Archaeological_Park-Pompeii_Province_of_Naples_Campania.html

<https://viaggioincoppia.com/classifica-musei-piu-visitati-in-italia/#:~:text=Quali%20sono%20i%20musei%20pi%C3%B9%20visitati%20d%E2%80%99Italia%3F%201,8%20%238%20Reggia%20di%20Caserta%20...%20Altri%20elementi>

<https://www.unesco.org/en>

Ringraziamenti

Desidero ringraziare tutte le persone che in qualche modo hanno contribuito al mio percorso universitario e alla stesura di questa tesi.

Ringrazio il professore Andrea Ellero, per avermi guidato e supportato nella fase più importante del mio percorso accademico.

Ringrazio la mia famiglia che mi ha permesso di svolgere il mio percorso universitario e mi ha sempre sostenuto nel corso di questi 5 anni nonostante le difficoltà.

Ringrazio i miei compagni e colleghi, che mi hanno accompagnato tra lezioni ed esami in questi due anni un po' particolari.

E un ultimo ringraziamento ai miei amici più cari, che mi hanno sopportato e supportato durante questo mio percorso.