

ASSOCIAZIONE ITALIANA PER IL PATRIMONIO ARCHEOLOGICO INDUSTRIALE

# PATRIMONIO INDUSTRIALE

RVISTA AIPAI

# 24

**Mercati coperti  
tra fine Ottocento  
e Novecento.  
Caratteri, valori,  
conservazione  
e scenari per il futuro**



Edizioni Scientifiche Italiane



## Visit Industry-Marche, un nuovo format per il turismo d'impresa

Alessandro Carolosi

La nota frase dello storico dell'economia Carlo Maria Cipolla «Gli italiani sono abituati, fin dal Medioevo, a produrre, all'ombra dei campanili, cose belle che piacciono al mondo» rimane ancora la sintesi perfetta per raccontare l'Italia di ieri e di oggi ma soprattutto ci ricorda quel potenziale strategico che unisce territorio e industria.

Restando in una trattazione ancora empirica, possiamo coinvolgere nel ragionamento anche il *genius loci*, ovvero quell'entità naturale e soprannaturale legata a un luogo e oggetto di culto nella religione romana, che ha caratterizzato i territori dove la creatività è ed è rimasta il driver per le produzioni industriali. Dal *genius loci* passando per il Novecento dell'industrializzazione, è del tutto evidente che il binomio territorio e industria è il volano della connessione tra le dinamiche di sviluppo locale e la crescita industriale.

Territori e industrie oggi restano – ancora una volta – la frontiera per avviare nuove e innovative strategie di sviluppo che riguardano le aree d'Italia dove ci sono imprese con radici ampie e profonde nel territorio stesso e nella storia.

L'Associazione Il Paesaggio dell'Eccellenza ha avviato un percorso di valorizzazione del Patrimonio Industriale e contemporaneamente del territorio della regione Marche attraverso lo strumento del turismo d'impresa. L'operazione tesa a conservare e promuovere questo patrimonio, si sviluppa intorno a un sistema costituito da imprese manifatturiere ed enogastronomiche, in filiera con un *tour operator* e società che sviluppano servizi digitali, web e nel campo della comunicazione integrata. Le imprese dell'ecosistema di Paesaggio Eccellenza si aggiungono ai *punti d'interesse* del territorio costruendo percorsi inediti che enfatizzano l'identità e il perché cose, luoghi, personaggi, prodotti e storie fanno parte di questa terra: le Marche.

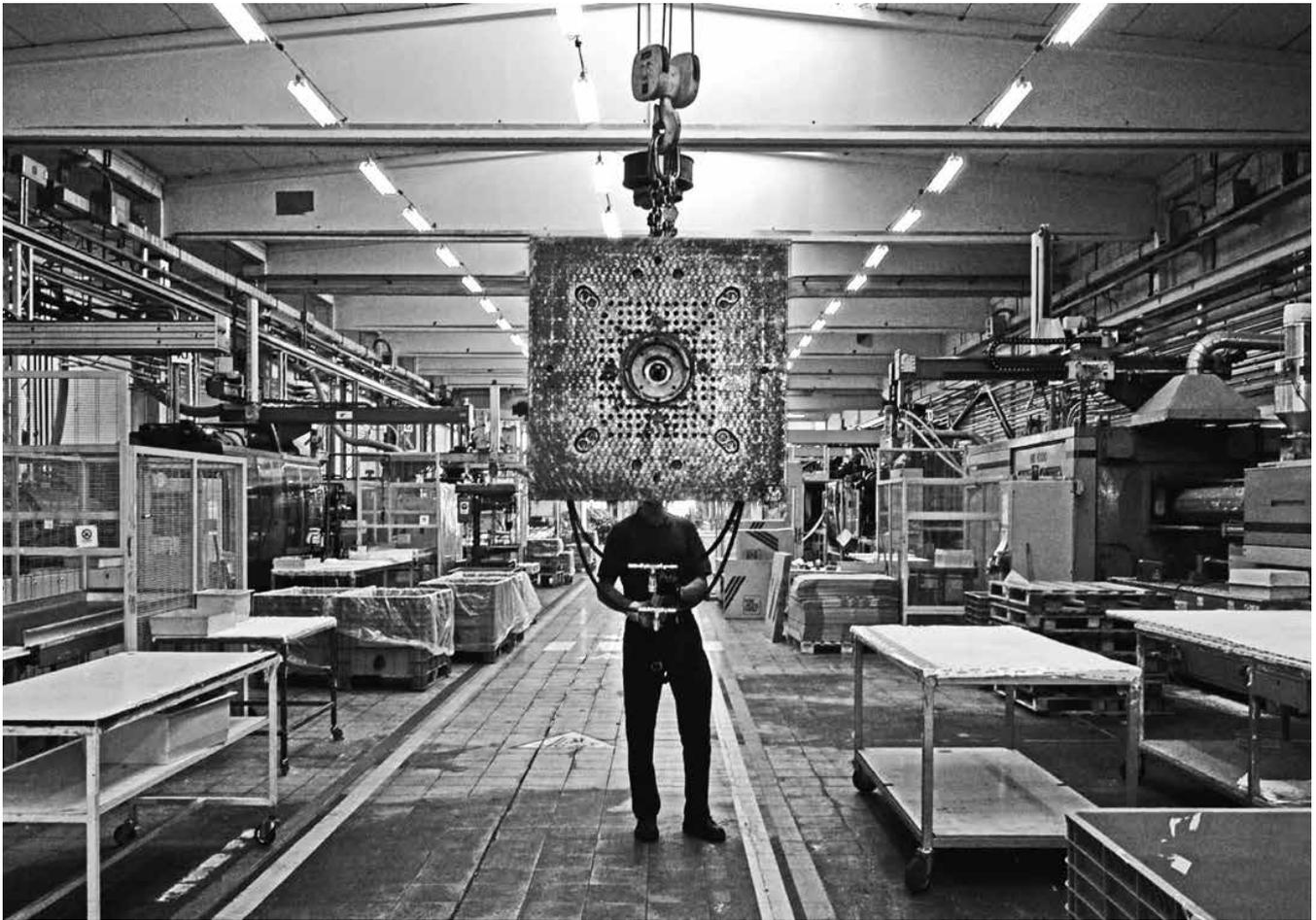
### IL PAESAGGIO DELL'ECCELLENZA

Il Paesaggio dell'Eccellenza è un'associazione culturale costituita nel 2005 da un comitato promotore pubblico/privato composto da Comune di Recanati, Università di Camerino, Fimag Gruppo Guzzini e Studio Conti. L'idea progettuale dell'associazione Il Paesaggio dell'Eccellenza parte dal Distretto industriale plurisetoriale di Recanati-Osimo-Castelfidardo<sup>1</sup> dove la *cultura produttiva* ha assunto un ruolo centrale nell'evoluzione di sviluppo economico-sociale e culturale del territorio tale da definire un'identità dell'area estremamente connotata intorno alle produzioni artigianali e industriali.

Gli obiettivi principali dell'Associazione puntano a consapevolizzare e coinvolgere attori e un pubblico assai ampio sull'importanza della centralità, non solo economica, della cultura produttiva, della sua trasmissione e della necessaria integrazione con la più generale crescita sociale e culturale della regione Marche. L'idea è di lavorare all'unisono a una crescita il più possibile armonica e consapevole che faccia progredire di pari passo l'intensità dei fatturati e dei capannoni con l'innova-

Alessandro Carolosi (Recanati, 1980) è laureato in Disegno industriale e ambientale all'Università di Camerino, Facoltà di Architettura di Ascoli Piceno. Dal 2003 ha avviato il percorso professionale nel settore della valorizzazione della cultura industriale con il progetto Il Paesaggio dell'Eccellenza dove ricopre la posizione di direttore dal 2012. Inizia a occuparsi di turismo d'impresa con l'iniziativa *Visit Industry Marche* promossa da Il Paesaggio dell'Eccellenza. In questi anni ha curato progetti di *corporate heritage* come consulente per imprese e territori che vogliono comunicare e rendere strategico il patrimonio materiale e immateriale di storia e valori legati al lavoro e all'industria. Dal 2018 è giornalista pubblicista, scrive e racconta la bellezza e le qualità dei territori e dei suoi protagonisti come *editor* della rivista «Why Marche». Ha ideato e curato la mostra *Fabriano Industry Elements* in occasione dell'UNESCO Creative Cities Conference 2019.  
[direttore@paesaggioeccellenza.it](mailto:direttore@paesaggioeccellenza.it)

<sup>1</sup> Il Distretto industriale plurisetoriale di Recanati-Osimo-Castelfidardo, conosciuto anche sotto la denominazione di Distretto degli strumenti musicali di Castelfidardo-Loreto-Recanati è un distretto industriale riconosciuto dalla Regione Marche con Deliberazione di Giunta 21/12/1998 n. 3236 e successivi provvedimenti che individuavano un totale di 26 distretti riconosciuti, anche sulla base del censimento Istat del 1991. Il territorio si estende a cavallo delle provincie di Ancona e Macerata e comprende i comuni di Camerano, Castelfidardo, Filottrano, Loreto, Montecassiano, Montefano, Montelupone, Numana, Offagna, Osimo, Porto Recanati, Recanati, Santa Maria Nuova, Sirolo.



1. Recanati (Macerata). Stabilimento Fratelli Guzzini, Plant stampaggio materie plastiche (foto Daniele Cinciripini, 2009; Fondo Paesaggio Eccellenza contest *Paesaggi del lavoro*).

zione e la cultura di chi deve tutelare e valorizzare la fittissima rete dei beni storico-ambientali nel quale il nuovo sistema urbano, legato alla crescita industriale, si inseriva con dinamicità. Il Paesaggio dell'Eccellenza si pone come organizzazione culturale dove l'industria, il governo del territorio e l'ambito della ricerca e della formazione esercitano il ruolo di attori territoriali ai quali spetta il compito non surrogabile ad altri soggetti di alimentare e diffondere una cultura dell'innovazione e della creatività favorendo le relazioni tra gli attori stessi e con la comunità.

Su questi principi, l'Associazione Il Paesaggio dell'Eccellenza realizza un *ecosistema* di imprese e soggetti pubblici che danno vita a un percorso per valorizzare il patrimonio industriale del distretto attraverso iniziative rivolte ai componenti della rete, alla comunità locale e a un pubblico che sia più esteso possibile.

#### MUSEO DEL DISTRETTO E TURISMO D'IMPRESA: STRUMENTI DI VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO INDUSTRIALE E DEL TERRITORIO

Per raggiungere gli scopi statuari, l'Associazione Il Paesaggio dell'Eccellenza, in prima analisi individua nel *museo di distretto* un luogo dove confrontare programmi e concezioni del futuro, area per coinvolgere la comunità nella costruzione di un'identità collettiva, strumento essenziale per la continuità del «miracolo economico» ma anche un'unica *location* sul territorio per raccontare al mondo il patrimonio industriale di numerose imprese che identificano e caratterizzano l'area geografica.

In questo territorio, dall'industria della fisarmonica<sup>2</sup> è nato uno dei più importanti distretti di strumenti musicali in Italia e da quest'ultimo sono nate decine di storie legate a produzioni come

<sup>2</sup> Nel 1864, a Castelfidardo, Paolo Soprani realizzò la prima industria di fisarmoniche al mondo che in breve tempo sovvertì la realtà economica prettamente agricola del territorio tra le provincie di Ancona e Macerata. Paolo Soprani, nato a Recanati nel 1844, forse vide o acquistò nell'importante centro religioso di Loreto, uno strumento musicale a maniche chiamato *accordeon* e già brevettato nel 1829 dal viennese Demian. Sembra che il giovane Soprani oltre a saper suonare lo strumento, lo smontò e decise di perfezionarlo, ma soprattutto iniziare a produrlo in serie. Proprio Loreto, centro religioso tra i più importanti in Italia

e crocevia di merci, di culture e di pellegrini proveniente da paesi lontanissimi, fu il punto di partenza per far conoscere e divulgare rapidamente lo strumento musicale da lui prodotto. In breve tempo l'industria della fisarmonica decollò portando all'ampliamento dello stabilimento di Paolo Soprani e alla nascita di numerose altre realtà produttive nell'intera area. Nel 1953 la produzione segnò il picco con 192.058 fisarmoniche esportate nel mondo e l'intera industria di questo strumento occupa circa 12.000 operai tra Castelfidardo, Loreto, Osimo, Recanati e altri paesi dell'area.



2. Osimo (Ancona). Bottaia (Archivio immagini Paesaggio Eccellenza su concessione dell'azienda Umani Ronchi Spa).

chitarre, giocattoli, casalinghi in materiale plastico, illuminotecnica, porte e arredamenti, gioielli e oggettistica in argento, editoria, ma è anche proseguita quella tradizione più legata alle produzioni agricole che poi sono diventate industrie nel settore alimentare e moderne cantine dove tradizione e innovazione si sono unite creando un racconto stratificato, avvincente e infinito.

Le tappe per la costruzione del futuro museo del distretto sono state graduali al fine di poter arrivare a costruire un presidio funzionale e quanto più possibile rappresentativo di una pluralità e di una complessità che riguardano la varietà delle imprese presenti in quest'area e l'articolata evoluzione del territorio che in brevissimo tempo è passato dalla vocazione agricola a regione più manifatturiera d'Italia e regione Imprenditoriale d'Europa<sup>3</sup> attraverso i processi di «industrializzazione senza fratture» e dei «glocalismi produttivi» descritti dall'economista Giorgio Fuà.

<sup>3</sup> I dati ISTAT (archivio Asia 2007) indicano come le Marche siano di gran lunga la regione più manifatturiera d'Italia come peso sull'occupazione totale. Nelle Marche il 38,7% dell'occupazione totale è impegnata nell'industria, segue il Veneto con il 34,1%, mentre la media del Centro è del 20,1% e quella italiana del 25,3% (fonte ISTAT, archivio Asia, 2007 sugli addetti nelle unità economiche dell'industria e dei servizi). La meccanica è il settore con la maggior incidenza per tutti gli indicatori considerati (numero imprese, valore aggiunto, occupazione ed esporta-

zioni). Nei primi anni di vita associativa sono state realizzate una serie di attività propedeutiche alla costruzione dell'*ecosistema* e di avvicinamento al futuro *museo di distretto*, come a esempio momenti di coinvolgimento rivolti al partenariato e alle scuole del territorio, ma anche la raccolta di contenuti legati al patrimonio industriale che poi hanno assunto la forma di mostre temporanee ospitate nei musei già attivi nel territorio, eventi, convegni e workshop realizzati nelle stesse imprese o nei teatri storici, nelle piazze dei paesi e dei piccoli borghi o anche nelle scuole per stimolare e coinvolgere questo importante pubblico.

L'Associazione, nel 2012 ha esteso l'area di riferimento al territorio regionale delle Marche accogliendo la richiesta di nuove imprese che condividevano lo scopo dell'Associazione e le azioni messe in campo per conservare e promuovere il patrimonio industriale del territorio.

zioni), segue il calzaturiero, il legno mobile e il tessile abbigliamento. Nel 2014 le Marche ricevono il premio European Entrepreneurial Regions 2014 (Premio Regione Imprenditoriale Europea) che premia le regioni che si sono contraddistinte in Europa per la loro visione e spirito imprenditoriale, per la qualità, l'efficacia e il successo a lungo termine della loro strategia per le PMI, nonché per la volontà politica di attuarla.



3-4. Pesaro. Villa Miralfiore, Museo del vetro curvato Fiam - Pesaro (2021; Archivio immagini Paesaggio Eccellenza).



5. Parco del Conero (Ancona). Fisarmonica sulla spiaggia della Riviera del Conero (archivio immagini Pignini Sri).

6. Loreto (Ancona). Museo aziendale Pignini Group (archivio immagini Pignini Sri).

Questo ampliamento territoriale è stato un passaggio fondamentale nella definizione di un nuovo strumento alternativo al museo, mantenendo validi e addirittura enfatizzando tutti gli elementi come il ruolo e il valore del territorio – il *paesaggio* – inteso come scrigno di bellezze storico-culturali e paesaggistiche, ma anche le potenzialità di sviluppo nel settore culturale e turistico nella regione Marche e naturalmente il ruolo centrale delle produzioni nell'intero quadro sociale, economico e culturale.

La capillarità delle imprese sul territorio regionale, ha imposto un completo ribaltamento del concetto di museo visto come luogo fisico centralizzato per valorizzare il patrimonio industriale a favore di un sistema più diffuso composto da presidi produttivi – le fabbriche – che sono anche spazi culturali, di socialità, integrazione, vita e punti di interesse sempre più aperti e attrattivi verso flussi turistici che rappresentano una nicchia però interessante per aziende e territori con una forte identità produttiva e la voglia di mantenere sostenibili contesti dove la qualità della vita si svolge ancora «all'ombra dei campanili» sempre prossimi alle fabbriche che producono ancora bellezza e valore.

## VISIT INDUSTRY MARCHE

*Visit Industry Marche* è il nome del programma di turismo d'impresa che Il Paesaggio dell'Eccellenza ha intrapreso a partire dal 2018. L'avvio del progetto, inizialmente chiamato *Cultural Heritage and Industrial Tourism*<sup>4</sup>, è stato possibile anche grazie al sostegno di un bando regionale POR-FESR per favorire la *cross-fertilization* tra le imprese della manifattura, quelle culturali-creative e del turismo operanti nella regione Marche. Il sostegno pubblico si è unito all'investimento delle imprese associate a Il Paesaggio dell'Eccellenza e delle società *partner* di questa nuova filiera costruita intorno alla valorizzazione del Patrimonio Industriale di una regione.

Nel definire il nuovo strumento di valorizzazione del patrimonio industriale delle Marche si è tenuto conto della capillarità nel territorio regionale delle imprese dell'*ecosistema* Il Paesaggio dell'Eccellenza, delle dinamiche nazionali intorno al fenomeno del turismo d'impresa, delle politiche culturali e turistiche della regione Marche che fanno leva sulle identità e i punti di forza del

<sup>4</sup> Il progetto nato con il nome CHIT è attuato dell'iniziativa *Visit Industry Marche* ([www.visitindustry-marche.it](http://www.visitindustry-marche.it)) lanciata ufficialmente in occasione della fiera TTG di Rimini del 2018 con un evento nello stand della Regione Marche. La filiera che compone la cabina di regia iniziale del progetto è composta dal tour operator Go

World Sri di Ancona, dall'agenzia di comunicazione integrata Ma:Design Srl di Pesaro, dalla società ICT e-Lios Srl di Camerino e coordinata dall'Associazione Il Paesaggio dell'Eccellenza con sede a Recanati. Nel 2020 si aggiunge alla filiera la società di comunicazione e *marketing* digitale Empix Multimedia Srl di Macerata.



7. Recanati (Macerata). Val Musone con sullo sfondo la catena Appenninica dei Monti Sibillini (archivio immagini Pigini Srl).

territorio e sono state analizzate le esigenze delle imprese che sempre di più cercano nuove forme di narrazione del loro *heritage* e della necessità di coinvolgere in modo diretto tutti gli *stakeholder* aprendo le porte dei luoghi dove i prodotti dell'ingegno umano – ogni giorno – prendono forma.

Il rapporto territorio impresa nella regione Marche, oltre a essere ampiamente teorizzato e descritto da economisti ed esperti, gode di una componente se vogliamo emotiva particolarmente tangibile visto che gran parte delle imprese sono inserite in contesti prossimi a paesaggi rurali autentici, borghi storici e paesi dove quella dimensione di provincia oggi è valore aggiunto. Non è raro aprire una porta di un capannone e trovarsi davanti inaspettatamente un campo di grano irraggiato dal sole, un tramonto emozionante con gli Appennini sullo sfondo o un versante collinare sulla cui sommità si estende un borgo medioevale dove svetta la torre e l'immane campanile della chiesa di paese.

La pluralità – a partire dal nome stesso della regione – dei differenti paesaggi, delle diversificate proposte in termini culturali, sto-

rici, enogastronomici e non da ultimo delle imprese che operano sul territorio, ha reso necessario individuare delle parole chiave come: *Carta-Luce-Suono-Gioco-Futuro-Lifestyle-Sapore* che rimandano alle caratteristiche del territorio marchigiano, ma anche alle produzioni. Questi sette cluster sono il cardine per identificare immediatamente le connessioni tra territorio e imprese della regione Marche, orientando un pubblico inevitabilmente ampio e diversificato nella scelta di percorsi che incontrano i loro interessi.

L'analisi del contesto regionale, ai fini di quanta attrattività può generare la visita nei luoghi del lavoro rispetto ai punti d'interesse consolidati nell'immaginario turistico, ha messo in luce un dato assai importante che riguarda il sentiment degli utenti sul web nei confronti proprio delle imprese delle Marche.

Uno studio curato da The Data Appeal Company<sup>5</sup> per *Visit Industry Marche* dimostra come le imprese del territorio godono mediamente di un sentiment positivo addirittura più alto rispetto a quello di alcuni luoghi turistici conosciuti e già meta da tempo di flussi turistici consolidati.

<sup>5</sup> The Data Appeal Company SpA con sede a Firenze, raccoglie, misura e analizza tutti i *feedback* pubblicati *online*, li combina con dati geografici e di contesto. Lo studio realizzato per *Visit Industry Marche* nell'ambito del programma nazionale *Made4Italy* di UniCredit ha preso in considerazione i dati 2019 e 2020

(parzialmente anche del 2021) raccogliendo i *feedback online* degli utenti rispetto a venti POI turistici sul territorio e venti aziende inserite nel programma *Visit Industry Marche*.



8. Montelupone (Macerata). Visita alla Collezione aziendale Algam Eko (2021; Archivio immagini Paesaggio Eccellenza).

Questa preziosa analisi testimonia il potenziale che le imprese hanno nel rappresentare un territorio – come abbiamo più volte ripetuto – con una forte vocazione produttiva, ma anche il valore aggiunto che può essere messo a sistema nella strategia turistica di una regione come le Marche per ampliare l'offerta e renderla attinente e originale, destagionalizzata e di conseguenza con più qualità e sostenibilità dato che intercetta una nicchia per nulla avulsa dal contesto e dal significato di vivere e conoscere lo specifico luogo e tutte le sue peculiarità.

#### I PERCORSI TRA TERRITORIO E IMPRESE

I percorsi creati sono pacchetti turistici immessi sul mercato principalmente *trade* e uniscono la visita nei luoghi naturali, storici e culturali della regione con la visita nelle aziende entrando nelle linee produttive, nei laboratori, nelle coltivazioni o nelle fattorie prossime alla fabbrica, nei musei d'impresa e negli outlet aziendali, potendo conoscere direttamente gli imprenditori che hanno avuto l'intuizione e il coraggio, il management e i collaboratori che insieme costituiscono l'anima dei prodotti e dell'industria.

Per fare solo alcuni esempi, dalla fabbrica di giocattoli nata nel 1963 dall'idea di Mario Clementoni, ci si sposta tra le colline del

Maceratese per visitare il Museo Civico archeologico di Treia che racconta il *gioco del bracciale*, o si percorre l'asse adriatico fino a Fano dove il Museo del Bali propone una prospettiva innovativa delle scienze incentrata sul *Gioco*.

I percorsi legati al tema della *Carta* esplorano il patrimonio letterario e delle biblioteche come quella di Palazzo Leopardi a Recanati, la Planetaria a Jesi o la benedettina camaldolese del Monastero di Fonte Avellana nella provincia di Pesaro-Urbino, che si uniscono alla produzione delle cartiere storiche di Fabriano e Ascoli Piceno per raggiungere le fabbriche dove è possibile assistere alla stampa di pregiati volumi d'arte, fumetti e testi scolastici in commercio, quella febbrile e notturna dei quotidiani che avvengono nel polo di stampa nato tra Loreto e Recanati negli anni Cinquanta dall'intuito di Lamberto Pigni.

Nel *cluster* dedicato al *Suono* si entra in uno dei settori produttivi che più identificano le Marche. Terra dei 100 teatri storici, patria della prima industria al mondo di fisarmoniche, culla di compositori come Rossini, distretto europeo per la produzione di strumenti musicali e sede della fabbrica di chitarre più grande d'Europa degli anni Sessanta. Il patrimonio industriale in questo caso è fruibile attraverso laboratori dove si realizzano chitarre, produzioni di sistemi di amplificazione d'avanguardia e una serie di musei come quello internazionale della fisarmonica a Castelfidardo, quello della Musica



9. Castelfidardo (Ancona). Museo aziendale Garofoli Porte (2019; Archivio immagini Garofoli Porte).

a Recanati e piccole gallerie allestite nelle aziende per raccontare questo entusiasmante percorso.

*Lifestyle* coniuga la *bellezza* dei luoghi, delle opere d'arte e dei prodotti industriali come quelli del settore moda e calzature, del design dell'oggetto e dell'arredamento che accompagnano lo stile di vita delle persone in Italia e sono motivo di vanto nel mondo. Nella città di Pesaro, vicino al borgo dove sorge il Castello di Gradara, teatro della storia d'amore Dantesca tra Paolo e Francesca, il vetro in lastre prende forme artistiche e di design grazie all'esperienza di un'azienda che da anni produce oggetti in vetro curvato brevettando innovative tecnologie di produzione e oggetti che trovano narrazione nelle splendide sale di Villa Miralfiore dove è ospitato il museo del vetro curvato - Fiam.

Il *cluster* del Sapore percorre tutte le Marche da Ascoli Piceno a Pesaro passando per l'area interna dell'Appennino. Vini pregiati che caratterizzano le varie vallate e i territori che mutano dalla montagna al mare, bibite tradizionali italiane messe appunto da Enrico Paoletti nel 1912 e fattorie con allevamenti di polli biologici nel rispetto della tradizione unita a tecnologie innovative per il benessere dell'animale nel suo ciclo fino alla tavola, sono alcune tappe di un percorso che porta all'esperienza con la gastronomia autentica perché trova riscontro nella storia del territorio, nei reperti Romani, Sabini, Piceni che hanno definito l'identità delle Marche insieme alla ricchezza dell'entroterra appenninico dove erbe spontanee hanno dato vita a liquori e distillati conosciuti nel mondo ma nati da abili speziali e farmacisti di paese.

Il percorso del *Futuro* porta dritti nell'innovazione con sistemi avanzati di produzione industriale come sofisticati robot che rimandano al Museo di Palazzo Ricci a Macerata e la sua ricca collezione del movimento Futurista. Infiniti percorsi che valorizzano il territorio e le sue ricchezze, ma allo stesso tempo danno alle imprese un senso logico contestualizzando la produzione frutto di un retaggio da evidenziare.

Le industrie sono da sempre ambasciatori nel mondo del territorio anche se spesso c'è una scarsa consapevolezza soffocata dall'ordinario e sacrosanto compito primario dell'impresa. Con il turismo d'impresa viene esaltato proprio il rapporto territorio-imprese in ottica sistemica e di vantaggio reciproco. L'impresa rivendica i valori mostrando le radici sotto la terra d'origine in un processo di trasparenza e verità verso l'esterno sia esso consumatore, cliente o comunità. Al territorio con i suoi punti d'interesse viene legittimato il primato nel costruire un futuro fatto di sviluppo e fortemente allacciato alla tradizione e ai valori che hanno tracciato la rotta evolutiva.

#### METODOLOGIE E STRUMENTI DI SVILUPPO DEL PROGRAMMA

La parte progettuale di *Visit Industry Marche* tiene conto di una serie di elementi estremamente importanti per costruire un'iniziativa concreta e sostenibile nel tempo. Alcuni di questi elementi appartengono alle imprese come la sensibilità nel comprendere il potenziale strategico dell'accoglienza negli spazi dedicati alle produzioni e di conseguenza la capacità di dotarsi di un'organizzazione interna adeguata e capace di operare sia individualmente sia in ottica di ecosistema imprese-territorio.

L'Associazione e i *partner* di progetto sono elementi fondamentali per ideare e gestire strategie e creare modelli di rigenerazione in un campo ancora poco esplorato. La cabina di regia deve coordinare l'attività di relazioni interne ed esterne al *network* delle imprese e oltre a perseguire gli obiettivi, deve garantire una misurabilità costante dei risultati sia in termini qualitativi, sia quantitativi.

A tal proposito, *Visit Industry Marche* si è dotato fin dall'inizio di uno strumento chiamato *Cultural Management Review*<sup>6</sup> per misurare gli impatti dell'investimento culturale delle imprese soprattutto per gli aspetti meno tangibili direttamente collegati all'attività di accoglienza nelle imprese. Un cruscotto restituisce infatti valori



10. Prodotti industriali e Beni Culturali del territorio (2020; Archivio immagini Paesaggio Eccellenza).

percentuali e alcuni vengono addirittura tradotti in valuta relativi a parametri come visibilità, reputazione, fidelizzazione, consapevolezza di *brand* e responsabilità sociale. Gli input arrivano dalla raccolta dati su collaboratori interni all'azienda, comunità locale e visitatori che hanno partecipato al programma di visite o alle iniziative culturali dove l'azienda è parte attiva.

Oggi più che mai il mondo digitale inteso come contenuti e strumenti non può essere considerato parte indipendente dell'intera strategia di valorizzazione del patrimonio industriale e in questo caso specifico di supporto al turismo. La pandemia ha solo accelerato un processo che doveva già essere parte integrante e valido strumento a favore della fruizione del mondo dell'*industrial heritage*.

*Visit Industry Marche* ha avviato l'implementamento di contenuti digitali attraverso la realizzazione di video VR360° che permettono una preview virtuale ma molto immersiva per conoscere in anteprima i luoghi del territorio e nelle imprese che è possibile vivere totalmente durante il viaggio reale. La tecnologia video VR è fruibile dalle piattaforme YouTube e Facebook con smartphone, tablet, monitor o gli occhiali VR che rendo ancora più immersivi i video.

Oltre alla promozione dell'offerta turistica, dando l'anteprima virtuale immersiva di ciò che si vedrà, con i video VR360° è stato possibile realizzare tour nelle aziende dove l'accesso ad alcuni luoghi è vincolato da norme igienico sanitarie e legate alla sicurezza, che molto spesso sono più entusiasmanti e di sicuro più inedite. L'implementazione dei video VR360° ha permesso di focalizzare l'azione di *Visit Industry Marche* sull'area del cratere sismico che riguarda una gran parte del territorio centro-sud della regione Marche. Attraverso questo strumento è stato possibile realizzare contenuti nelle aree del terremoto che in questi anni sono state oggetto di una forte penalizzazione

sul piano turistico pur custodendo un patrimonio culturale, storico, paesaggistico, di tradizioni e di imprese di grande valore.

## CONCLUSIONE

Il turismo d'impresa rappresenta uno strumento che se adeguatamente integrato nelle strategie aziendali e nelle politiche locali, laddove esiste una pluralità e una vocazione produttiva del territorio, può generare numerose ricadute sull'intera filiera e sul suo indotto.

Una visione nazionale sul tema del turismo d'impresa, il turismo industriale e quello archeologico permette di completare e arricchire un'offerta già ampia e ancora poco strutturata della capacità turistica del Paese. La realizzazione e il successo della più recente *Guida al Turismo Industriale* curata da Jacopo Ibello mette in luce con un solo colpo d'occhio questa realtà che ha caratterizzato e scritto gran parte della storia moderna e forse più bella dell'Italia.

Il lavoro anche sul turismo d'impresa realizzato da Museimpresa con la sua rete di oltre cento musei, archivi, collezioni d'impresa appartenenti alle grandi e piccole aziende italiane è l'ulteriore dimostrazione del potenziale presente nella penisola.

Le esperienze più mature dei paesi esteri sono esempi da considerare e l'Italia con il suo patrimonio di PMI e di grandi *brand* ha un vantaggio competitivo superiore. L'intangibilità dei valori sommati costituisce il vantaggio competitivo riguardano aspetti spesso intangibili che vanno assolutamente parametrizzati per entrare nelle logiche d'investimento strategico del *management* privato e della *governance* pubblica. Per l'Italia, il turismo d'impresa è un patrimonio nel ricco e diffuso patrimonio industriale presente.

<sup>6</sup> *Cultural Management Review* è uno strumento di misurazione degli impatti dell'investimento culturale delle imprese commissionato dall'Associazione Il Paesaggio dell'Eccellenza nell'ambito del progetto CHIT del 2018 a ISTAO Istituto

Adriano Olivetti di Ancona che ha sviluppato lo strumento con la collaborazione attiva di Paolo Ragni e Roberto Montesi.